

Alejandra
Icardo
Ruiz



Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones

EL CONSUMO COMO ELEMENTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD: MUJERES PROCEDENTES DE AMÉRICA LATINA, ÁFRICA SUBSAHARIANA Y EL MAGREB Y ORIENTE PRÓXIMO

Autor: Alejandra Icardo Ruiz
Director: Carlos Ballesteros García

MADRID | Diciembre, 2024

EL CONSUMO COMO ELEMENTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD



Resumen

En el presente documento de investigación se analizará cómo el consumo puede influir en el proceso de (re)creación de la identidad de las mujeres migrantes. Se ha escogido la metodología de Joseph A. Maxwell (2019) para diseñar la estructura de la investigación, ya que se considera que todos los elementos están conectados y pueden ir cambiando y ampliándose a lo largo de la investigación; situamos las preguntas de investigación en el centro de la construcción. Para poder establecer conclusiones generales, se han seleccionado tres grupos de investigación: mujeres migrantes procedentes de América Latina, Magreb y Oriente Próximo y África Subsahariana. Estos tres grupos de estudio heterogéneos, pero homogéneos al mismo tiempo, nos van a ofrecer mucha información sobre la construcción de la identidad de las mujeres migrantes a través de sus hábitos de consumo. A través de una metodología cualitativa, desarrollando entrevistas semiestructuradas, focus group y observación participante, se han sacado las principales conclusiones de nuestra investigación, se han establecido cuáles son los principales procesos de aculturación y cómo han influido en los procesos de integración de las mujeres migrantes en la sociedad de destino.

Palabras clave

Migración, mujeres, identidad, aculturación, consumo.

Abstract

This research paper will analyse how consumption can influence the process of (re)creating the identity of migrant women. The methodology of Joseph A. Maxwell (2019) has been chosen to design the structure of the research, since it is considered that all the elements are connected and can be changed and expanded throughout the research; We place research questions at the heart of construction. In order to establish general conclusions, three research groups have been selected: migrant women from Latin America, the Maghreb and the Middle East and Sub-Saharan Africa. These three heterogeneous study groups, but homogeneous at the same time, will offer us a lot of information on the construction of the identity of migrant women through their consumption habits. Through a qualitative methodology, developing semi-structured interviews, focus groups and participant observation, the main conclusions of our research have been drawn, the main processes of acculturation have been established and how they have influenced the processes of integration of migrant women in the destination society.

Key words

Migration, women, identity, acculturation, consumer.

Índice

Resumen	1
Palabras clave	1
Abstract	2
Key words	2
BLOQUE 1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN	8
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	9
1.1. Presentación de la investigación	10
1.2. Estructura de la investigación: el modelo interactivo de diseño de la investigación cualitativa de Joseph A. Maxwell como soporte	13
1.3. Motivos y justificación de la investigación	18
1.3.1. Motivación académica	19
1.3.2. Justificación social	23
1.3.3. Motivación personal	27
1.4. Objetivos de la investigación	29
CAPÍTULO 2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	32
CAPÍTULO 3. JUSTIFICACIÓN DEL GRUPO DE ESTUDIO. MUJERES PROCEDENTES DE AMÉRICA LATINA, MAGREB Y ORIENTE PRÓXIMO Y ÁFRICA SUBSAHARIANA	37
3.1. Mujeres migrantes de América Latina	44
3.2. Mujeres migrantes del Magreb y Oriente Próximo.	51
3.3. Mujeres migrantes de África Subsahariana.	61
BLOQUE 2. MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO	69
CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA	70
CAPÍTULO 5. MARCO TEÓRICO	88
5.1. Revisión de los movimientos migratorios a la Unión Europea.	90
5.2. Identidad de las personas migrantes. Elementos que confluyen en la creación de la identidad	94
5.3. Aculturación y gestión del proceso de integración	109
5.4. El consumo como medio para la creación de las identidades	124
5.5. Gestión de las identidades de las personas migrantes	130
5.6. Relación entre los elementos de la investigación. Visión de conjunto.	133
BLOQUE 3. RESULTADOS Y CONCLUSIONES	139
CAPÍTULO 6. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO	140
6.1. Trabajo de campo con mujeres migrantes procedentes de América Latina ..	143
6.2. Trabajo de campo con mujeres migrantes procedentes del Magreb y Oriente Próximo	146

6.3. Trabajo de campo con mujeres migrantes procedentes de África Subsahariana	151
CAPÍTULO 7. DISCUSIÓN	155
7.1. Elementos de la identidad	159
7.1.1. Género	162
7.1.2. Religión	165
7.1.3. Nación y territorio	171
7.1.4. Raza/etnia	175
7.1.4. Cultura	180
7.1.5. Elementos de la identidad en mujeres migrantes	182
7.2. Procesos de aculturación	187
7.3. Identidad y consumo	193
7.4. Gestión de las identidades	201
7.5. Futuro	209
7.6. Integración y opciones de compra en las principales ciudades de referencia.	211
CAPÍTULO 8. CONCLUSIONES	216
CAPÍTULO 9. LIMITACIONES DEL ESTUDIO Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	231
Agradecimientos	239
Bibliografía	241
Anexo 1. Interacción de todos los componentes analizados en la investigación	253

Índice de ilustraciones

ILUSTRACIÓN 1 – MODELO INTERACTIVO DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE JOSEPH A. MAXWELL	14
ILUSTRACIÓN 2 - MODELO INTERACTIVO DE JOSEPH A. MAXWELL UTILIZADO PARA ESTA INVESTIGACIÓN	15
ILUSTRACIÓN 3 - RELACIONES DENTRO DE LA INVESTIGACIÓN	33
ILUSTRACIÓN 4 - MIGRANTES INTERNACIONALES DESDE 1970 SEGÚN LA ONU	38
ILUSTRACIÓN 5 - POBLACIÓN INMIGRANTE EN ESPAÑA	39
ILUSTRACIÓN 6 - DESCOMPOSICIÓN DE LA POBLACIÓN QUE VIVE EN FRANCIA SEGÚN LUGAR DE NACIMIENTO Y NACIONALIDAD EN 2023.....	40
ILUSTRACIÓN 7 - FLUJO MIGRATORIO DE LOS INMIGRANTES EN FRANCIA (2023).	41
ILUSTRACIÓN 8 - MOVILIZACIONES ÁRABES TRAS LAS PRIMAVERAS ÁRABES, 2015-2021.....	55
ILUSTRACIÓN 9 - COMPONENTES INDIVIDUALES VS. COLECTIVOS EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD.	80
ILUSTRACIÓN 10 - DATOS DE LOS INFORMANTES	82
ILUSTRACIÓN 11 - COMPONENTES IDENTITARIOS.....	103
ILUSTRACIÓN 12 - TIPOLOGÍA DE ESTRATEGIAS IDENTITARIAS SEGÚN CAMILLERI, DISEÑADO POR DASEN Y OGAY (2000, P. 58).	117
ILUSTRACIÓN 13 - CURVA U DE AJUSTE CULTURAL	121
ILUSTRACIÓN 14 - INTERACCIÓN DEL GRUPO DOMINANTE Y SUBORDINADO EN LAS ESTRATEGIAS DE ACULTURACIÓN.	123
ILUSTRACIÓN 15 - ARTICULACIÓN DE ESTRATEGIAS DE ACULTURACIÓN Y ESTRATEGIAS IDENTITARIAS.....	124
ILUSTRACIÓN 16 - INTERACCIÓN DE LOS ELEMENTOS ANALIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN	136

BLOQUE 1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación pretende responder a la pregunta de si la construcción de la identidad de las mujeres migrantes está ligada a sus hábitos de consumo, entendiendo estos hábitos desde un punto de vista racional e irracional, en ocasiones desde un sentido aspiracional. La construcción de la identidad es algo que ha sido objeto de investigación a lo largo de los años. En diversos estudios se ha estudiado cuáles son los elementos que constituyen la identidad de las personas y que pueden ser los mismos o diferentes para cada uno.

En este trabajo va a revisar la cuestión de la construcción de la identidad en mujeres migrantes a través de sus hábitos de consumo. Esta investigación pretende aportar nuevas perspectivas a las investigaciones previas, ya que se abordará desde un enfoque de género y de las migraciones, haciendo un estudio comparado de los tres grupos de estudio escogidos, que se presentarán a continuación.

A la hora de realizar la investigación se ha escogido una metodología cualitativa que permitiera interactuar con los sujetos de estudio. Las técnicas metodológicas utilizadas han sido las entrevistas semiestructuradas y la observación participante. Se ha escogido una metodología claramente cualitativa porque nos acercaba a las mujeres participantes y nos ofrecía conocer al grupo de estudio en profundidad. En el capítulo de metodología se explicará cómo se ha conectado a las participantes y en qué ha consistido cada técnica utilizada.

Además, se ha utilizado el modelo interactivo de diseño de investigación cualitativo de Joseph A. Maxwell, que nos ha dado las herramientas necesarias para hacer la investigación lo más propia posible y nos ha ofrecido un mapa de trabajo claro y fácilmente estructurado y conectado. A lo largo de la investigación se irá explicando en qué consiste este modelo y cómo se ha utilizado; también se mostrará en cada uno de los apartados qué elementos del modelo se utilizan y cómo los hemos conectado unos con otros.

1.1. Presentación de la investigación

Si bien la construcción de la identidad se ha revisado en la literatura a lo largo de los años también ha suscitado nuevas teorías sobre cómo se conciben las personas en una situación de incertidumbre, desconocida o ante nuevos retos.

La investigación se establece dentro de un contexto global, ya que se entiende que los problemas a los que nos enfrentamos a la hora de gestionar las identidades no es algo único y aislado, por lo que debe ser entendido desde una óptica globalizada e interconectada, así como desde el punto de vista del desarrollo.

A lo largo de la tesis se buscará establecer cuáles son los elementos comunes y diferenciadores que se utilizan en la construcción de la identidad. Sin embargo, presuponemos que la identidad, la reafirmación o la reconstrucción de la identidad se hace en base a la religión, a la nación, a la etnia, al territorio, la raza y el género (Amorós, 1985, 1997; Burman, 1990; Posada, 2000). Estos serán los elementos clave a la hora de desarrollar una comparativa entre los tres grandes grupos de estudio que se han seleccionado: mujeres migrantes provenientes de América Latina, de África Subsahariana y del Magreb y Oriente Próximo. Se han seleccionado estos tres grandes grupos de migrantes para ver si los elementos tienen una importancia diferente en cada una de ellas o si, por el contrario, todas se comportan de la misma manera frente a la misma situación. El comportamiento muchas veces viene influenciado por diferentes estímulos, diferentes situaciones y apreciaciones de la realidad y de la sociedad de destino de las personas migrantes.

Hemos señalado anteriormente que es importante enmarcar la investigación dentro de un contexto global. Se entiende que es posible que identidad y globalización sean términos que se lleguen a relacionar en algún punto.

La globalización, en su identidad propia, debería ser homogénea para todo el mundo, siendo capaz de que todos nos identificáramos en los procesos y en las características que desarrolla. Esta idea, que ha sido apoyada por el racionalismo liberal y el racionalismo marxista (con teóricos como Montesquieu, Voltaire, Diderot o Rousseau) parte de la idea de la negociación de la construcción histórica,

religiosa o étnica de las identidades, para afirmar un nuevo ideal: lo que se conoce como ciudadano del mundo, con distintos tipos de relaciones, pero superando cualquier otra distinción considerada artificial, ideológica, manipulada, etc. Esta ideología es dominante de nuestra sociedad y, sobre todo en Europa, es la ideología racionalista en la doble vertiente liberal y marxista. Esta ideología considera que las identidades son un discurso sospechoso, peligroso y, probablemente, fundamentalista: que sea religioso, que sea nacional, que sea étnico (Castells, 2005). Sin embargo, entendemos que la globalización es un proceso objetivo de estructuración del conjunto de la economía, sociedades, instituciones y culturas, no una ideología.

Es fácil adivinar que la globalización ha tenido un efecto directo en la (re)construcción de la identidad.

- Ha generado sociedades mucho más homogéneas, intentando unificar modelos culturales y económicos.
- Y, sin embargo, por el otro lado, ha dado lugar a una sociedad mucho más plural debido a la cantidad de información que recibimos diariamente.

Este doble impacto es, a su vez, complementario y tiene un fuerte impacto en las migraciones. El hecho de migrar siempre ha estado caracterizado por un proceso de adaptación e inclusión en la sociedad receptora, que siempre había sido complejo debido a la diversidad, pero que ahora tiene todavía muchos más niveles a los que hacer frente para que sea efectivo.

El proceso de la globalización, además, lleva implícito una necesidad personal a la autodeterminación, al reconocimiento, pero que, al mismo tiempo no sea algo a lo que pueda acceder todo el mundo, que sea algo diferente al resto. Es decir, cuándo la complejidad de la sociedad y de las relaciones sociales ha ido aumentando, al mismo tiempo que se complican las relaciones sociales, así como el aumento de la incertidumbre del futuro, cuando nos adentramos en una sociedad prácticamente invisible a los ojos de las personas (Innerarity, 2004), aumenta la necesidad de enseñar y de enseñarnos a nosotros mismos, aumenta la necesidad de mantener y afianzar la identidad personal, de decirnos y de decir “existimos”,

“soy yo”, “somos nosotros”, sujetos únicos, diferentes, irrepetibles, humanamente contingentes y genuinamente distintos.

La conducta humana es su capacidad de adaptación, no solo cuando el entorno es volátil o cambia frecuentemente, sino cuando se tiene que adaptar constantemente para no perder el sentido de la comunidad y la pertenencia (Bernal, 2005). A lo largo de nuestra vida y ante los cambios a los que nos enfrentamos en diferentes ocasiones, nos hace adaptarnos y readaptarnos, de forma externa e interna.

A este respecto, se considera que la identidad personal forma parte de la personalidad de cada individuo, que al mismo tiempo se tiene la posibilidad de elegir libremente, pero que tiene unas libertades y unas limitaciones asociadas, que establecemos tanto nosotros como la comunidad.

La cultura, los patrones que hemos aprendido desde la infancia, con los que hemos crecido, nos hemos educado y hemos hecho nuestros es lo que marca la conducta del presente, marca nuestro comportamiento, nuestra forma de entender el contexto, de movernos, de situarnos y de entendernos. La cultura es una parte importante para la construcción de la identidad. No nos planteamos la construcción de nuestra identidad, ya que vivimos en un contexto político, cultural y social estable, donde las normas son intrínsecas a las personas y donde todo el mundo actúa de forma similar. Pero ¿qué ocurre cuando nos desplazamos, cuando las realidades cambian y el contexto ya no es el mismo?

Este cambio, muchas veces no elegido, en la vida de las personas hace que nos replanteemos cosas que previamente habían pasado inadvertidas para nosotros. No nos habíamos planteado la cuestión de establecer un yo, pero no un yo aislado, sino un yo parte de un grupo al que pertenecemos o al que le gustaría pertenecer. En este momento, donde la experiencia migratoria, las concepciones preconcebidas, las creencias, los pensamientos y la forma de entender la realidad juegan un papel fundamental en la construcción de nosotros mismos como sujetos parte de un todo. El consumo forma parte de la construcción simbólica de la

identidad, ya que permite a los individuos diferenciarse del resto de las personas al mismo tiempo que los hace parte de un grupo social.

Todos los procesos y estímulos externos a los que está sometida una persona le empujan a tener que buscar nuevos conceptos donde asentar sus valores y no perder los esquemas previos que la persona tenía, al mismo tiempo que intenta averiguar qué es lo que debe esperar de la sociedad y a lo que se enfrenta. El mundo plural y rápidamente cambiante en que vivimos hace más necesaria y apremiante esa exigencia de orientación sobre su entorno y sobre sí mismo (Torregrosa, 2017). Todos los esfuerzos, internos y externos, a los que se enfrentan las personas en un momento de cambio e incertidumbre, donde tienen que adaptarse y cambiar, donde tienen que sacrificar y perder, en muchas ocasiones, son el origen de gran multitud de conflictos sociales hoy en día (Torregrosa, 2017).

Muchas veces consideramos que el consumo como una acción que realizamos para cubrir nuestras necesidades básicas y sociales. Las necesidades básicas son aquellas que simplemente se realizan para garantizar la supervivencia del individuo, es algo biológico. Mientras que las necesidades sociales se crean en base a la cultura en la que las personas se encuentren formando parte. De esta forma, garantizarían la pertenencia de los sujetos al entorno social y cultural. Por lo que, el consumo va mucho más allá de la parte meramente económica o biológica y se constituye como un referente a la hora de construir la identidad de los individuos (Ares, 2013).

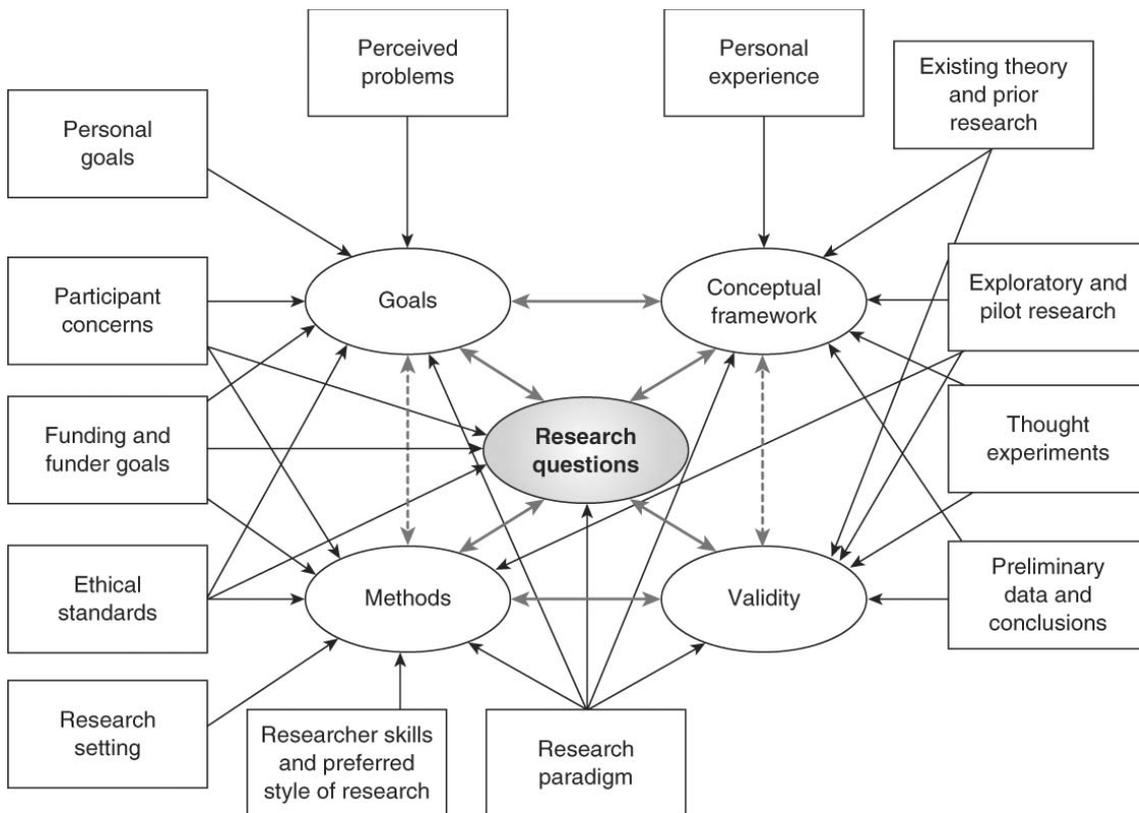
Además, a lo largo de la historia, definir el concepto de identidad ha ayudado al desarrollo de los factores psicosociales de las personas y a obtener una mayor armonía y unidad social.

1.2. Estructura de la investigación: el modelo interactivo de diseño de la investigación cualitativa de Joseph A. Maxwell como soporte

Tal y como se ha comentado anteriormente, la metodología cualitativa del modelo interactivo de Joseph A. Maxwell, (2019), permite modificar algún componente de la investigación cualitativa para poder responder a nuevos desarrollos.

Entendemos, como Maxwell, que la investigación cualitativa no puede ser algo rígido, algo estático, sino que el desarrollo de la investigación, la implicación del investigador, la experiencia personal, los intereses y los resultados obtenidos pueden ir relacionando cada uno de los elementos para crear nuevas aportaciones. El Modelo Interactivo que se presenta nos permite la interconexión y la interacción entre todas las partes de la investigación.

Ilustración 1 – Modelo Interactivo de diseño de investigación cualitativa de Joseph A. Maxwell

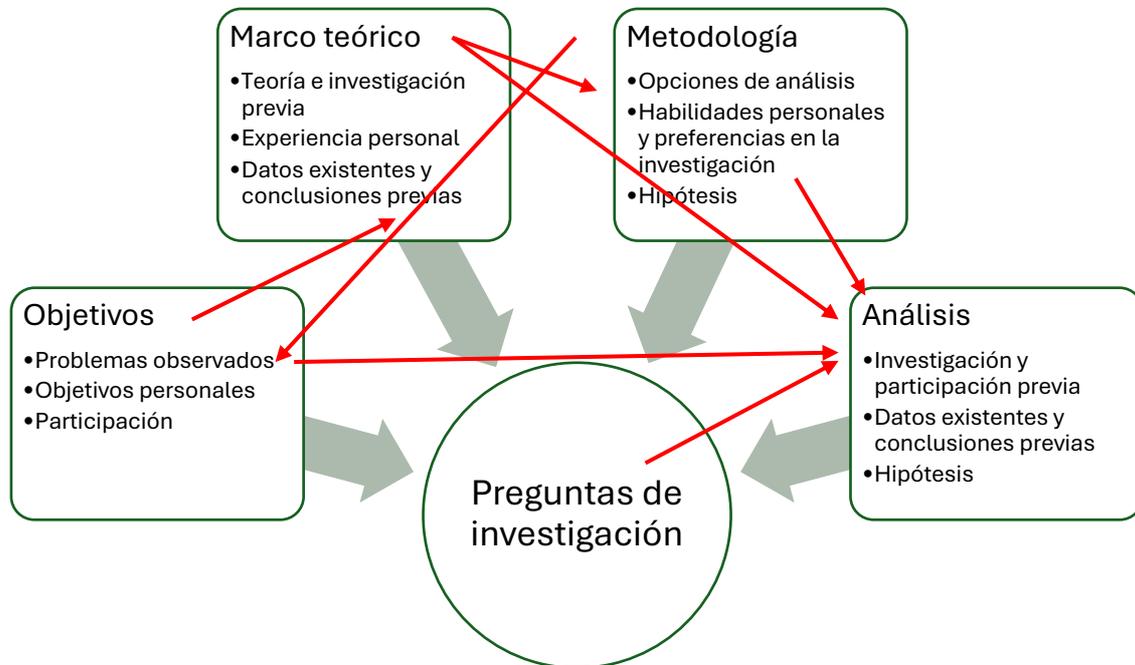


Fuente: <https://methods.sagepub.com/book/the-sage-handbook-of-applied-social-research-methods-2e/n7.xml>

La ilustración 1 nos muestra lo que es el mapeo completo que propone Maxwell y sobre el que hemos ido trabajando a la hora de realizar la investigación. Sin embargo, este modelo propuesto lo hemos ido adaptando a nuestras necesidades y lo hemos ido elaborando a lo largo de la investigación. De esta forma, se han escogido aquellas partes significativas para nosotros y se han eliminado aquellas que, desde nuestro punto de vista, no aportaban un valor significativo a nuestro estudio.

Una simplificación del mapa propuesto por Maxwell y que podría fácilmente dar respuesta a todas nuestras necesidades podría ser el propuesto a continuación.

Ilustración 2 - Modelo interactivo de Joseph A. Maxwell utilizado para esta investigación



Se trabaja desde la aproximación cualitativa de la investigación. Utilizar una metodología cualitativa a lo largo de nuestra investigación nos permite observar y relacionarnos con las personas que son marco de estudio y nos permite, a través de los datos obtenidos, poder ampliar nuestros objetivos y poder responder a nuevas cuestiones que constituyan objeto de estudio en la presente investigación o en investigaciones futuras.

Como se puede observar en la ilustración todas las partes de la investigación se encuentran conectadas y no hay ninguna que se trabaje de forma aislada, sino que todas ellas contribuyen al objetivo central de la investigación: responder las preguntas de investigación.

Se escoge el modelo interactivo de Joseph A. Maxwell ya que la conceptualización que él hace para explicar las razones y la metodología de trabajo que realizamos se lleva a cabo desde una perspectiva académica y personal, ya que no se puede entender, desde su óptica, poder realizar una investigación si no hay una parte personal de nosotros en ella. La parte personal de la investigación nos llevaría a

desarrollar un marco teórico que sumado a la teoría previa existente nos ayudaría a construir un estado de la cuestión como punto de partida de nuestra investigación.

Para poder realizar una investigación cualitativa, la secuencia de los componentes de la investigación no puede ser estática, debe haber un grado de flexibilidad, ya que puede verse afectado por la propia investigación. El diseño de investigación debe ser un proceso reflexivo que opera en cada una de las etapas de un proyecto (Hammersley y Atkinson, 1994). Es decir, en la investigación cualitativa no se pueden establecer las tareas que se deben estudiar por un orden lógico y estático, ya que si ponemos dentro de la investigación toda la parte emocional y el interés propio en la investigación.

El modelo de diseño de investigación de Joseph A. Maxwell es un modelo interactivo, ya que, aunque tiene una estructura predeterminada, se trata de una estructura que está interconectada y es flexible (Maxwell, 2019, p. 6).

A lo largo de la investigación es necesario ir evaluando el funcionamiento real del diseño dentro de la investigación, al mismo tiempo que el contexto influye en la investigación y la investigación es parte de un contexto; por lo que habrá que ir haciendo los ajustes necesarios para que la investigación finalmente alcance los resultados que se desean obtener.

Este modelo está compuesto por cinco componentes, cada uno de los cuales tienen una función predefinida y aborda unas cuestiones específicas:

1. **Objetivos:** Los objetivos de la investigación deben de estar claros desde el inicio de esta, ya que sirven para guiar el estudio y no perder de vista lo que se debe y no se debe estudiar; y, por otra parte, son necesarios para poder justificar la propuesta de investigación. Los objetivos que fijemos van a influir en todo el proceso investigador, ya que todo aquello que desarrollemos influirá en la consecución de los objetivos que nos hayamos fijado previamente. Los objetivos que hemos definido parten de una motivación personal, ya que nos ayudará a realizar una propuesta de valor.

Los objetivos tienen una triple vertiente desde los que son establecidos: objetivos personales, intelectuales y prácticos.

2. Marco de referencia conceptual: Revisión de la bibliografía. Es una investigación en un momento crucial y difícil en la sociedad, vamos a realizar una aproximación a la situación de las mujeres migrantes en la sociedad de destino, desde la perspectiva de la construcción de la identidad a través del consumo. Para lograr este objetivo, vamos a identificar cuáles son los elementos que constituyen la construcción de la identidad, si son intrínsecos a las personas o si, por el contrario, están condicionados por todas las características externas. Si son comunes, o por el contrario cada grupo estudiado desarrolla la identidad de una forma diferente. Y, por último, cómo el consumo ayuda a estos grupos a identificarse, a crear lazos, a establecerse y a pertenecer a una comunidad. El consumo es un factor determinante para entender la forma de comportarse de las personas, y, por tanto, nos mostrará cómo quieren ser reconocidas y cómo quieren involucrarse o diferenciarse de la sociedad de nacimiento o de la sociedad de destino. Para poder desarrollar de forma objetiva la investigación, vamos a hacer una comparativa de cada grupo estudiado con un grupo de referencia: las mujeres blancas occidentales. Este grupo será la guía, el punto de partida y nos dará las claves necesarias para llegar a entender a cada una de ellas dentro del contexto social en el que se sitúan.
3. Preguntas de investigación: Las preguntas de investigación son las que realizamos para comprender mejor al grupo de estudio, para saber por qué hemos escogido el tema seleccionado y qué pretendemos obtener de la investigación. Es importante que las preguntas de investigación tengan una coherencia y una lógica, ya que es el componente que se vincula de forma más estrecha con el resto de los apartados. Para evitar caer en el error de responder a la pregunta de investigación equivocada, vamos a construirlas una vez llevemos avanzado el estudio, para poder ver qué es lo que vale la pena responder.
4. Métodos: En este apartado vamos a analizar los intereses particulares del investigador, así como de las personas implicadas en la investigación.

Además, de exponer los recursos utilizado para la obtención de datos válidos para la investigación. Como metodología central vamos a utilizar el modelo interactivo propuesto por Joseph A. Maxwell, basado en la exploración de la realidad. Pero, para poder completar el estudio y poder obtener todos los datos necesarios que han de ser utilizados se van a utilizar una serie de técnicas de investigación cualitativa que completará el estudio y que nos hará obtener datos fiables, veraces y duraderos en el tiempo. Estas técnicas de investigación serán la revisión de la bibliografía (analizada en el punto del marco conceptual), etnografía, la observación y participación en los grupos de interés, los grupos relatos de vida y las entrevistas en profundidad. Por otro lado, vamos a realizar un apartado de análisis de datos, que aportará la parte cuantitativa al proyecto de investigación y que nos dará la fiabilidad de la muestra utilizada.

5. Validez: La validez de la investigación viene determinada por las limitaciones que hemos encontrado al estudio, para ello debemos establecer cuáles son los elementos que limitan la investigación y cuáles son los medios que vamos a utilizar para salvarlos y para darle una validez al estudio. Se debe establecer porqué los resultados y las conclusiones que vamos a sacar de este estudio son los correctos, cuáles son las técnicas definidas y utilizadas que dan validez y las alternativas principales a la misma.

1.3. Motivos y justificación de la investigación

Maxwell (2019) identifica los motivos que justifican el desarrollo de una investigación y los divide en tres categorías: académicos, prácticos y personales. En este apartado se van a exponer, por tanto, los motivos académicos; los motivos prácticos, y por último, los motivos personales que han conducido a la realización del presente trabajo. Asimismo, estos motivos sirven de justificación de la investigación y plantean retos que podrán ser estudiados en futuras investigaciones. Asimismo, en el siguiente capítulo se justificará la elección de las mujeres del Magreb y Oriente Próximo, de África Subsahariana y de América Latina

como grupos de estudio para la construcción de las identidades de las mujeres migrantes a través de sus hábitos de consumo.

1.3.1. Motivación académica

Ya se ha señalado que el objetivo principal de este trabajo es profundizar en cómo el consumo influye en la construcción de la identidad de los diferentes grupos etnográficos migrantes en la sociedad de destino. Los grandes grupos escogidos hacen referencia a los grandes grupos de población migrante que podemos encontrar en España y en Francia y que tienen unos elementos comunes, pero suficientemente diferenciados para poder hacer la comparativa entre ellas y así establecer cuáles son los elementos que influyen en cada una de ellas a la hora de realizar actos de consumo que determinen la construcción de la identidad.

- En primer lugar, se ha escogido el concepto de identidad al ser uno de los aspectos unificadores de las ciencias sociales, pero que sin embargo sigue en continua evolución y sigue siendo un punto de interés para los expertos en diferentes áreas de conocimiento, como pueden ser antropólogos, politólogos, filósofos, psicólogos o sociólogos (Jenkins, 2004). El concepto de identidad ha estado evolucionando desde que Erik Erikson publicara en 1950 *Childhood and Society* (Schwartz, 2007). Hay teóricos que apuntan que el concepto de la identidad personal es algo relativamente nuevo, ya que es la forma que tienen las personas de ejercer un control sobre sí mismo y que es una llamada para controlar su vida, tanto actualmente como a futuro (Giddens, 2002). Mientras que otros autores establecen que el concepto de identidad tiene que ir inevitablemente unido a la cultura, ya que la cultura sería el elemento que facilita la creación de una identidad y que hace que su modificación sea parte de un todo del que formar parte y por el que se ven inevitablemente influenciado (Castells, 2003). Las personas sienten la necesidad de construir su identidad como parte de un todo, del que forman parte, pero del que se quieren diferenciar. Las personas nos encontramos continuamente en construcción y descubrimiento, lo que hace que la identidad personal y social que va asociada a nuestra persona vea una evolución y un cambio en la definición constante, lo que haría que sucesos

importantes e inherentes a las personas sean puntos de inflexión constante a la hora de modificar la identidad.

En este sentido, se toma como referencia a mujeres migrantes para observar cuáles son los elementos comunes o diferenciadores (mencionados más arriba) en la creación de la identidad. El proceso migratorio supone siempre un cambio en el desarrollo de la vida y puede tener diferentes consecuencias en aspectos personales y sociales que nos llevan a modificar la forma en la que se conciben para encajar dentro de las nuevas realidades a las que se enfrentan. Además, es necesario establecer si las mujeres migrantes son de primera, segunda o tercera generación, ya que en muchos casos esto será un factor relevante a la hora de adoptar comportamientos y de concebirse dentro de la sociedad de destino, ya que viene inevitablemente influenciado por la adaptación e integración que tengan en la sociedad, así como de su círculo social y de las vivencias que cada una de ellas haya tenido.

Una vez establecido el punto de partida, la motivación académica a este respecto es aportar nuevas visiones sobre cómo el consumo es un factor decisivo a la hora de la creación o modificación de la identidad de las personas migrantes. Nunca se ha estudiado la construcción de la identidad de mujeres migrantes. Sí se puede encontrar literatura sobre identidad y consumo, que se encuentra dentro de diferentes líneas de investigación. Se pueden citar así a grandes autores en temas de consumo e identidad desde la perspectiva de la sociología o la psicología cultural como son Belk, Thompson, Ahuvia, Holt o Fournier. Sin embargo, la aportación principal de esta investigación se encuentra en mostrar cómo los hábitos de consumo en mujeres migrantes influyen a la hora de construir la identidad. Es por ello por lo que se considera que la tesis supondrá nuevas aportaciones al campo de estudio. Pretende unir la perspectiva social y el enfoque cualitativo del comportamiento de las personas migrantes en relación con el consumo y a la construcción de la identidad. No obstante, se observa un interés creciente en la comunidad científica internacional por profundizar en la gestión de las identidades de las

personas migrantes, que en las últimas décadas no ha dejado de ser objeto de estudio. Se ha podido observar, además, que identidad y consumo son dos conceptos que han estado íntimamente relacionados y sobre los que existe literatura al respecto, lo que ha sido un buen punto de referencia para poder construir un marco teórico que contextualice todo el trabajo desarrollado.

Las personas migrantes son susceptibles de tener una realidad que no controlan en un entorno que no es el suyo y que se pueden ver influenciados por nuevas perspectivas que modifican su comportamiento y, por tanto, sus hábitos de consumo. Este trabajo pretende acercarse al consumidor migrante en el momento de la creación de la identidad. Sobre estos conceptos se profundizará, más adelante, en el marco conceptual.

Por tanto, la escasa literatura en comportamiento del consumidor migrante, desde una perspectiva de género, y sobre los grupos concretos escogidos hace que este trabajo tenga nuevas aportaciones que intentarán dar una respuesta a las nuevas sociedades multiculturales a las que nos enfrentamos cada día. Alienta a profundizar en los conceptos que pueden estar cercanos al término de la construcción de la identidad como son género, raza, religión, cultura o etnia, y que se podrá ver si son elementos que unen o se diferencian uno de otros.

- En tercer lugar, este trabajo establece tres grupos de estudio que se desarrollarán en el siguiente capítulo y que ya han sido mencionados anteriormente en este apartado: mujeres procedentes del Magreb y Oriente Próximo, América Latina y África Subsahariana.

Estos colectivos nos ayudarán a desarrollar una teoría sobre los elementos que confluyen en la construcción de la identidad de las mujeres migrantes, simplemente con el elemento común de estar en otra sociedad que no es la suya.

Cada uno de los colectivos son importantes y vienen marcados por una serie de casuísticas que harán que nuestro estudio tenga un gran aporte a la producción científica.

- Las mujeres procedentes de América Latina comparten una cultura y una lengua común con las mujeres españolas y, por tanto, se podría considerar que son más cercanas a nuestra realidad. Además, lengua e idioma pueden facilitar la integración en la sociedad de destino. La migración procedente de América Latina es la más numerosa en España y no ha dejado de crecer en los últimos años, a pesar de que en algunos momentos concretos se ha intentado promover políticas de retorno que hicieran que estas personas pudieran regresar a sus países de origen habiendo logrado su objetivo, aunque la realidad en la mayoría de los casos no es así.
- África Subsahariana viene marcada por ser mujeres caracterizadas por el color de su piel, por pertenecer a una etnia muy diferente con una cultura diferente a la occidental. La literatura de mujeres migrantes procedente de África Subsahariana y consumo son escasos, por lo que se ha considerado que nuestra investigación tendrá un gran valor añadido.
- Por su parte, el Magreb y Oriente Próximo se han escogido por el rechazo que se ha generado en los últimos años debido a la radicalización de la religión que ha sufrido la región y que se ha generalizado y extendido a todas las personas procedentes de la región. Es el miedo y la desconfianza lo que ha marcado la discriminación hacia lo desconocido.

En un primer momento se iba a tratar solamente a las mujeres procedentes de Oriente Próximo, sin embargo, el grupo de estudio era muy reducido y al ser un grupo tan vulnerable la capacidad de acceso a las mujeres era muy complicado, por lo que se decidió ampliar el grupo de estudio al Magreb. De esta forma se ampliaba el acceso a las mujeres árabe-musulmanas. Además, la realidad que ha ido sucediendo en Oriente Próximo en los últimos años se ha ido extendido al resto de los países musulmanes que han visto acontecimientos parecidos a raíz de la llamada Primavera Árabe, o despertar de los países árabes.

En España hay pocos estudios sobre inmigración y consumo, y son todavía menos los estudios publicados que tengan como grupo de estudio al colectivo de inmigrantes en España (Sierra, 2016).

De tal forma, se pretende que el presente trabajo suponga un avance en las investigaciones previas que autores como Sierra, Aras, Saldaña o Ballesteros ya habían realizado anteriormente. Aportando un enfoque exclusivamente de género y centrándonos en la creación y modificación de la identidad a través, exclusivamente, de hábitos de consumo. La forma en la que las personas se piensan y se conciben no es algo estático ni que pueda perdurar en el tiempo, al revés, es algo que se encuentra en constante movimiento y que supone un esfuerzo continuo de las mujeres migrantes por adaptarse y superarse, encontrando un hueco entre lo que tenían anteriormente y lo que quieren construir una vez llegadas a la sociedad de destino en base a los estímulos que reciben de la nueva sociedad. Más adelante se verá cómo se relacionan todos los elementos dentro de la construcción de la identidad y se interrelacionará con el proceso de aculturación de Berry.

El proceso de aculturación, definido como el proceso por el cual una persona o un grupo de personas adquiere y asimila los rasgos y elementos de otra cultura diferente a la propia, se hace necesario estudiarlo y observarlo para ver cómo esto viene influenciado y cuáles son los comportamientos sociales que se llevan a cabo en cada uno de ellos. Es importante señalar que se pretende que el proceso de la construcción de la identidad venga marcado por un proceso de adaptación e integración en el que se tengan presentes todos los elementos propios y nuevos y que se confluya en una nueva identidad personal.

1.3.2. Justificación social

Se pretende que el trabajo favorezca el desarrollo de las sociedades, a nivel social y a nivel económico, ya que comprender cómo se relacionan, cómo se identifican, cómo se establecen entre ellos nos ayudará a conocer mejor como es la sociedad en la que vivimos y cómo podemos conseguir que las sociedades sean mucho más inclusivas e igualitarias para todas las personas que habitan dentro de ellas.

Desde un punto de vista de las políticas públicas, se hace necesario entender a las personas migrantes, en este caso a las mujeres, para poder diseñar las políticas que mejor se adapten a sus necesidades y a sus procesos de integración. El proceso de aculturación, del que posteriormente hablaremos, hará que se establezcan las bases para políticas públicas inclusivas y con referentes, ayudando a la comprensión de las personas migrantes como grupo de estudio.

La diversidad del grupo de estudio hace que sea importante establecer los parámetros comunes de cada uno de ellos para poder generar mejoras sociales que sean adecuadas para cada grupo migratorio. No podemos establecer que todo el mundo se comporta de la misma manera y se enfrenta a la construcción de la identidad a través de sus hábitos de consumo ya que las realidades sociales de cada uno de ellos son diferentes.

Se propone buscar los hábitos de consumo de las mujeres migrantes como punto de partida para ver su comportamiento y si el consumo se hace en cuanto a sus raíces o a las costumbres del país del destino. El consumo arrojará grandes indicadores sobre la aspiración de cada una de ellas a la hora de verse y adaptarse en la sociedad. Es importante entender que los hábitos de consumo pueden ir variando en el tiempo, ya que la identidad no es algo estático o perenne.

Además, la presente tesis tiene un punto práctico, ya que el poder de compra de las mujeres migrantes tiene un fuerte carácter dentro de la sociedad. Permite establecer nuevas prácticas de marketing, mejor dirigidas y con mayor conocimiento, sabiendo lo que las personas desean y esperan de cada una de sus acciones. El poder de compra o el poder adquisitivo de las personas migrantes debería constituir un fuerte interés para las empresas, ya que se está perdiendo potenciales compradores por no saber acercarnos a cada objetivo concreto.

Se pretende establecer los elementos de la identidad comunes de las personas migrantes cuando se enfrentan a hábitos de consumo e identificar aquellos que marcan la diferencia para cada grupo de estudio. Se pretende que cada grupo de estudio sea diferenciado y poder ver los patrones de la conducta que son iguales y aquellos que los hacen únicos. Se evita caer de esta forma en tendencias en las

que cualquier grupo migrante se trata de la misma forma, sin tener en cuenta sus características propias.

De esta forma, se puede afirmar que uno de los grandes problemas a los que se enfrenta la sociedad global actual es intentar establecer políticas públicas que sean adecuadas para todo el mundo por igual sin atender a los intereses y necesidades concretas de cada grupo migrante.

Además, la presente tesis pretende estar alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por la Naciones Unidas y que marcarán las líneas de actuación en los próximos años de cara a intentar a construir sociedades más justas, más igualitarias, más sostenibles. En definitiva, sociedades mejores para todas las personas por igual.

Dentro de los 17 ODS establecidos por la ONU en el horizonte 2030, se han escogido dos objetivos a los que esta tesis va a contribuir especialmente en el desarrollo de esta:

- Objetivo de Desarrollo Sostenible 5 – Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

La igualdad de género debe ser un eje transversal de cualquier acción que pretenda ser inclusiva y sostenible. Por lo que es un eje que se encuentra presente en todos los Objetivos de Desarrollo Sostenibles y para el que se debe contribuir desde cualquier aportación.

Para poder lograr una igualdad de género se han de reducir las desigualdades existentes en la esfera pública y privada. En nuestra investigación vamos a intentar mostrar cómo las mujeres migrantes se desenvuelven en la esfera pública de una sociedad distinta a la suya y cómo se relacionan con el entorno fuera de sus hogares.

Podríamos asumir que las mujeres asumen mayor o menor poder e independencia dependiendo de su cultura o religión, pero es algo que se va a estudiar para no normalizar o asumir comportamientos que posiblemente no se correspondan con la realidad observada.

A través de la igualdad de género se logra, además, empoderar a las mujeres y hacer que su representatividad en la vida social tenga mayor poder. Pretendemos observar cómo se comportan las mujeres y cómo esto ha influido en su desarrollo y en la construcción de una nueva identidad después de su proceso migratorio. Enfrentarse a una realidad desconocida en un lugar con el que no se comparte lengua, cultura o religión puede ser frustrante y complicado, sobre todo si dentro de la unidad doméstica no se reconoce la igualdad entre géneros.

Tal y como afirma la ONU, la pandemia podría suponer un punto de inflexión y reversión de los avances conseguidos en materia de igualdad y de derechos de las mujeres.

- Objetivo de Desarrollo Sostenible 10 – Reducción de las desigualdades

La desigualdad entre las personas migrantes y las personas nativas de cada sociedad es altamente palpable en cualquier contexto social y económico.

No atendemos a desigualdades meramente económicas, que posteriormente determinarían su posición dentro de la sociedad; sino a aquella desigualdad que queda patente en cada contexto a los que migrantes y no migrantes tienen acceso en igualdad de condiciones.

La desigualdad siempre se sitúa en el centro de las preocupaciones internacionales, pero una desigualdad tanto internacional como nacional, entendiendo la desigualdad dentro de la sociedad. Se han observado escasos avances en materia de igualdad, pero todavía hay mucho camino por delante. La pandemia ha supuesto un duro golpe para las sociedades más vulnerables y para las personas más pobres; ha vuelto a poner sobre la mesa las desigualdades, tanto sociales como económicas, y ha mostrado las redes tan frágiles que tienen ciertas comunidades. Así mismo, las distintas inestabilidades, han intensificado las consecuencias del COVID-19.

Tal y como afirma la ONU, la COVID-19¹ ha puesto en riesgo los escasos avances que se han conseguido en materia de igualdad de género y derechos de las mujeres

¹ <https://interactive.unwomen.org/multimedia/explainer/covid19/es/index.html>

durante las últimas décadas. Hace alusión a la mayoría de los ámbitos sociales y económicos, donde las mujeres y las niñas han sido las más perjudicadas a este respecto, simplemente por su condición de vulnerabilidad.

De la misma forma, estas desigualdades se han incrementado en sociedades con poblaciones vulnerables y que tienen una situación de crisis humanitaria. Las personas en esta situación están en continuo riesgo de estar excluidos de las sociedades. Además, el discurso de odio dirigido a los grupos vulnerables está en aumento.

Además, en un grupo concreto de estudio (mujeres migrantes de Magreb y Oriente Próximo) se está viviendo una situación de inestabilidad militar y política en todo Oriente Próximo. Las mujeres están perdiendo todos los derechos que paulatinamente, muy paulatinamente, habían estado adquiriendo en las últimas décadas para ser sometidas de nuevo a un régimen talibán que lleva implícito la pérdida de todos sus derechos y la invisibilidad de las mujeres dentro de la sociedad, así como su sometimiento. Esto dará, además, una nueva oleada de mujeres y niñas refugiadas en diferentes países, lo que podría suponer una inestabilidad para los países colindantes de la zona. Europa, en su caso, tiene que jugar un papel principal si no quiere volver a enfrentarse a una crisis de refugiados que sufrió en 2015.

1.3.3. Motivación personal

La motivación personal representa un factor para tener en cuenta a la hora de desarrollar un trabajo de investigación.

Poder desarrollar un trabajo de estas características nace de la inquietud personal hacia los grupos de migrantes seleccionados. Considero que tengo una especial sensibilidad hacia los grupos seleccionados, en especial hacia las mujeres migrantes de Oriente Próximo y de África Subsahariana.

La actual situación que se muestra continuamente donde parece que es la religión el componente de la identidad que marca todos los comportamientos y que nos enfrenta, nos separa, nos diferencia y nos hace tener miedo.

Es el miedo hacia lo desconocido lo que ha marcado la lógica de las migraciones en los últimos años. Desde mi punto de vista, se ha visto en el transcurso de los últimos años cómo ha ido cambiando la preocupación de unos grupos migrantes a otros:

- En un primer momento, la migración de América Latina se consideraba como el principal foco de preocupación de la migración por el volumen de migrantes que llegaban a España durante los primeros años del siglo XXI.
- África Subsahariana siempre ha sido un foco de preocupación debido a la proximidad con España y por la diversidad y características de su población.
- Sin embargo, observamos que en el momento actual en el que nos encontramos son todas las personas provenientes de Oriente Próximo las que marcan la creación de nuevas políticas públicas migratorias. Esto se debe al aumento de población solicitante de asilo proveniente de Oriente Próximo debido a las guerras que la región mantiene y ha mantenido abiertas en los últimos años. Sumamos, además, el miedo que suscita el aumento de la Yihad, que en muchas ocasiones se ha manifestado de forma violenta contra la sociedad occidental. Dentro de esta circunstancia, son las mujeres el grupo más afectado por la migración y la integración.

La selección de estos grupos, como se ha observado, no es una casualidad en sí misma, sino que es el cúmulo de unas circunstancias que han marcado los hitos clave en el estudio de las migraciones.

Además, considero que las mujeres son un grupo vulnerable en sí mismo dentro del campo de estudio de las migraciones. Las mujeres tienen un doble condicionante negativo a la hora de desarrollar las migraciones, primero por ser mujeres y segundo por ser migrantes, lo que las posiciona en una situación de vulnerabilidad constante.

Si a esto añadimos que muchas de ellas vienen de situaciones donde su posicionamiento en la sociedad ha quedado relegado a un segundo lugar, o incluso, muchas veces silenciado, olvidado y anulado, se convierten en personas susceptibles de tener una integración y un desarrollo más complejo y complicado,

ya que han aceptado su situación y la han hecho propia, proyectándola hacia todos los ámbitos de su vida.

Otro punto que es importante para mí en el estudio de las migraciones y que dificulta muchas veces la integración de las personas es la religión. A pesar de que estamos en un estado aconfesional, es cierto que hay ciertas religiones que generan una sensación de inseguridad que marca los comportamientos de las personas de la sociedad de destino.

Considero que las personas debemos ser libres e iguales, dos principios básicos para cualquier desarrollo social y económico. Si estos dos principios no se cumplen es imposible hablar de desarrollo e integración. La religión, en todos los sentidos y a lo largo de la historia se ha caracterizado por relegar a un segundo plano a todas aquellas personas que consideramos diferentes a nosotros.

He tenido la oportunidad de trabajar con mujeres migrantes procedentes del mundo musulmán y de poder entablar con ellas conversaciones sobre sus sentimientos, necesidades y procesos de desarrollo en la sociedad actual.

Además, he trabajado en movimientos migratorios dentro de la Unión Europea donde he visto que personas, aún nacionales españoles, han sido tratados de manera discriminada por tener un origen diferente; marcado por su raza o religión.

Esto me ha llevado a tener la necesidad de poder entender a estas personas, de poder ayudarlas y de poder concienciar a la población de que todos somos iguales. Es necesario para ello que se entienda todo el proceso de la gestión de las identidades para ver cómo podemos potenciar el desarrollo y la integración. Desde este punto de vista se ha construido toda la investigación que se propone en esta tesis doctoral.

1.4. Objetivos de la investigación

Siguiendo a Joseph A. Maxwell (2019), comprender con claridad los objetivos que motivan este trabajo se traducirá en evitar perder de vista el camino o evitar invertir tiempo en cosas que no contribuyen con estos objetivos. Las dos funciones principales de los objetivos de la investigación son:

- Servir de guía a las otras decisiones de diseño a fin de garantizar que vale la pena realizar el estudio.
- Justificar el estudio.

De esta forma, igual que pasaba con las motivaciones, los objetivos de la investigación pueden ser personales, prácticos e intelectuales. Los objetivos personales se establecen cuando se reconocen los vínculos personales con el estudio y que proporciona una valiosa fuente de perspectivas, teorías y datos acerca de los fenómenos que se están estudiando (Marshall y Rossman, 1999, pp. 25-30; Strauss y Corbin, 1990, pp. 42-43). Los objetivos prácticos e intelectuales, a su vez, se centran en la consecución de algo y en focalizar en la comprensión de algo, respectivamente. Como señala Hammersley (1994, p. 28), los objetivos inevitablemente influyen en las descripciones, interpretaciones y teorías que se crean durante la investigación.

Este trabajo tiene entonces como objetivo principal establecer cómo el consumo influye en la construcción de la identidad de los diferentes grupos etnográficos migrantes en la sociedad de destino y se subdivide en los siguientes objetivos específicos:

1. Presentar los diferentes grupos de interés para la investigación, mostrando las características que los diferencian y que al mismo tiempo los acercan a vivir una realidad similar en un contexto social diferente al conocido.
2. Definir los problemas que se encuentran las personas migrantes en su experiencia migratoria, con todos los elementos que influyen en la migración, así como la capacidad de adaptación al nuevo contexto cultural y social.
3. Explicar las diferencias migratorias existentes entre los distintos grupos migratorios que se exponen en la investigación y que vienen definidos, en muchos casos, por los elementos como el género, la raza, la etnia, la religión, la cuestión política, social y económica, así como todos los elementos internos de cada una de las personas.
4. Mostrar las técnicas de investigación que se van a llevar a cabo en la investigación y cuáles son las características propias de la investigación.

5. Establecer un marco de estudio para la investigación, de esta forma se marcan las características que se han establecido para que la investigación tenga un hilo conductor que haga de introducción, desarrollo y desenlace.
6. Mostrar los hábitos de consumo de las personas migrantes en la sociedad de destino y las limitaciones que se encuentran para seguir con sus prácticas habituales.
7. Definir cuáles son los elementos que constituyen la identidad de las personas y cómo el consumo nos ayuda a definir nuestra propia identidad.
8. Señalar las limitaciones del estudio y las propuestas que se hacen para seguir investigando en esta línea en futuras comunicaciones.

Los objetivos expuestos anteriormente darán como resultado las preguntas de investigación que son el centro de la investigación y que se vinculan directamente con todas las partes del estudio.

CAPÍTULO 2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Las preguntas de investigación son el eje central de nuestra investigación. A través de estas preguntas de investigación se ha ido construyendo toda la investigación y se han ido ampliando los objetivos y construyendo el marco teórico. De esta forma, es un elemento de estudio que está en constante cambio y evolución, pues todas las partes implicadas en la tesis las han ido alimentando.

Las preguntas de investigación, siguiendo la metodología de Maxwell, se desarrollan y retroalimentan constantemente con la construcción del marco teórico- De esta forma nos aseguramos de que las preguntas de investigación responden fielmente al objeto de estudio. Durante el desarrollo del marco teórico aparecen nuevos aspectos que se han de tener en cuenta y que previamente no habían sido contemplados, por desconocimiento o por no considerarlos fundamentales.

Toda la implicación en el desarrollo es fundamental para acotar el tema de estudio y que las preguntas de investigación sean firmes al desarrollo y a la consecución de los objetivos. De esta forma, es un apartado que se ha encontrado en constante construcción durante toda la investigación.

A la hora de diseñar las preguntas de investigación, hemos de hacer preguntas que sean:

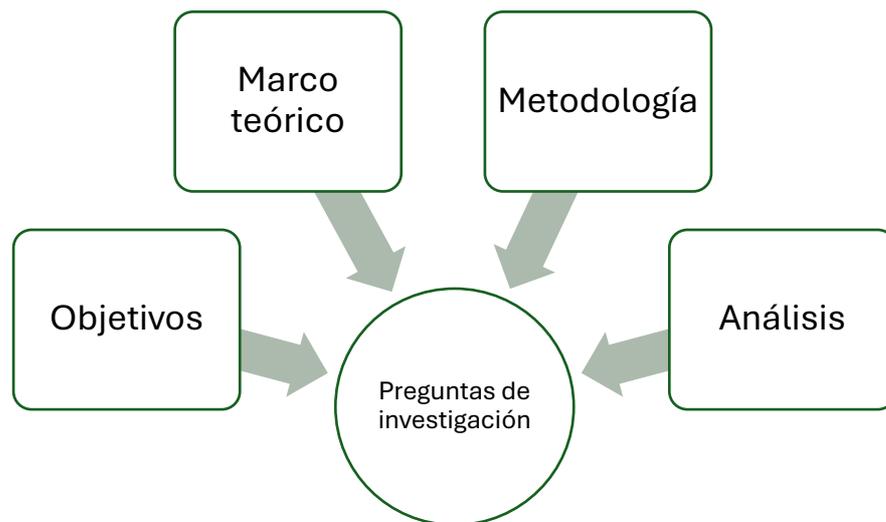
- Razonadas: Las preguntas de investigación no pueden ser preguntas sin un razonamiento previo que no hayan surgido de un estudio previo y de un conocimiento profundo del tema de estudio. De esta forma, nuestras preguntas tienen un planteamiento adecuado y están alineadas con la investigación y con la consecución de los objetivos planteados para esta tesis doctoral.
- Justificadas: Del razonamiento de las preguntas nace la justificación de estas. Las preguntas están justificadas en el momento que se encuentran alineadas y que nos ayudan a esclarecer elementos clave para la investigación.

Las preguntas de investigación que se han planteado en el presente trabajo de investigación nos han ayudado para ir sacando las conclusiones y a analizar todos los datos. Las preguntas de investigación han sido diseñadas en base a la justificación teórica, que se explica en el marco teórico, y que han sido evaluadas para ser consideradas dentro de nuestro estudio.

En esta ocasión me gustaría hacer un esquema como el que ya diseñó Sierra (2016). En su investigación hizo una relación de los propósitos de la investigación con las preguntas de investigación.

Siguiendo esta línea de trabajo, me gustaría hacer una relación de los objetivos con las preguntas de investigación que han sido diseñadas para dar respuesta al análisis de los datos extraídos del trabajo de campo.

Ilustración 3 - Relaciones dentro de la investigación



Fuente: Elaboración propia a raíz del Modelo Interactivo de Maxwell (2013)

Las preguntas de investigación se sitúan en el centro de la investigación de la presente tesis y han sido construidas a partir de los objetivos establecidos en la misma. Además, son la razón de ser del resto de apartados de la investigación y tanto el marco teórico como el análisis intentan justificar y responder a dichas preguntas de investigación.

Objetivo 1. Presentar los diferentes grupos de interés para la investigación, mostrando las características que los diferencian y que al mismo tiempo los acercan a vivir una realidad similar en un contexto social diferente al conocido.

- ¿Por qué son interesantes los grupos de estudio seleccionados?
- ¿Qué valor nos aporta la comparación de tres grupos de estudio tan heterogéneos?

Objetivo 2. Definir los problemas que se encuentran las personas migrantes en su experiencia migratoria, con todos los elementos que influyen en la migración, así como la capacidad de adaptación al nuevo contexto cultural y social.

- ¿Cuál ha sido el factor que ha desencadenado la decisión de migrar?
- ¿Cómo ha sido el proceso migratorio?
- ¿Qué ha supuesto el proceso migratorio a la hora de integrarse en la sociedad receptora?
- ¿Todas las personas migrantes sufren un proceso de aculturación?
- ¿Qué técnicas han desarrollado para favorecer su integración en la sociedad receptora?

Objetivo 3. Explicar las diferencias migratorias existentes entre los distintos grupos migratorios que se exponen en la investigación y que vienen definidos en muchos casos por el género, la raza, la etnia, la religión, la cuestión política y todos los elementos internos de cada uno de ellos.

- ¿Todos los procesos migratorios han sido vividos de la misma forma?
- ¿Cómo ha influenciado el género en el proceso migratorio?
- ¿Podemos considerar que el lugar de procedencia marca un factor distintivo en la creación de la identidad?

Objetivo 4. Mostrar las técnicas de investigación que se van a llevar a cabo en la investigación y cuáles son las características propias de la investigación.

- ¿Qué tipo de investigación es más relevante para nuestro estudio?
- ¿Cómo favorece la metodología cualitativa a nuestra investigación?

Objetivo 5. Establecer un marco de estudio para la investigación, de esta forma se marcan las características que se han establecido para que la investigación tenga un hilo conductor que haga de introducción, desarrollo y desenlace.

- ¿El consumo facilita o dificulta la construcción de la identidad?
- ¿Es el consumo un buen indicador para la construcción de la identidad?
- ¿El consumo genera identidad?

Objetivo 6. Mostrar los hábitos de consumo de las personas migrantes en la sociedad de destino y las limitaciones que se encuentran para seguir con sus prácticas habituales.

- ¿Los hábitos de consumo cómo se desarrollan en las mujeres migrantes?
- ¿Cuáles son los locales visitados frecuentemente por las mujeres migrantes para hacer sus compras?
- ¿Intentan buscar los productos que ya consumían previamente o se adaptan a los que encuentran fácilmente en la sociedad receptora?
- ¿Han cambiado su forma de vestir por adaptarse a lo que venden las tiendas en la sociedad receptora?
- ¿Buscan parecerse o diferenciarse a través de sus hábitos de consumo?

Objetivo 7. Definir cuáles son los elementos que constituyen la identidad de las personas y cómo el consumo nos ayuda a definir nuestra propia identidad.

- ¿Cómo es el proceso de construcción de la identidad en mujeres migrantes?
- ¿Cuáles son los elementos que contribuyen a la creación de la identidad de las mujeres migrantes?
- ¿Se puede afirmar que el género es un indicador determinante en la creación de identidad en mujeres migrantes?

Objetivo 8. Señalar las limitaciones del estudio y las propuestas que se hacen para seguir investigando en esta línea en futuras comunicaciones.

- ¿Cuáles han sido las limitaciones existentes?
- ¿Cuáles son las líneas de investigación que podríamos seguir para ampliar los resultados?

Todas estas preguntas de investigación son las que han ido marcando el desarrollo del trabajo y nos han proporcionado las líneas a seguir para ir construyendo una tesis que tenga un valor añadido a la literatura previa.

CAPÍTULO 3. JUSTIFICACIÓN DEL GRUPO DE ESTUDIO. MUJERES PROCEDENTES DE AMÉRICA LATINA, MAGREB Y ORIENTE PRÓXIMO Y ÁFRICA SUBSAHARIANA

A pesar de que las migraciones no son algo nuevo, ni algo que haya surgido en el último siglo, se puede afirmar que los acontecimientos del último siglo y que se han situado en el centro de atención por parte de políticos y medios de comunicación, han supuesto que vuelvan a estar en un primer plano.

Es complicado entender por qué suceden las migraciones, cuál es la razón para cada desplazamiento, forzado o voluntario, sin atender a cuáles son los procesos demográficos, sociales, políticos, económicos y culturales que afectan a las poblaciones a los individuos en particular.

La globalización es ese fenómeno que ha permitido que las personas tengan un acceso inmediato a la información, así como una inmediatez a su necesidad de respuestas rápidas; además, ha puesto un nuevo escenario para permitir las movilizaciones internacionales, aumentando el número de migrantes internacionales de forma exponencial.

Las migraciones pueden ser procesos voluntarios que tienen el fin de mejorar la vida de las personas que inician los desplazamientos, sin embargo, no todos los procesos migratorios se realizan de forma voluntaria ni llevan implícito el progreso social y económico de la persona que migra.

Los flujos migratorios masivos en muchas ocasiones han puesto de manifiesto la incapacidad de las sociedades receptoras de gestionar todos los flujos migratorios y su incapacidad de sostenerlos de forma social y económica.

En el año 2015 la Unión Europea fue fruto de una crisis de refugiados proveniente de los países de Oriente Próximo, en concreto por el conflicto sirio, que desembocó en una crisis europea más que en una crisis de refugiados. Los países occidentales de Europa ofrecieron una vaga respuesta a las personas que intentaban alcanzar sus fronteras huyendo de la miseria y del miedo. Los países fronterizos fueron los que indudablemente se hicieron cargo de las personas refugiadas, mientras que el resto del mundo se repartía en cuotas el número de personas que podían acoger

en sus fronteras. No existe una verdadera integración sino se ofrece primero una relocalización de las personas.

Aunque haya habido a lo largo de la historia grandes momentos en los que los movimientos migratorios se han visto potenciados a su máxima exponencial, esto nunca se detiene.

Para el año 2021, la ONU establece en 280,6 millones de personas migrantes en el mundo, la cifra más alta registrada. Estos 280,6 millones de personas significan el 3,6% de la población mundial.

Ilustración 4 - Migrantes internacionales desde 1970 según la ONU

Año	Número de migrantes internacionales	Migrantes como porcentaje de la población mundial
1970	84 460 125	2,3
1975	90 368 010	2,2
1980	101 983 149	2,3
1985	113 206 691	2,3
1990	152 986 157	2,9
1995	161 289 976	2,8
2000	173 230 585	2,8
2005	191 446 828	2,9
2010	220 983 187	3,2
2015	247 958 644	3,4
2020	280 598 105	3,6

Fuente: DAES, 2008 y 2021a.

Note: En las estimaciones sobre la población de migrantes internacionales preparadas por el DAES en 2020 se incluyeron en total 232 entidades (Estados, territorios y regiones administrativas, entre otras). En 1970, el número total de entidades ascendía a 135.

Fuente: Informe sobre las migraciones en el mundo 2024, Naciones Unidas.

Extraído de datos de DAES, 2008 y 2021a.

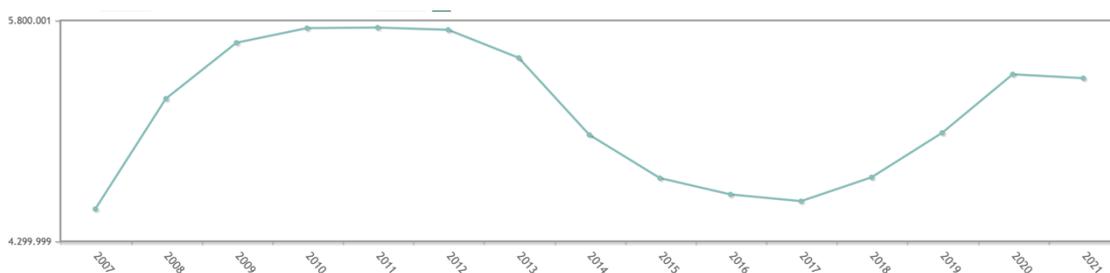
En 1990 había 153 millones de personas residiendo en otro país diferente a su país de nacimiento, por lo que en 30 años los movimientos internacionales casi se han duplicado. De los 280,6 millones de personas migrantes en el mundo, 20,4 millones son personas refugiadas, cifra que no deja de aumentar y que se debe al aumento de los conflictos armados en el mundo y a las tensiones que amenazan algunas regiones del mundo que han tenido un desarrollo diferente al esperado. Debemos de estar atentos al mundo en cambio para poder identificar a tiempo países con posibilidad de sufrir una guerra que desestabilice sus frágiles gobiernos,

muchos de ellos se tratan de estados fracasados, para poder actuar en consonancia anticipándonos a lo que puede ocurrir.

La ONU establece que el 48,1% de los migrantes internacionales en el mundo son mujeres (ONU, 2022). Las mujeres normalmente sufren una doble presión, por ser mujeres y por ser migrantes, convirtiéndolas en un grupo especialmente vulnerable. La mayor presencia de mujeres en los flujos migratorios tiene que ver con el poder que muchas mujeres van obteniendo a la hora de forjar sus propios destinos, estando cada vez más presentes en esferas que generalmente eran atribuidas a los hombres.

En España, si se analizan las cifras proporcionadas por la ONU para España, se observa que hay 6,8 millones de migrantes internacionales, lo que supone un 14,6% de la población total de España. Debido al crecimiento económico que ha experimentado España desde finales del siglo pasado se ha pasado de que la población migrante en España representara el 2,1% en 1990 al 14,6% que hay actualmente (INE, 2021). El mayor crecimiento se experimentó entre el año 2000 y el año 2010, coincidiendo los primeros años con una de las épocas de mayor crecimiento del país (del 4,1% de la población de España al 13,4%).

Ilustración 5 - Población inmigrante en España



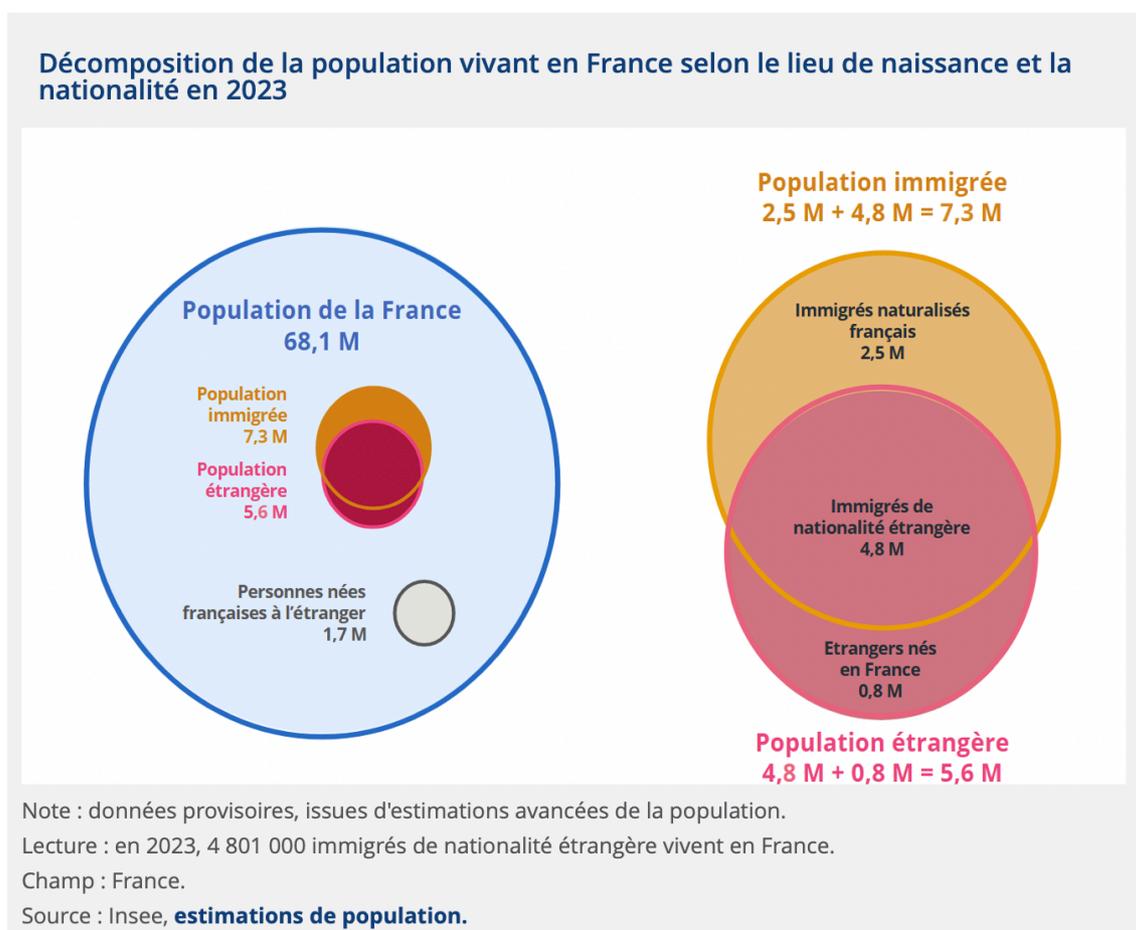
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177098&menu=ultiDatos&idp=1254735573002

Las mujeres migrantes en España representan el 52,16% del total², lo que supone una feminización de las migraciones. Siendo, además, más vulnerables y estar sobrerrepresentadas en trabajos temporales o informales.

El INSEE (Institut National de la Statistique et des Études Économiques) eleva para Francia en el año 2023 a 7,3 millones de inmigrantes, lo que supone un 10,7% de la población total. De estos inmigrantes, 2,5 millones adquirieron la nacionalidad francesa, lo que supone un 34% del total. Además, indican que de este total (5,6% de extranjeros) hay un 0,8 millón de personas que han nacido ya en Francia, pero que tienen nacionalidad extranjera.

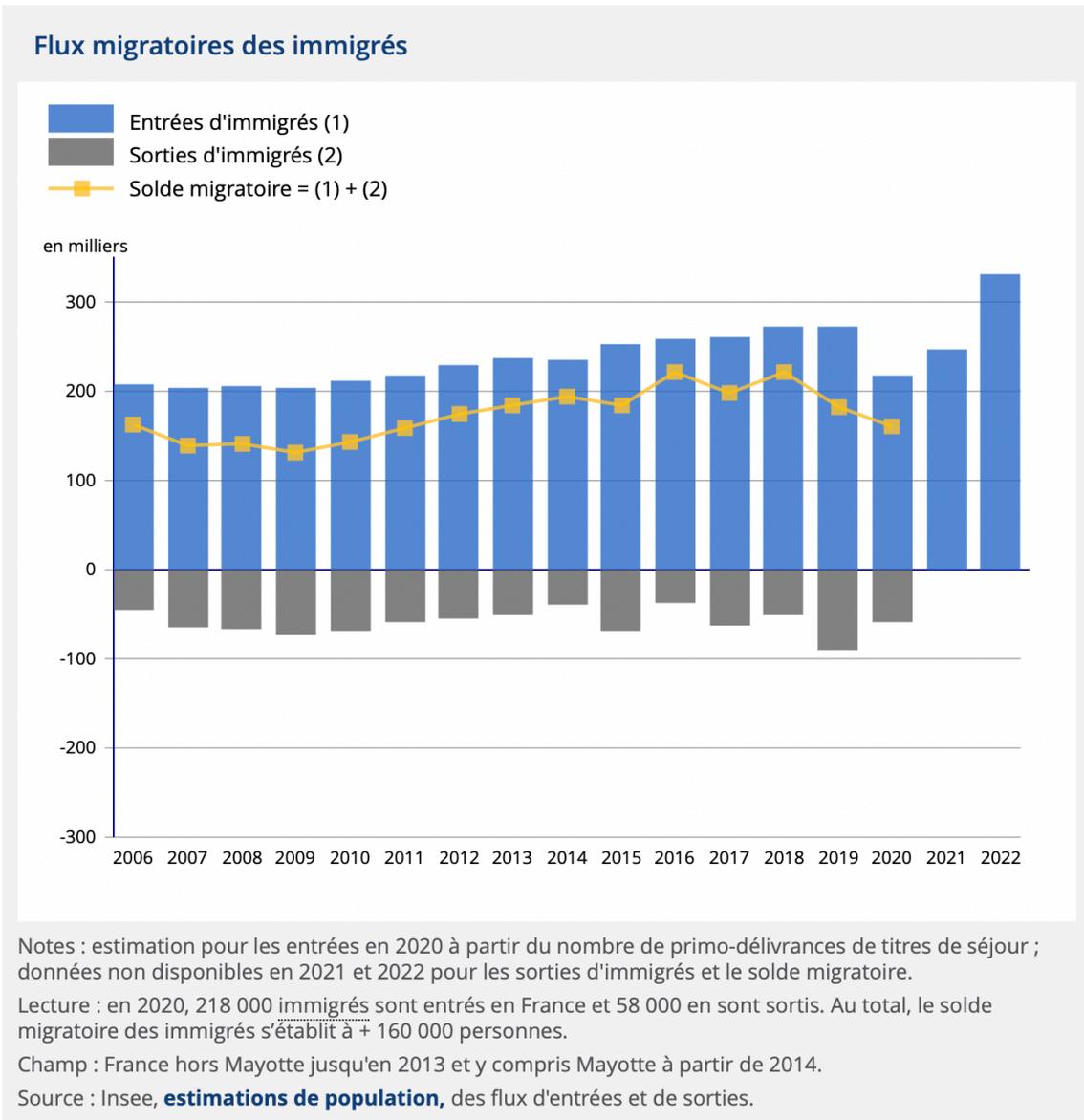
Ilustración 6 - Descomposición de la población que vive en Francia según lugar de nacimiento y nacionalidad en 2023.



Fuente: Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE)

² <https://datosmacro.expansion.com/demografia/migracion/inmigracion/espana>

Ilustración 7 - Flujo migratorio de los inmigrantes en Francia (2023).



Fuente: Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE)

Las migraciones siempre habían sido masculinizadas, ya que eran los hombres los que representaban los volúmenes más numerosos. Las mujeres históricamente no habían migrado y se habían hecho cargo de las labores domésticas y del cuidado de los niños, siendo los hombres los que mandaban remesas desde el extranjero a sus familias en los países de origen. En los últimos años, son muchas las mujeres que deciden migrar por diferentes motivos, entre los que destaca el fin de mejorar sus trabajos, sin embargo, no siempre se consigue el fin perseguido. La mayoría de las mujeres migrantes se integran en trabajos domésticos, como los que podían

realizar en sus países de origen y en trabajos con una mayor vulnerabilidad hacia la precariedad y la violencia, asignados tradicionalmente a las mujeres.

Una vez que hemos analizado que más de la mitad de las personas migrantes en nuestras fronteras europeas corresponden a mujeres, se han escogido tres grandes regiones como referencia para llevar a cabo nuestra investigación. Estos grupos se van a justificar a continuación, pero principalmente hacen referencia a aquellos que son completamente distintos entre ellos, a nivel cultural, religioso, de raza o social, lo cual nos permite poder analizar cuáles son los elementos que confluyen y que difieren en la creación de la identidad y cómo se relacionan con las sociedades de destino a través de sus hábitos de consumo. A priori, el principal punto que tienen en común es el género, lo cual se verá si se podría definir como un elemento común a la hora de actuar de las mujeres o no.

Para poder justificar los grupos de estudio seleccionados, nos gustaría poder elaborar un pequeño análisis de cada uno de ellos y de la relevancia que tienen para España estos grupos migratorios. Se intentará, además, establecer cuáles pueden ser los factores comunes y diferenciadores de cada uno de ellos.

Tener conocimiento histórico de las migraciones a nivel internacional y de cómo han ido evolucionando en el contexto español, es importante para poder comprender cada uno de los grupos en un primer nivel, para podernos visibilizar sus realidades y esclarecer cómo pueden, o no, integrarse y ser parte de su nueva realidad.

Esta realidad muchas veces no ha sido escogida y por tanto puede suponer un conflicto entre la realidad y el deseo de estas mujeres migrantes que podrá ser expresado a través de sus hábitos de consumo.

Las facilidades para la integración y las características comunes que compartan con la sociedad española jugarán un papel fundamental a la hora de crear nuevas realidades, que se verán marcadas por su experiencia previa y por la realidad que se encuentren una vez que se hayan establecido.

Comprender las realidades es uno de los factores determinantes. Más adelante se verá como a través de la metodología escogida intentaremos entender el porqué

del comportamiento y de los hábitos de consumo escogidos, ya que saber por dónde han pasado hasta llegar a España arrojará información muy relevante para el estudio de las poblaciones en la construcción de las identidades.

A lo largo de la literatura se puede ver como las personas migrantes han sido definidas como consumidores vulnerables (Baker, et al., 2005; Peñaloza, 1995; Lee y Soberon-Ferrer, 1997).

Arnould, et al., (2006, p. 122) defienden que “elegir para una investigación contextos o colectivos de consumo que son culturalmente significativos y potentes, aunque extremos o marginales, son idóneos para la construcción de teorías dado que reflejan diversidad y complejidad de significados”. Dicho de otra manera, si se escogieran grupos de estudio que fueran iguales a nuestra cultura o compartieran con nosotros varios rasgos comunes, no arrojaría tanta información como un grupo nuevo de estudio que por sus características son intrínsecamente diferentes a nosotros. De esta forma se fomenta un interés hacia lo desconocido, haciendo que se generen comparaciones y que podamos desarrollar nuevas teorías.

En un primero momento la tesis se basaba en el análisis de las mujeres migrantes procedentes de Oriente Próximo, sin embargo, existía el miedo a que el estudio no fuera relevante para la sociedad al tratarse de un grupo reducido de personas, por lo que se amplió a colectivos grandes y significativos. Además, este primer grupo de estudio es muy vulnerable y existen grandes dificultades de acceso a ellas en muchas ocasiones, por lo que se decidió poder ampliar su región al Magreb y además incluir los grupos de estudio de América Latina y África Subsahariana. Por supuesto, aún a riesgo de encontrar muchas diferencias incluso entre ellos, para poder generar un mayor interés en los lectores.

3.1. Mujeres migrantes de América Latina.



El grupo de América Latina es el más numeroso dentro de nuestras fronteras, además tenemos con ellos un histórico y una relación a lo largo del tiempo que hace que sea uno de los lugares de referencia para sus movimientos migratorios. Parece lógico pensar que las personas de América Latina decidan migrar a España, ya que compartimos muchos elementos comunes, como puede ser una religión mayoritariamente católica, una lengua y una cultura similar.

Pero la migración de América Latina no siempre ha sido igual. Entre finales del siglo pasado y principio del actual, la inmigración en España experimentó un crecimiento espectacular. En 1998 los nacidos en el extranjero no llegaban a representar el 3%, en la actualidad representan el 15,03% en 2021 (INE, 2021).

A pesar de este crecimiento, a partir de 2008 y, como consecuencia de la crisis económica que vivió España, la población latinoamericana se vio especialmente afectada. A pesar de que seguían llegando personas, muchas de las que ya estaban residiendo decidieron abandonar España.

El destino después de España fue diferente entre aquellas personas que ya habían conseguido la nacionalidad española y los que todavía no contaban con la doble nacionalidad. La decisión de migrar de los latinoamericanos españoles estuvo caracterizada por una migración dentro del espacio Schengen, donde pueden

trabajar y vivir libremente y donde el impacto durante la crisis fue diferente y proporcionó oportunidades laborales a todos aquellos migrantes que en España perdieron su trabajo a causa de la crisis.

Si tenemos en cuenta los datos ofrecidos en España, las personas procedentes de América Latina, incluyendo Centro América y el Caribe, han ascendido a 3.053.414 personas, una cifra muy por encima de la media de los últimos 10 años, según datos del INE. Según el INE (2021), en España viven 7.117.527 personas que han nacido en un país distinto, por lo que América Latina representa que casi el 43% de todas las personas migrantes en España son procedentes de esta región.

En cuanto a Francia, también se observa que es un grupo numeroso, aunque en mucha menos medida que para España, no siendo su primer grupo de inmigración. De hecho, se encuentra por detrás de Europa, África o Asia, de esta forma, podemos decir que para nosotros es importante analizar cómo se sienten las mujeres migrantes de América Latina en Francia, porque no son tan numerosas y son culturalmente más diferentes.

En 2022, el 2,4% de los inmigrantes llegados a Francia procedían de Brasil, y los siguientes países en el país se representaban en Colombia, México, Argentina, Perú y Venezuela (INSEE, 2022). Se ha observado que en los últimos años la migración de las personas procedentes de América Latina es una migración principalmente femenina. Como se ha comentado anteriormente, los movimientos migratorios habían estado caracterizados por el carácter masculino de los mismos y en la actualidad se habla de una feminización de las migraciones, al haber cada vez más mujeres desplazadas.

Si analizamos ofrecidos para los tres países que más representación tienen en España (Colombia, Ecuador y Venezuela), nos damos cuenta de que en todos ellos las mujeres suponen más del 55-60%.

No hay que perder de vista que la migración de esta región del mundo ha ido evolucionando mucho en los últimos años, ya que las grandes inestabilidades que atraviesan ciertos países, debido, en muchas ocasiones, a los regímenes políticos, ha hecho que países como Venezuela cuenten actualmente con una gran

representación. Las diásporas se han visto principalmente motivadas por las crisis políticas y sociales que han castigado ciertas naciones durante la pasada década y que se extienden hasta el momento presente.

Por otro lado, los flujos migratorios de los países del Triángulo Norte de Centroamérica, región muy azotada por las dificultades sociales y económicas, tiene una migración predominantemente hacia México y Estados Unidos, lugar donde se encuentran las mayores dificultades. Este triángulo ha sido muy analizado en la literatura al comprender una de las rutas migratorias más peligrosas para la población civil, ya que se enfrentan a situaciones de tráfico de personas, violaciones sistemáticas, inestabilidades y persecuciones, así como a las mafias que utilizan a las personas como mulas para el paso de mercancías ilegales.

La inestabilidad y la precariedad son solamente dos de las causas mayoritarias que fuerzan los movimientos migratorios.

Sin embargo, como se ha comentado anteriormente, la situación de vulnerabilidad que viven las personas migrantes les hace ser más propensos a sufrir las consecuencias de las diferentes crisis que se han sucedido en los últimos años. La coyuntura de desempleo y recesión, que se plasmó en el inicio de la pasada crisis y que se está viendo reflejada más de una década después por la incidencia del coronavirus en nuestro país, lleva a los migrantes latinoamericanos a una encrucijada, en la que se ven obligados a elegir entre su “sueño europeo” y la vuelta a sus respectivos países. Suelen insertarse en los mercados laborales menos regulares y con una mayor rotación, así como en sectores de economía sumergida donde no tienen ningún tipo de garantías.

Si se ha tomado como referencia a las mujeres procedentes de América Latina es por:

- Es el grupo más numeroso sin ninguna duda. No solo es el grupo más numeroso como hemos visto anteriormente, sino que, además, es un grupo en continuo crecimiento. Si bien ha habido momentos en los que ha habido

flujos de regresión, siguen llegando nuevos migrantes a nuestro territorio en busca de nuevas oportunidades.

- América Latina es una región con grandes inestabilidades políticas y desigualdades sociales, que fuerzan a las mujeres a conseguir nuevos objetivos y a estar más presentes en las migraciones económicas que intentan buscar nuevas oportunidades.
- Compartimos parte de una cultura, de las tradiciones, la religión mayoritaria y una lengua, lo que a priori parecen elementos que podrían facilitar la integración de las mujeres y que les podrían hacer más cómodo el proceso de adaptación. Estos elementos son algunos de los que se van a analizar en nuestro trabajo de campo para ver cómo influyen en el proceso de creación de la identidad a través de sus hábitos de consumo, que podrían ser similares.

Las mujeres procedentes de América Latina, en general, encuentran grandes comunidades donde el proceso de integración se puede ver simplificado. Además, muchas de estas mujeres ya están insertadas dentro del mercado laboral y pueden ejercer de vías de entrada para encontrar un trabajo. Además, por los acuerdos internacionales que mantiene España con los países de América Latina, es mucho más sencillo obtener permisos de residencia y de trabajo, lo que facilita todo el proceso que han de seguir.

A pesar de esto, no es sencillo, pues no es fácil salir de los sectores de cuidados donde se ven involucradas y entrar a formar parte de trabajos más cualificados, sobre todo, si la vía de entrada al territorio español no ha venido acompañada de una oferta de trabajo. Las mujeres se enfrentan a perpetuar los patrones de género que las sociedades han venido desarrollando a lo largo de la historia y a los que se busca hacer frente.

Por todos estos motivos nos pareció que incluirlas dentro de nuestro estudio nos iba a facilitar mucho la comparativa, al ser las que más elementos comparten con las mujeres españolas. Pero que, a su vez, podría arrojar datos aclaratorios sobre qué elementos realmente no influyen en la decisión de compra y que, no forman parte de manera decisoria de la creación de las identidades.

País	Venezuela
Migrantes/refugiados	5,4 millones ³ de personas refugiadas y migrantes de la República Bolivariana de Venezuela a nivel mundial.
Situación	El flujo de salida de más de 5 millones de personas refugiadas y migrantes de Venezuela representa la segunda crisis de desplazamiento externo más grande del mundo. La pandemia de COVID-19 exacerbó los riesgos, y muchas personas venezolanas desplazadas perdieron sus empleos y no pudieron afrontar los gastos de los alimentos y el albergue. Al tener que enfrentarse al desalojo, la explotación y el abuso, sin acceso o con acceso limitado a la atención médica o la protección social, al comienzo de la pandemia, cerca de 130.000 personas no tuvieron más opción que retornar, pero un creciente número de personas huyeron cuando se redujeron las restricciones de circulación. Con las fronteras aún cerradas, la mayoría de los movimientos fueron irregulares, lo cual generó más riesgos. ACNUR y la OIM lideraron la Plataforma Regional de Coordinación Interagencial, coordinando la respuesta para 3,18 millones de personas refugiadas y migrantes de Venezuela y las comunidades de acogida de 18 países de América Latina y el Caribe.

³ Esta cifra incluye a las personas venezolanas refugiadas, migrantes y solicitantes de asilo reportadas mediante la Plataforma de Coordinación para Refugiados y Migrantes de Venezuela.

País	Colombia
Refugiados y solicitantes de asilo	260.000
Situación	<p>La COVID-19, los nuevos desplazamientos internos y la violencia ejercida por grupos armados irregulares limitaron el progreso para encontrar soluciones para las PDI. Las restricciones relacionadas con la COVID-19 limitaron el acceso humanitario, como también lo hicieron los grupos armados irregulares, que ejercieron control sobre las comunidades y restringieron la circulación de 61.450 personas. Las comunidades indígenas afrocolombianas que se encuentran en la Costa del Pacífico y en zonas fronterizas se vieron particularmente afectadas. A pesar de los esfuerzos nacionales por implementar el Acuerdo de Paz, la misión de verificación de la ONU en Colombia reporta que, desde 2016, fueron asesinados 378 líderes comunitarios. Además, según la OCHA, 165 personas fueron víctimas de minas antipersonas en 2020.</p>

País	El Salvador, Guatemala y Honduras
Buscando protección internacional	550.000
Situación	<p>Los factores económicos, políticos, humanitarios, sociales y climáticos (combinados con la violencia pandillera crónica, las violaciones de los derechos humanos y la inseguridad alimentaria) propiciaron grandes movimientos mixtos y un constante éxodo de personas, familias y</p>

	<p>menores no acompañados. México registró 41.303 solicitudes de asilo en 2020, el 58% de la cifra registrada en 2019, pero considerablemente superior a la de 2018, cuando la Comisión Mexicana de Ayuda a las personas Refugiadas registró 29.600 solicitudes. Con la mayor presión del desplazamiento forzado en los sistemas nacionales de protección y asilo a nivel regional, el Marco Integral Regional para la Protección y Soluciones (MIRPS) buscó expandir la capacidad operacional de Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México y Panamá para poder dar respuesta y encontrar soluciones. Durante el cambio de presidencia de El Salvador, como parte de los compromisos asumidos en el Foro Mundial sobre los Refugiados, se creó una Plataforma de Apoyo para el MIRPS, con España actualmente a cargo de la presidencia.</p>
--	--

País	Nicaragua
Buscando protección internacional	79.500
Situación	<p>Con las fronteras cerradas, la cantidad de personas nicaragüenses en busca de protección internacional creció ligeramente en 2020, a pesar de la COVID-19 y las tormentas tropicales agravadas por la compleja situación política y socioeconómica. Las restricciones fronterizas relacionadas con la COVID-19 aumentaron los riesgos de usar rutas irregulares y limitaron las posibilidades de acceder al asilo. A pesar de los esfuerzos de los Gobiernos de acogida, la recesión económica generada por la pandemia propició</p>

	movimientos de retorno en condiciones adversas a Nicaragua.
--	---

3.2. Mujeres migrantes del Magreb y Oriente Próximo.



Antes de pasar a analizar la relación de España con las migraciones procedentes del Magreb y Oriente Próximo, nos gustaría hacer una aclaración sobre los países que incluimos en cada región, ya que muchas veces no está clara y puede parecer poco aclaratoria o difusa.

- Cuando estamos hablando del Magreb nos estamos refiriendo a los países de Marruecos, Argelia, Túnez y Libia.
- Por su parte, consideramos que Oriente Próximo está formado por Afganistán, Arabia Saudita, Bahréin, Catar, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Iraq, Irán, Israel, Palestina, Jordania, Kuwait, Líbano, Omán, Siria, Sudán y Yemen.

Aunque se aprecian grandes diferencias entre todos ellos, nos permitimos analizarlos de forma conjunta ya que comparten una lengua y una religión mayoritaria. Esto no quiere decir que no existan otras lenguas o religiones minoritarias dentro del territorio, sino que tomamos como referencia la oficialidad del territorio. Además, todos estos países han estado marcados por patrones de

conducta similares y han tenido acontecimientos que se han ido propagando de unos a otros a lo largo de los últimos años.

A pesar de esto, no hay que olvidar que es una región con grandes diferencias entre ellas a nivel social y económico. A grandes rasgos todas están caracterizadas por tener regímenes autoritarios, pocas libertades sociales, retrocesos económicos y una privación de los derechos. Sin embargo, hay países con un alto crecimiento económico que podrían hacernos pensar que van a adoptar patrones de comportamiento diferenciados.

A nivel cuantitativo, según el INE, en julio de 2020, los dos grupos más numerosos en España proceden de la región del Magreb. En España hay 815.848 marroquíes viviendo, seguido de lejos de Argelia con 63.800 personas. Actualmente se puede ver que hay muchos problemas con las fronteras que compartimos con Marruecos, dando pie a situaciones de conflicto y de devoluciones en caliente, que hace que la frontera sea un punto conflictivo y donde surgen grandes violaciones a los derechos humanos. La protección internacional y el derecho de asilo son dos puntos importantes para tener en cuenta cuando hablamos de estas conductas y que se analizarán posteriormente.

Este grupo es extremadamente importante para Francia, ya que supone el grupo más numeroso por detrás de las llegadas de Europa. Casi el 7% de los migrantes de Francia procede de Argelia, seguido de Marruecos y Túnez (INSEE, 2022). Esta migración, además, no es algo nuevo, tiene una tradición histórica y unos flujos que siguen patrones cada año y que siempre se mantienen estables. Estos países son excolonias francesas, por lo que se observa el lazo que todavía sigue vigente entre ellos y el idioma oficial es el francés, por lo cual la migración es más sencilla al tener puntos en común. Es “sencillo” migrar desde estos países a Francia, debido a las facilidades, a las relaciones familiares (que puedes utilizar para la reagrupación familiar) y por la inmensa red de apoyo que pueden encontrar en el país.

Este grupo constituye una barrera importante de acceso, ya que, por sus costumbres, cultura y a todo lo que han estado expuestas, no es sencillo llegar a

ellas ni que se abran a la hora de compartir información. En este sentido estamos hablando, sobre todo, de aquellas de primera generación cuando llegan a España, las que han llegado por vías irregulares, las que han sufrido pérdida de sus derechos y libertades y las que tienen un nivel social y económico más bajo. Si bien es cierto que no son todas y que, en muchas ocasiones, es una generalidad de la que hablamos sin que suponga una realidad. Además, la lengua es otra barrera a la que tenemos que hacer frente, ya que muchas de ellas no son capaces, en un primer momento, de comunicarse en otro idioma.

A pesar de que supongan un grupo tan numeroso y relevante para España, ya comentó Sierra (2016) que las mujeres procedentes de Marruecos se consideraban consumidores herméticos, y, por tanto, sujetos de difícil acceso a la hora de ser investigados.

Es importante entender que esta región del mundo no es relevante por el número de migrantes que tenemos en España, sino por las tensiones que viven, la cantidad de desplazamientos forzosos, los solicitantes de asilo y todas las personas que viven en campos de refugiados esperando entrar a Europa. Todo esto consecuencias que han sido ampliamente estudiadas en los últimos años, ya que han sido las principales causas de la crisis europea de refugiados.

España supone el punto de acceso para la mayoría de las personas provenientes del Magreb. En los últimos años estamos viendo como la migración irregular proveniente del norte de África ha aumentado considerablemente y ha hecho que la tensión en Ceuta, Melilla y el sur de España se agrave debido a la cantidad de personas que intentan pasar la frontera a diario. Sin embargo, como veremos, no somos un país prioritario para las personas migrantes de Oriente Próximo, que tienen como destinos predilectos otros países de la Unión Europea, como son Alemania, Suecia, Reino Unido (antes del Brexit) o Francia, con quienes comparten otras particularidades y donde hay asentamientos mucho más numerosos que les facilitan la integración.

Por otro lado, es importante señalar que es una región muy amplia, donde viven alrededor de 400 millones de personas y que presenta una gran diversidad dentro

del territorio. Es una región que alberga numerosos grupos étnicos, diferentes lenguas y religiones. Esto genera que el estudio que vamos a desarrollar se encuentre marcado por muchos sesgos que podrían dificultar el estudio de los hábitos de consumo. Sin embargo, vamos a intentar centrarnos en aquellos elementos que resultan comunes y a intentar que los patrones sean similares para todos.

Tal y como se ha comentado, España es el país de la Unión Europea fronterizo con el Magreb, así como una entrada por mar para muchos de los que optan por rutas irregulares para acceder al territorio europeo, por lo que tiene un papel clave en la evolución de las migraciones.

Desde el año 2011, las migraciones provenientes del Magreb y Oriente Próximo han sufrido un constante aumento y cambio, sobre todo entre 2015 y 2018.

Este cambio se debe, fundamentalmente, a que el Magreb y Oriente Próximo desde el llamado “despertar árabe” en 2011 ha sido un foco de constante tensión y que ha puesto al mundo a esperar lo inesperable. Durante estos años se han afianzado varias dinámicas en la región (Álvarez-Osorio et al., 2021) como la profundidad de las transformaciones sociales y políticas, el incremento de las desigualdades económicas entre países o la incapacidad de los gobiernos por dar respuesta a las necesidades sociales.

Estos factores que han generado la inestabilidad en la región han ido tomando fuerza en la última década. Esto ha dado como resultado el aumento de los flujos migratorios con los países fronterizos, los cuales ya tienen sus propios problemas, y la inestabilidad y la tensión con los países de la Unión Europea donde se observa un incremento de procesos de odio y racismo.

Toda la inestabilidad de la región dio como resultado la caída de algunos estados, como Siria, Iraq, Yemen, Libia o Afganistán) o el inicio de algunas guerras civiles. Hay que tener en cuenta que las demandas sociales, políticas y económicas por las que empiezan las revueltas árabes todavía no han sido resueltas, por lo que se observa que estos conflictos internos e internacionales van en aumento.

Ilustración 8 - Movilizaciones árabes tras las Primaveras Árabes, 2015-2021

Fecha	Lugar	Situación
Agosto de 2015	Líbano	Crisis de la basura. Exigencia de servicios públicos efectivos
Verano 2016	Sur de Argelia	Protestas en el sur por la subida de los servicios básicos.
Otoño 2016-17	Rif Marruecos	Al-Hirak al-Sha'bi. Demandas socioeconómicas que se extienden a cuestiones políticas y de reconocimiento identitario.
Enero de 2017	Cabilia Argelia	Protestas contra las medidas de austeridad por parte del Gobierno.
Diciembre 2017-18	Jerada Marruecos	Protestas contra la pobreza y la marginación.
Enero de 2018	Túnez	Contra el presupuesto y las medidas de austeridad.
Abril de 2018	Marruecos	Campaña de boicot a ciertos productos.
Mayo de 2018	Jordania	Contra la subida de impuestos y medidas impuestas por el FMI.
Septiembre de 2018	Basora Iraq	Protestas sociales, violencia, reclamo de servicios sociales e inversiones.
Diciembre 2018-19	Sudán	Amplio movimiento de protestas contra el régimen.
Febrero de 2019	Argelia	Hirak argelino. Cuestionamiento del sistema político. Se prolonga varios meses.
Octubre de 2019	Líbano	Manifestaciones contra el Gobierno y el sistema político comunitarista.
Octubre de 2019	Iraq	Revolución primero de octubre.
Enero de 2020	Líbano	Protestas con violencia. Denuncian la falta de un Gobierno efectivo.

Fuente: Álvarez-Ossorio, et al., “Movilizaciones populares tras las Primaveras Árabes (2011-2021). Catarata, 2021.

Las Primaveras Árabes supusieron un aire fresco y una esperanza de cambio y desarrollo para la región, sin embargo, no se puede hablar de que fueran verdaderamente una revolución, sino más bien supusieron una serie de levantamientos con aires de protesta que no llegaron a tener las consecuencias esperadas.

El análisis de estas últimas manifestaciones en el territorio pone en evidencia unos patrones comunes: todas ellas se producen por agravios socioeconómicos (desempleo, privaciones relativas, desigualdad), rechazo a medidas de austeridad (ajustes presupuestarios, alza de precios, etc.) y denuncia de la corrupción (tanto pública como privada), así como reclamos de derechos políticos y democráticos más amplios (demandas de renegociación del contrato social, de reformas políticas y de libertades). También señala la pluralidad de respuestas de los Gobiernos ante las movilizaciones populares, que van de la represión generalizada, la combinación de represión y concesiones, las reformas políticas limitadas y la introducción de cambios graduales (O'Driscoll et al., 2020).

Estos movimientos sociales que reclaman derechos o protestan contra las políticas gubernamentales tanto en el Magreb como en Oriente Próximo se dan en contextos que siguen siendo esencialmente no democráticos y autoritarios.

La pandemia de la COVID-19 ha provocado que los viejos modelos económicos y los programas de ajuste impuestos en las últimas décadas han generado situaciones con altos costes sociales en materia de servicios básicos, empleo y en

un aumento generalizado de la pobreza. Según el Banco Mundial, esta contracción económica tuvo un especial impacto en el desempleo y, sobre todo, entre jóvenes y mujeres. Debe tenerse en cuenta que la región es la que tiene un mayor porcentaje de desempleo juvenil del mundo (un 27%) y un menor acceso de la mujer al trabajo asalariado (apenas un 20%), quedando la mayor parte de ellos abocados al sector informal. Según diferentes previsiones, la pobreza aumentará de manera significativa en el mundo árabe afectando al 25% de la población: un total de 115 millones de personas, lo que podría acrecentar el divorcio entre gobernantes y gobernados y disparar las movilizaciones sociales en el futuro inmediato.

Hoy en día, España se enfrenta el reto de la desestabilización de Marruecos y Argelia. Como está quedando patente, es la falta de avances hacia el buen gobierno lo que genera la frustración social que lleva al cuestionamiento del statu quo por distintas vías, bien sea mediante el activismo pacífico, las convulsiones sociales, las luchas de poder entre élites o el recurso a opciones extremistas y violentas. El hecho de que la situación sea mucho peor en países del Máchreq⁴ que en algunos del Magreb no debería generar un estado de despreocupación sobre el futuro del norte de África.

Una vez visto de dónde provienen los flujos migratorios principales de la región, podemos establecer que es un grupo que nos genera mucho interés debido, sobre todo, a:

- Mayor vulnerabilidad e inestabilidad, así como mayor rechazo por parte de la sociedad de acogida. Actualmente nos estamos encontrando con movimientos contrarios a la religión musulmana y con todo lo que tenga que ver con la región, incentivados por el miedo y por el surgimiento de partidos políticos de extrema derecha que hacen que todas las personas musulmanas sean catalogadas sistemáticamente de terroristas.

⁴ La Unión Europea se refiere a Máchreq como el grupo formado por Egipto, Jordania, Líbano, Palestina y Siria. A estos habría que unir Arabia Saudí, Sudán, Yemen, Irak, Qatar, Bahreín, Omán, Kuwait y los Emiratos Árabes Unidos.

- Cultura, religión y lengua son elementos totalmente diferenciadores con nuestra sociedad y nos parece una buena oportunidad para poder analizar los elementos diferenciadores. Un estudio sobre la inmigración musulmana en Europa (Pérez-Díaz, et al., 2004) establece que las asociaciones se basan en rasgos de identidad étnicos y religiosos y en la defensa de sus propios intereses, como inmigrantes y trabajadores. Destacan los rasgos de identidad que el inmigrante quiere perpetuar en el país de acogida por el encima del apego nacional: el islam como forma de vida y la lengua de origen.
- La situación de la mujer en su territorio y la conducta que adoptan cuando llegan a España nos puede dar una idea de cómo se relacionan y de cómo consumen para relacionarse.

Además, ya se ha estudiado (Sierra, 2016) que la cultura patriarcal de los musulmanes marca su conducta y retrasa la integración, ya que marca diferentes patrones de conducta y asigna los roles de cada miembro de la comunidad. En muchas ocasiones esto dificulta la integración en la sociedad generando un rechazo mutuo entre los miembros.

En la mayoría de los casos solamente se entremezclan con las personas de su comunidad, dedicando el tiempo libre a las personas de su colectivo y no mezclándose con los de la sociedad de acogida. Se observa que la religión y sus preceptos, así como el rol de la mujer dentro de la sociedad islámica, afecta a la vida cotidiana en España.

País	Siria
Refugiados y PDI	5,5 millones de refugiados y 6,7 millones PDI
Situación	La crisis de Siria entró en su décimo año, y sigue siendo la mayor situación de desplazamiento en el mundo. Más de 6,7 millones de personas sirias seguían en situaciones de desplazamiento interno y 5,5 millones estaban refugiadas en Turquía, El Líbano, Jordania, Irak y Egipto. Un estudio del

	<p>Banco Mundial reveló que el impacto socioeconómico de la COVID-19 llevó a la pobreza a 4,4 millones de personas en las comunidades de acogida y a 1,1 millones de personas refugiadas y PDI. Una serie de factores, entre ellos la COVID-19, obstaculizaron los retornos, y solo permitieron el retorno de unas 38.600 personas refugiadas sirias en 2020, un 60% menos que en 2019. Las salidas de reasentamiento también disminuyeron un 60%, a 9.230. En Siria, el agravamiento de las condiciones económicas y la inseguridad alimentaria aumentó el número de personas necesitadas. Las restricciones de circulación, algunas relacionadas con la COVID-19, obstaculizaron el acceso de la ayuda humanitaria.</p>
--	---

País	Irak
Refugiados y PDI	241.200 refugiados en países vecinos, 1,2 millones de PDI y 47.300 apátridas
Situación	<p>La situación de Irak siguió siendo inestable, ya que el país enfrenta problemas políticos y de seguridad. Hubo más de 1,2 millones de PDI. Más de 278.000 PDI retornadas siguieron enfrentando riesgos de protección y un acceso limitado a los servicios básicos y las oportunidades de medios de vida. Las consecuencias sanitarias y socioeconómicas de la COVID-19 agravaron una crisis económica ya existente y exacerbaron los riesgos de protección.</p>

País	Yemen
------	-------

Refugiados y solicitantes de asilo	167.000 refugiados en Yemen, 10.700 solicitantes de asilo y 4 millones de PDI
Situación	<p>Yemen continuó representando la peor crisis humanitaria a nivel mundial, con un 66% de su población enfrentando necesidades de ayuda humanitaria, de los cuales 12,1 millones se encuentran en situación de necesidad extrema. La hambruna y la desnutrición grave siguieron siendo una amenaza para 5 millones de yemeníes, y la inseguridad alimentaria afectó a 16,2 millones de personas. Las hostilidades prolongadas, el continuo bloqueo por parte de las fuerzas de conciliación, la drástica reducción de remesas y la prolongada crisis de combustible sumieron aún más a las personas yemeníes en la pobreza. Alrededor de 1 millón de PDI residían en 1.600 sitios de acogida para PDI, casi la mitad de muy cerca de las zonas de conflicto. Sin avances significativos hacia un acuerdo de paz, la escalada de las hostilidades y la aparición de frentes forzaron el desplazamiento de más de 172.000 personas. La COVID-19 afectó aún más a la ya devastada economía e infraestructura, poniendo a prueba los limitados recursos públicos y agregando más tensión al sistema de salud con un nuevo nivel de vulnerabilidad. Yemen acogió a 177.000 personas refugiadas y solicitantes de asilo, en su mayoría procedentes del Cuerno de África.</p>

País	Libia
------	-------

Refugiados y solicitantes de asilo	44.200 refugiados y 278.200 PDI
Situación	<p>El entorno socioeconómico de Libia se deterioró aún más en medio de su imprevisible situación de seguridad, pero una propuesta de alto el fuego y un Gobierno de unidad provisional supusieron un avance. 105.400 PDI regresaron a sus lugares de origen, pero 278.200 siguieron desplazadas. Se observó un aumento del 58% en las salidas por mar desde Libia en comparación con 2019. La pandemia amenazó el bienestar de las personas de interés, ya que afectó su salud, educación y medios de vida.</p>

3.3. Mujeres migrantes de África Subsahariana.



Por su parte, África Subsahariana es una región compuesta por una gran multitud de países situados al sur del Sáhara. Es una región con más de 900 millones de personas, que hablan miles de lenguas, que la hacen una de las regiones más ricas culturalmente a nivel mundial.

Se ha podido observar cómo desde el inicio del siglo XX las regiones occidentales, caracterizadas por una estabilidad económica, están viviendo un estancamiento de la población e incluso un retroceso, mientras que las regiones más pobres del planeta, como África Subsahariana, se caracterizan por tener una gran tasa de natalidad y por el crecimiento continuo de su población. Este fenómeno provoca que, además, sigan creciendo las desigualdades económicas y que no se logre avanzar hacia una estabilidad y un crecimiento adecuado para la región.

Este desajuste ha provocado y seguirá provocando en el futuro que la migración procedente de países en vías de desarrollo siga creciendo, ya que las personas que viven en amplias zonas donde el desarrollo no está siendo una realidad buscan desesperadamente buscar una vida mejor, donde sus esfuerzos cuenten con recompensas.

La región del Sahel puede considerarse una de las regiones más pobres del planeta. En los últimos años ha tenido que hacer frente a graves sequías, inseguridad alimentaria y nutricional, episodios violentos, conflictos armados y graves epidemias. La extrema pobreza de una parte de la población y la falta de respuesta a sus necesidades más críticas perpetúan la grave situación humanitaria de la región.

La migración procedente de África Subsahariana está caracterizada por estar forzada por la pobreza, aunque también se recoge que es una región con una fuerte inestabilidad política, así como la ausencia del respeto a los derechos humanos. La región, además, se ve azotada por guerras civiles internas entre facciones rivales es otra de las causas de esta migración hacia el norte.

- La situación de seguridad se ha deteriorado desde el comienzo del conflicto en Mali en 2012. Las tensiones y conflictos han causado la destrucción de infraestructuras, pérdidas humanas y el desplazamiento de un gran número de personas.
- Asimismo, en la región del Lago Chad, la violencia desencadenada, especialmente a partir de 2013 y 2014, con la ofensiva del ejército de Nigeria sobre el grupo terrorista Boko Haram para recuperar el control del territorio, ha afectado a todos los países vecino de la cuenca del Lago Chad, causando una de las crisis más severas del mundo.

La población en España procedente de África Subsahariana, según las cifras arrojadas por el INE en 2021 se sitúan en 25.613 personas, el grupo menos numeroso. Es cierto que las cifras que muestra el INE no hacen referencia a las cifras totales de la región, pues solo se están recogiendo los países más numerosos. Además, España no es el país que más migración de África

Subsahariana recibe de Europa, ya que no cuenta con los lazos históricos que le pueden unir con otros países. Aunque España se sitúa como un país estratégico por su situación con respecto al continente africano, lo que facilita que sea un país receptor de migración subsahariana.

La migración de África Subsahariana hacia España no es algo nuevo, es algo que se ha repetido en el último siglo, pero es cierto que los nuevos flujos migratorios han abierto un precedente para ampliar el control y hacer que los medios sean más efectivos.

Y, en este caso, para Francia es otro de los grupos más numerosos, siendo diferente una vez más a España. En Francia la migración procedente de África Subsahariana es multitudinaria y en el país francés encuentran gran cantidad de redes de apoyo para su integración tras el proceso migratorio. Los países más representativos, según el INSEE (2022), son Côte d'Ivoire, Senegal, Guinea, Camerún, Congo y República Democrática del Congo.

Estos datos los corroboramos con las entrevistas realizadas. Es una región importante para Francia porque cultura y raza juegan un papel importante a la hora de su integración y se pueden observar áreas exclusivamente reservadas y grupos muy mayoritarios donde manifestar su cultura diariamente.

Es importante que la diversidad de la región hace que sea complicada la gestión de la migración, pues no es una región unificada en lengua, cultura o religión, por lo que la diversidad de la migración es aún mayor. Esto supone un problema a la hora de diseñar políticas de integración y de intentar que sientan que tienen un nuevo hogar en el que desarrollarse y ser ellos plenamente.

Si se ha tenido en cuenta las mujeres provenientes de África Subsahariana es por la riqueza cultural que aportan y el factor diferenciador clave de la raza, ya que es el rasgo más característico de esta población. Además, la mayoría de las personas que llegan a nuestras fronteras lo hacen de manera irregular, estando el proceso migratorio caracterizado por situaciones de abuso y precariedad.

Es cierto que es una migración tradicionalmente masculinizada, ya que la mayoría de las personas que llegan a nuestras fronteras son hombres, aunque no es extraño

ver como cada vez más hay más mujeres con niños intentando llegar a través de largos viajes en busca de nuevas oportunidades. No es extraño ver cómo hay personas que pierden la vida intentando llegar a nuestras fronteras por vías no convencionales intentando saltarse los rigurosos controles de acceso.

El papel que ha ejercido la mujer africana tradicionalmente en la economía ha sido imprescindible para su desarrollo. Las sociedades eran principalmente matriarcales, pero después de la colonización y de la fuerte desestructuración que ha sufrido el continente se ha tendido hacia sociedades patriarcales. Si bien es cierto que esta situación se está revirtiendo nuevamente y que sin la fuerza de trabajo de las mujeres y sus labores domésticas y en la economía no sería posiblemente su desarrollo.

A pesar de que el papel de la mujer resulta clave, hay una serie de barreras que las impiden empoderarse y ser incluidas de forma plena en la sociedad: las limitaciones de acceso a la educación, al trabajo y a los puestos representativos de poder.

País	Sudán del Sur
Refugiados y solicitantes de asilo	2,2 millones de refugiados en países vecinos y 1,6 millones de PDI
Situación	Más de 2,2 millones de personas refugiadas provenientes de Sudán del Sur fueron acogidas en la República Democrática del Congo, Etiopía, Kenia, Sudán y Uganda. En 2020 se inició un lento progreso hacia la paz y la implementación del Acuerdo Revitalizado sobre la Resolución del Conflicto en Sudán del Sur (R-ARCSS). Después de años de conflicto, la situación aún no se consideraba favorable para garantizar un retorno seguro, digno y sostenible para la mayoría de las personas refugiadas sursudanesas, pero 122.000 personas eligieron retornar por sus propios medios a partir de 2020.

País	Somalia
Refugiados y solicitantes de asilo	686.000 personas refugiadas en países vecinos y Yemen; 3 millones PDI
Situación	<p>Las décadas de guerra civil e inestabilidad han generado la crisis de personas refugiadas más prolongada de la historia, con más de 686.000 personas refugiadas somalíes que residen en Etiopía, Kenia, Yemen y otros lugares de la región. A finales de 2020, 3 millones de personas de origen somalí se vieron desplazados dentro del país. Con el movimiento transfronterizo obstaculizado por la COVID-19 y la inseguridad, un total de 1.560 personas somalíes retornaron a su hogar.</p> <p>En medio de la actual falta de financiación y de desarrollo del Estado, las personas retornadas, las PDI y las 24.500 personas refugiadas y solicitantes de asilo en Somalia se enfrentaron a la inseguridad y a los impactos relacionados con el clima, como inundaciones, sequías y plagas de langostas.</p>

País	República Democrática del Congo
Refugiados y solicitantes de asilo	861.000 refugiados y solicitantes de asilo en países vecinos, 5,2 millones PDI
Situación	En 2020, la situación humanitaria en la República Democrática del Congo siguió siendo compleja, sobre todo en las provincias del este. 5,2 millones de personas siguieron desplazadas internas, mientras que más de

	<p>861.000 personas congoleñas refugiadas y solicitantes de asilo fueron acogidas en países vecinos.</p> <p>Las zonas más afectadas son Kivu del Norte, Kivu del Sur y las provincias de Ituri. La situación se caracterizó por la gran cantidad de PDI, una situación de seguridad compleja que generó repetidas situaciones de desplazamiento interno y limitó los recursos para que los agentes humanitarios pudieran proporcionarles protección y asistencia a las PDI. Estos factores contribuyeron a que se produjera un desplazamiento secundario a países vecinos.</p>
--	--

País	El Sahel
Refugiados y solicitantes de asilo	858.000 refugiados y solicitantes de asilo en Burkina Faso, Chad, Mali, Mauritania y Níger, 1,5 millones PDI en Burkina Faso, Mali y el Oeste de Níger
Situación	<p>En 2020, la grave crisis humanitaria y de protección del Sahel se vio exacerbada por la pandemia. La intensificación de la violencia y las tensiones sociopolíticas generaron un mayor desplazamiento, lo que aumentó un 80% la cantidad de PDI. Las devastadoras sequías, inundaciones y demás amenazas climáticas dejaron sin albergue a miles de personas.</p> <p>La comunidad internacional priorizó la prevención y la respuesta ante la violencia de género, el albergue, los artículos de emergencia básicos, la educación y los esfuerzos de protección del ambiente. Además, se apoyó el proceso intergubernamental de Bamako, que tiene como objetivo mejorar el entorno de protección en el Sahel. En conjunto con el Consejo Danés para Refugiados y más de 20</p>

	agentes de protección, también se desarrolló el Proyecto 21, un proyecto de monitoreo unificado de protección que se lleva a cabo en Burkina Faso, Malí y Níger para mejorar la programación fundamentalista en el Sahel.
--	---

País	Níger
Refugiados y solicitantes de asilo	305.000 refugiados en la cuenta del Lago Chad, 2,9 millones PDI en el extremo norte de Camerún y las regiones suroeste de Chad y el noreste de Nigeria
Situación	<p>La precaria y volátil situación de seguridad de la cuenca del lago Chad impidió la protección y el acceso humanitario en 2020. El desplazamiento en las zonas fronterizas entre Camerún, Chad, Níger y Nigeria aumentaron la cantidad de PDI a más de 2,9 millones, lo que representa un 13%, y la cantidad de personas refugiadas a 305.000, lo que representa un 10%.</p> <p>Se mantiene la asistencia de emergencia y se enfatiza las respuestas a medio plazo, que incluyen el registro civil, la documentación, la cohesión social, la resiliencia y la autosuficiencia. La estrategia de protección adoptada se centra en el acceso al territorio y al asilo, a la no devolución, y la prevención y la respuesta ante la violencia de género.</p>

BLOQUE 2. MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA

La elección de la metodología para la recolección de los datos para su posterior análisis es un momento importante dentro de la investigación.

Para poder dar respuesta a las preguntas de investigación se ha utilizado una metodología cualitativa.

Entendemos que la metodología cualitativa es la que mejor recoge y ayuda a comprender los fenómenos sociales ya que “la investigación cualitativa describe detalladamente situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Pero incorpora además lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones, tal y como son expresadas por ellos mismos” (Pérez, 1994).

Dentro de la investigación cualitativa hay diferentes técnicas que se pueden utilizar para comprender mejor a nuestro a nuestro grupo de estudio, por lo que se debe seleccionar aquellas que se adapten mejor a nuestros objetivos. Debemos realizarnos las preguntas de ¿quién?, ¿dónde?, ¿cuándo? y ¿cómo?, ya que nos marcarán las técnicas más adecuadas y crean un lazo de unión entre el investigador y las personas que se están estudiando. Intentamos que nuestra investigación vaya más allá de la recopilación de datos. Todos los datos recogidos serán el punto de partida de nuestra investigación y nos ayudarán a comprender mejor al grupo de estudio a través del análisis detallado que se realice. Por lo tanto, debemos ser capaces de diferenciar entre qué es lo que necesitamos y cómo ha sido obtenido (Maxwell, 2019).

Siguiendo a Maxwell, nos indica que los datos han de ser más de lo que nos cuentan, más de lo que sabemos con antelación. Los datos recogidos tienen que incluir todo lo que hemos visto y escuchado mientras se ha realizado la investigación con el grupo de estudio. Toda aquella información que no se ha recogido a través de las palabras, pero que ha sido observada, intuida por el investigador, tendría el mismo valor que aquello que nos han contado.

Es por ello por lo que, en la presente investigación, la observación ha jugado un papel fundamental a la hora de generar un contexto y de ser capaces de diferenciar las distintas realidades de cada uno de los grupos participantes.

Por último, Maxwell nos indica que, dado que la investigación cualitativa es inductiva, cualquier estructuración significativa previa de los métodos resulta en una falta de flexibilidad para responder a perspectivas emergentes, lo que puede dar lugar a una mirada metodológica restringida al momento de interpretar los datos (Maxwell, 2019, p. 125).

Dentro de la investigación cualitativa podemos distinguir enfoques más o menos estructurados. Ambos enfoques tienen ventajas e inconvenientes para la investigación e implicaciones. Como se ha comentado anteriormente, pretendemos que nuestra investigación sea lo más flexible posible, por lo que la elección de un enfoque muy estructurado haría que nos perdiéramos datos importantes que no se podrían recoger. Consideramos que el alcance de la investigación es mayor cuanto menos estructuramos las técnicas utilizadas para la recolección de datos.

- En cuanto a los enfoques estructurados, o más estructurados, son buenos en cuanto que nos aseguramos de que los individuos seleccionados para llevar a cabo la investigación son correctos, así como el momento y el lugar seleccionado para llevar a cabo la recolección de los datos.
- Sin embargo, como ya se ha comentado anteriormente, los enfoques menos estructurados nos permiten una mayor flexibilidad y la posibilidad de seleccionar métodos diferenciados para cada colectivo estudiado o para cada pregunta de investigación a la que pretendemos dar respuesta en nuestra investigación (Maxwell, 2019). Nos ayudan a comprender mejor el contexto de las personas y nos ofrecen resultados más específicos, lo que Mills y Huberman (1994) llaman “consolidación local”.

Para poder desarrollar el trabajo de esta investigación se ha trazado un plan de actuación minucioso, pero siguiendo el modelo interactivo de Maxwell, donde todas las partes están conectadas y donde no se puede ser rígido en la

investigación, pues nos perderíamos valiosos resultados. Se ha dejado abierta la posibilidad de revisarlo durante el transcurso de la investigación.

Las etapas a las que someteremos nuestra investigación se pueden dividir en las siguientes fases:

1. Las relaciones que estableces. La implicación del investigador en el proceso de investigación hace que previamente existan una serie de condiciones que hacen favorable el estudio. Establecer buenas relaciones con las personas estudiadas hará que la investigación tenga mayor éxito. Los estudios etnográficos y la observación nos darán como resultado el conocimiento del entorno y de las personas encuestadas, creando unos lazos de unión beneficiosos para el entendimiento del contexto y de las situaciones particulares. Es de vital importancia crear un ambiente adecuado para llevar a cabo la investigación.
2. Selección. Es importante destacar la labor que se hará previamente al inicio del estudio y análisis. Es por ello por lo que la selección de los participantes en el estudio es una parte importante de todo el proceso de investigación. Debemos seleccionar correctamente aquellas personas que van a participar en nuestra investigación y que estén de acuerdo en ser parte de ella.
3. Recolección de datos. La recolección de los datos es lo que vamos a desarrollar mediante las técnicas cualitativas seleccionadas en este apartado, y que consideramos que son las más adecuadas para esta investigación. Es, junto con el análisis de los datos, la parte más importante de la investigación. Durante la recolección de los datos conoceremos en profundidad a los grupos de estudio e intentaremos obtener toda la información necesaria para que el análisis de los datos arroje los resultados esperados de la investigación.
4. Análisis de datos. Una vez finalizado todo el proceso anteriormente comentado, el análisis de los datos nos dará las respuestas a nuestras preguntas de investigación y nos dará la oportunidad de confirmar o desmentir la hipótesis central del trabajo.

Los métodos cualitativos que se han seleccionado para llevar a cabo esta investigación vienen determinados por las preguntas de investigación que buscamos responder a través de la investigación. Sin embargo, métodos de investigación y preguntas de investigación son partes diferenciadas del modelo. Podríamos afirmar que las preguntas de investigación nos hacen un mapa de lo que buscamos comprender y nos sirven de guía para desarrollar las preguntas de las entrevistas que se han realizado, que al final es el medio que hemos utilizado para llegar a comprenderlo. Se hace una conexión entre ambas partes del modelo para que se retroalimenten continuamente, como se ha observado que sucede con el marco teórico y las preguntas de investigación. Esto sucede porque las preguntas son el centro de nuestro estudio y todas las partes se nutren y las nutren a ellas.

Como en otras muchas investigaciones cualitativas, la información se ha recogido por diferentes métodos. Los distintos métodos que hemos utilizado han dado como resultado poder comprobar que los datos proporcionados son fiables y que no se ha forzado una única conclusión sin hacer una comprobación de esta previamente. De esta forma nos aseguramos de que no estamos sesgando la información y que no estamos analizando solamente una parte de los datos proporcionados. Nos permite, además, conocer mucho mejor al grupo de estudio y que la información proporcionada sea verbal y no verbal.

Además, aparte de la recolección de los datos por parte de diferentes métodos cualitativos, también se ha introducido la investigación en términos cuantitativos. Se han atendido a fuentes cuantitativas para la recolección de cifras que justifiquen nuestra selección y que arrojen mayor claridad y justificación a los grupos de estudio seleccionados.

Consideramos que intercalar metodología cualitativa y cuantitativa es interesante para ampliar la información y para comprender mejor el alcance de la investigación y a las personas afectadas por la misma.

Aunque se hayan utilizado ambos métodos, la metodología de esta investigación es principalmente cualitativa y ha sido nuestra primera fuente de información.

Todos los datos cuantitativos utilizados son meramente complementarios al estudio de la presente investigación.

Las técnicas de metodología cualitativa utilizadas en la investigación han sido:

- Entrevistas semiestructuradas.
- Observación participante.
- Focus Group.

Se han hecho 31 entrevistas semiestructuradas porque se dejaba abierta la posibilidad de que la entrevista tomara otra vía que también fuera interesante para la investigación y que nos proporcionara más datos de interés. Sin embargo, si hubiéramos hecho las entrevistas con preguntas cerradas, es posible que nos hubiéramos perdido mucha información que ha surgido de la mera conversación mantenida. De esta forma, además, nos ha permitido que se haya podido profundizar en aquellos aspectos relevantes para la investigación.

Pero, al mismo tiempo, todas las entrevistas han tenido un hilo conductor, por lo que no se puede hablar de que hayan sido completamente abiertas, sino que todas han sido más o menos conducidas por el mismo hilo para intentar completar la misma información de cada uno de los participantes.

Es cierto que no todas las entrevistas nos han dado la misma información, por lo que se ha creado una matriz de codificación que hemos ido completando con la información de cada entrevista y que dábamos por buena una vez que cada área ha estado saturada de información. De esta forma, no en todas las entrevistas se han tocado necesariamente todas las áreas de forma profunda, pero sí que se ha intentado reunir la información de la forma más unificada posible.

Esta matriz cuenta con cinco partes fundamentales, que han sido establecidas en base a las preguntas de investigación y a la información recogida en el marco teórico y que, por tanto, se ha intentado corroborar o nutrir desde el punto de vista más práctico.

- Elementos de la identidad. En ningún momento, o en casi ninguna entrevista, hemos hablado abiertamente sobre cuáles son los elementos de

la identidad de cada una de las mujeres, sino que esta información se ha ido recogiendo de manera natural en el transcurso de la conversación y en base a los comentarios que han ido surgiendo. Hemos pretendido recoger suficiente información sobre la subdivisión que hemos establecido a través del marco teórico, y que nos muestra cuáles son los elementos principales de las identidades y que, serán, además, una parte importante de nuestro apartado de resultados.

- Consumo e identidad. Esta es la parte central de la investigación y hemos querido darle un aspecto protagonista. A través de la conversación se ha visto cuáles son sus hábitos de consumo y cómo esto las ha ayudado a relacionarse con el entorno y a integrarse en la sociedad de destino. Es un punto fundamental para entender cómo las personas se piensan, se ven reflejadas en la sociedad y cómo les gustaría que otras personas las vieran desde su punto de vista; estableciéndose o, posicionándose, por tanto, dentro de diferentes grupos sociales.
- Procesos de aculturación. Los cambios que las mujeres han ido teniendo a lo largo de su experiencia migratoria, algo que no es estático y que siempre ha supuesto un punto de inflexión para la gestión de las identidades, pues las identidades son creadas y recreadas y, por tanto, cambiantes. Estos procesos nos muestran las estrategias y por tanto nos han ayudado a comprender el comportamiento a través del consumo de las mujeres migrantes y nos han facilitado la interpretación de los datos que hemos ido recogiendo.
- Gestión de las identidades. Cómo las mujeres lidian diariamente con quiénes son, quiénes quieren ser y quiénes quieren seguir siendo según su cultura de origen. Al hablar de género es muy importante tener en cuenta cuál es el rol de la mujer en la sociedad de origen y en la sociedad de destino. No hemos podido profundizar a investigar sobre los roles de género de cada una de las mujeres, porque no era el punto central de este trabajo de investigación, pero entenderlo, a priori, es un valor añadido a la investigación.

- Futuro. Nos interesaba mucho saber cuáles eran las expectativas de futuro de las mujeres para poder entender hasta qué punto esperaban que sus acciones tuvieran consecuencias a corto o largo plazo.

La entrevista fue diseñada siguiendo las preguntas de investigación como se ha comentado más arriba, así nos aseguramos de que la información que hemos recogido va a responder a las preguntas de investigación seleccionadas. Hemos intentado que la información que se ha recogido a través de las entrevistas sirva para generar nueva literatura y que sea interesante para todas las personas que busquen conocer más acerca del tema de estudio. Solicitarles a las personas que describan un determinado acontecimiento o secuencia de acontecimientos tiene relación con lo que se ha llamado “memoria episódica”, un importante y distintivo sistema de memoria neurocognitiva (Dere, et al., 2008; Tulving, 2002).

Esta matriz se ha ido completando con la información más relevante de cada una de las mujeres participantes, bien una pequeña descripción de lo que se ha hablado en la entrevista, como frases concretas que sirvieran de ejemplos para su justificación. Se consideró que la matriz tenía suficientes datos cuando lo más relevante de la entrevista se repetía sistemáticamente dentro del grupo de estudio. Esto nos ayudó mucho a comprender cómo eran las dinámicas por grupo de estudio, pero también cuáles eran las dinámicas de los procesos de aculturación de las mujeres migrantes en su totalidad.

Se dejaron de hacer entrevistas cuando la información se repetía de forma asidua y cuándo ya habíamos cubierto el espectro de posibilidades que nos podían ofrecer las informantes.

En cuanto a la observación participante, podemos señalar que esta técnica nos ha ayudado a comprender mejor al grupo participante y a visualizar todo lo comentado en las entrevistas realizadas previamente. Además, en el tiempo transcurrido con las personas estudiadas nos ha dado mucha información que previamente podríamos haber pasado desapercibida y que ha resultado de interés para nuestro estudio.

Se ha participado en actividades cotidianas de las personas implicadas para conocer mejor cómo se mueven por los espacios públicos y cómo son sus hábitos de consumo, cuáles son sus tiendas de referencia y cuáles son sus compras habituales para poder trazar un mapa de la situación y poder observar qué elementos determinan sus hábitos de consumo y cómo se piensan las mujeres dentro de la sociedad de destino. Es importante señalar que esta información ha sido determinante a la hora de hacer un análisis y sacar conclusiones.

Si bien el resultado inmediato de la observación es la descripción, es igualmente válido para el caso de la entrevista, puesto que otorga una descripción de lo que dijo el participante y no una comprensión directa de la perspectiva. La generación de una interpretación de la perspectiva de alguien es una cuestión que atañe de forma inherente a las inferencias realizadas a partir de las descripciones de la conducta de esa persona, ya sea que los datos provengan de observaciones, o entrevistas, o bien de alguna otra fuente (Maxwell, 1992). Mientras que la entrevista es por lo general una forma válida y eficaz de comprender la perspectiva de alguien, la observación te otorga la posibilidad de hacer inferencias acerca de esa perspectiva que serían imposibles de hacer si te basaras únicamente en datos provenientes de las entrevistas.

Por último, hemos tenido la oportunidad de hacer tres focus group con mujeres migrantes procedentes de distintos lugares y la experiencia fue muy enriquecedora, pues en ellos las mujeres se sienten en un entorno seguro y tienen la posibilidad de hablar de forma tranquila, confiada y sintiéndose apoyada y arropada.

Este método de investigación cualitativa consiste en reunir a varias mujeres con las mismas características y hacerles una entrevista grupal. En nuestro caso, ha sido utilizada en diversos entornos que posiblemente no hubiéramos podido abordar de forma individualizada por la vulnerabilidad o la impermeabilidad de las mujeres participantes.

Nos hemos servido de esta herramienta para llegar a ellas a través de un lugar seguro, en un contexto amigable y con mujeres que conocen y que forman parte de

su red de apoyo para poder hablar sobre los temas concernientes a la investigación.

Es cierto que esta técnica puede no ofrecer resultados para cada una de las mujeres informantes, pero sin embargo nos da la oportunidad de ver cómo se comportan las mujeres con su red de apoyo, intentar que se abran e intentar que no se sientan presionadas a responder a alguna pregunta si no quieren hacerlo; podemos obtener respuestas de otras participantes y de esta forma enriquecer el estudio de la investigación.

En nuestro caso, los focus group pueden estar intrínsecamente relacionados con la observación participante, ya que uno de ellos se desarrolló en la casa de una de las personas participantes a raíz de una reunión familiar. Esto nos ha proporcionado mucha información adicional, ya que se ha podido observar cómo se relacionan, cómo se comportan, qué utilizan o qué elementos son diferenciadores cuando están en una esfera privada o en una esfera pública.

La muestra utilizada ha sido considerada suficiente para justificar los resultados obtenidos. No es una muestra muy amplia, pero sí suficiente para que los resultados sean comparables y extrapolables a la investigación. Con la muestra se pueden justificar los resultados obtenidos ampliamente. Gracias a la matriz de codificación que se ha diseñado hemos podido ver la cantidad de información que teníamos para cada área de estudio y ver cuando la matriz ya estaba saturada de información para dar los resultados por válidos y contrastados. La gran ventaja de las técnicas de investigación utilizadas ha sido que nos ha permitido ahondar en la cuestión y conocer muchos aspectos que podrían haber pasado desapercibidos.

Al mismo tiempo, se han recogido datos en España y en Francia. La tesis doctoral presenta los resultados principalmente de España, ya que nos aporta una gran perspectiva de la situación migratoria de las personas migrantes en el país de realización de la tesis doctoral; pero, a lo largo de la investigación y por cuestiones personales y laborales, se amplió la investigación a Francia también para facilitar la recogida de datos y para aportar mayor diversidad en los resultados. Francia es un país interesante para la investigación por diversos motivos:

- Francia es un país con mayor historia migratoria, con un mayor porcentaje de personas migrantes y con mayor porcentaje de segundas y terceras generaciones.
- En España podemos encontrar mayor porcentaje de personas migrantes procedentes de América Latina, así como del Magreb, mientras que en Francia podemos encontrar mayor porcentaje de personas procedentes de África Subsahariana y de algunos países del Magreb.
- Hay una mayor similitud cultural en Francia con los países del Magreb y de África Subsahariana, como, por ejemplo, la facilidad de movimiento, encontrar el etnogrupo y la lengua, que hacen que su choque cultural, posiblemente se vea afectado en menor medida. Lo mismo que sucede en España con los países de América Latina.

Una vez realizado todo el trabajo de campo, a través de entrevistas semi-estructuradas, observación participante y los focus group ha dado lugar a:

1. El análisis de la información se ha puesto de forma conjunta intentando sacar las mismas variables de datos para cada una de las participantes y de las técnicas utilizadas. Nos hemos centrado en reunir información en base a cada uno de los objetivos y saturar de datos cada uno de ellos para tener la máxima información posible y así poder arrojar un análisis más exhaustivo. Hemos atendido a los componentes identitarios a través de los hábitos de consumo de las mujeres migrantes. Es decir, se ha puesto el foco en encontrar qué elementos se encuentran presentes en la construcción de la identidad si atendemos a sus hábitos de consumo. En esta fase intentaremos analizar qué elementos son comunes para todas las mujeres, cómo han modificado su identidad (procesos de aculturación) y, sobre todo, cómo gestionan la identidad en contextos tan vulnerables e inestables.
2. Una vez volcados todos los datos de las entrevistas, los focus group y anotadas las notas de la observación participante, hemos podido triangular la información y poder detectar diferencias a partir de las cuales contrastar perfiles diferentes.

En la siguiente tabla se puede observar los componentes de la identidad que se han definido como colectivos y como individuales. Tanto componentes individuales como los componentes colectivos son importantes para definir la identidad de la persona y se pueden utilizar, enfatizar o ignorar de forma distinta para cada persona o para cada situación concreta. Esto nos ayuda a tener una idea clara de qué es lo que estamos buscando y de por qué los estamos analizando; pero, sin embargo, podemos intentar analizar cuáles se relacionan en situaciones de incertidumbre o de inestabilidad como es el caso de las mujeres migrantes.

Ilustración 9 - Componentes individuales VS. Colectivos en la construcción de la identidad.

Componentes colectivos	Posicionamiento	Componentes individuales
Cultura		Religión
Conjunto de conocimiento, ideas, tradiciones y costumbres de un pueblo, a una clase social o a una etnia.		Celebraciones, posicionamientos familiares, influencia en alimentación, tareas de casa y en la manera de vestir, diferencia con otras familias, autoimagen
Etnia		Género
Cuando hablamos de etnia estamos entendiendo que las personas comparten una identidad común, al pertenecer al mismo grupo étnico		Cómo afecta pertenecer a un colectivo principalmente más vulnerable, sobre todo cuando se viaja sola desde ciertos países de origen
Territorio		Migrante
La forma en el que la tierra influye en la toma de decisiones y en la forma de moverse por los espacios públicos	La propia característica de ser una persona migrante hace que la realidad de las personas sea diferente a la de las personas que le rodean	

Los componentes individuales son aquellos que vienen determinados por las personas y que son capaces de tomar decisiones sobre cómo afectan a su vida. En este caso se han seleccionado los elementos de religión, género o el hecho de ser migrante. Mientras que los elementos colectivos son aquellos que vienen

determinados por la sociedad o por el lugar de origen; cultura, etnia o territorio son elementos comunes para todas las personas migrantes procedentes de un mismo lugar, pero que luego pueden afectar de una forma determinada, en cualquier caso.

En total se han entrevistado a 31 mujeres (12 del Magreb y de Oriente Próximo, 15 de América Latina y 4 de África Subsahariana) y se han realizado 3 focus group (con 15 mujeres del Magreb y Oriente Próximo y 7 mujeres de África Subsahariana). En resumen, se han entrevistado u observado a:

- 15 mujeres procedentes de América Latina: Es el grupo más numeroso en cuanto a migrantes se refiere. Hemos intentado que las personas informantes tuvieran distintos contextos, realidades e incluso lugares de residencia para poder interpretar bien los datos y que las conclusiones sean lo más acertadas posibles. En este caso, nos encontramos que las mujeres migrantes procedentes de América Latina comparten con la sociedad española muchos aspectos culturales que hacen que su integración sea mucho más llevadera o que sientan menos choque cultural. Además, cuentan con una gran red de apoyo y tienen distintos grupos de apoyo.
- 27 mujeres procedentes del Magreb y Oriente Próximo: Finalmente ha sido el grupo más numeroso al que hemos entrevistado, ya que pudimos tener fácil acceso al grupo a partir de las primeras entrevistas. Es un grupo numeroso en España, que ha estado principalmente representado por mujeres procedentes de Marruecos, mientras que también es un grupo numeroso en Francia; sobre todo porque comparten la lengua, así como el poder encontrar personas en la misma situación.
- 11 mujeres procedentes de África Subsahariana: Este es el grupo que más nos ha costado acceder y que tiene menor representatividad en nuestro estudio. Lo consideramos como una limitación del estudio, ya que los resultados son menos diversos y podemos justificarlos en menor medida, pero también como una oportunidad para seguir explorando y ampliando la muestra para futuras investigaciones. Para estudiar este grupo, nos ha resultado muy interesante ampliar nuestro estudio a Francia, ya que hemos podido acceder a un mayor número de informantes, ya que en España el

número de la migración de África Subsahariana es bastante menor y no es tan sencillo el acceso a este grupo de mujeres migrantes. En Francia, además, también se pudo observar que tienen unos espacios muy marcados y están caracterizados por mantener fuertes relaciones entre las personas de la misma comunidad, por lo que tampoco ha sido sencillo su acceso.

Además, durante el verano de 2023 se participó en un proyecto Erasmus +, YAMA, donde participamos desde la Cátedra de Refugiados de la Universidad Pontificia Comillas, MADERA NGO (París), Yes Akademia (París), Afropa (Dresden) y 3PA (Lahage). En este proyecto se potenciaba la convivencia de jóvenes migrantes refugiados procedentes de diversos lugares de Europa, en una ecoaldea, con staff de diversas organizaciones y asociaciones. Fue un punto de encuentro donde todas las personas estaban en igualdad de condiciones y donde se potenció la capacitación laboral de cada una de las personas migrantes participantes y se ofreció ayuda de diverso tipo a cada uno de ellos.

En este contexto, fue muy interesante poder convivir con cada una de las personas participantes, pues después de 15 días juntos te da la oportunidad de conocerlos mucho mejor, de observar las costumbres y las tradiciones, de ver cómo se comportan con otras personas con diferente origen y background, de poder mantener conversaciones desde la confianza, etc., que ofrece una información muy valiosa, pues tienes el tiempo suficiente de conocerlos y de poder entablar una relación donde se muestren completamente ellos mismos.

Durante el proyecto aprovechamos para realizar algunas entrevistas, así como para tomar muchas notas de observación participante, ya que vivimos muchísimas experiencias juntos, se desarrollaron en distintos ambientes y con distintas personas y nos dio la oportunidad de poder encontrar la personalidad de cada uno de ellos.

Ilustración 10 - Datos de los informantes

	Lugar de residencia	País de origen	Grupo de estudio	Edad	Técnica utilizada
--	---------------------	----------------	------------------	------	-------------------

Informante 1	Madrid	Egipto	Magreb	32	Entrevista
Informante 2	París	México	América Latina	33	Entrevista
Informante 3	Madrid	México	América Latina	45	Entrevista
Informante 4	París	México	América Latina	31	Entrevista
Informante 5	Madrid	Siria	Magreb	50	Entrevista
Informante 6	Madrid	Senegal	África Subsahariana	50	Entrevista
Informante 7	Alicante	Argelia	Magreb	22	Entrevista
Informante 8	París	Venezuela	América Latina	31	Entrevista
Informante 9	París	Argentina	América Latina	34	Entrevista
Informante 10	Madrid	Colombia	América Latina	30	Entrevista
Informante 11	Madrid	Perú	América Latina	28	Entrevista
Informante 12	Madrid	Nicaragua	América Latina	26	Entrevista
Informante 13	Alicante	Marruecos	Magreb	32	Entrevista
Informante 14	Madrid	Colombia	América Latina	33	Entrevista
Informante 15	París	Venezuela	América Latina	52	Entrevista
Informante 16	Madrid	Marruecos	Magreb	43	Entrevista
Informante 17	Madrid	Egipto	Magreb	56	Entrevista
Informante 18	Madrid	Marruecos	Magreb	45	Entrevista
Informante 19	Madrid	Marruecos	Magreb	21	Entrevista
Informante 20	Madrid	Marruecos	Magreb	19	Entrevista
Informante 21	Madrid	Marruecos	Magreb	41	Entrevista
Informante 22	Barcelona	Afganistán	Magreb	28	Entrevista
Informante 23	Madrid	Argentina	América Latina	34	Entrevista

Informante 24	París	Somalia	África Subsahariana	30	Entrevista
Informante 25	París	Cabo Verde	África Subsahariana	28	Entrevista
Informante 26	Berlín	Venezuela	América Latina	31	Entrevista
Informante 27	Berlín	Siria/Venezuela	América Latina	28	Entrevista
Informante 28	Madrid	Afganistán	Magreb	29	Entrevista
Informante 29	París	Senegal	África Subsahariana	25	Entrevista
Informante 30	Madrid	Venezuela	América Latina	33	Entrevista
Informante 31	París	Perú	América Latina	38	Entrevista
Informante 32	Madrid	Egipto	Magreb	N/A	Focus group observación
Informante 33	Madrid	Egipto	Magreb	N/A	Focus group observación
Informante 34	Madrid	Egipto	Magreb	N/A	Focus group observación
Informante 35	Madrid	Egipto	Magreb	N/A	Focus group observación
Informante 36	Madrid	Egipto	Magreb	N/A	Focus group observación
Informante 37	Madrid	Egipto	Magreb	N/A	Focus group observación
Informante 38	Madrid	Egipto	Magreb	N/A	Focus group observación
Informante 39	Vitoria	Sahara Occidental	Magreb	N/A	Focus group observación
Informante 40	Vitoria	Sahara Occidental	Magreb	N/A	Focus group observación
Informante 41	Vitoria	Sahara Occidental	Magreb	N/A	Focus group observación
Informante 42	Vitoria	Sahara Occidental	Magreb	N/A	Focus group observación
Informante 43	Vitoria	Sahara Occidental	Magreb	N/A	Focus group observación
Informante 44	Vitoria	Sahara Occidental	Magreb	N/A	Focus group observación
Informante 45	Vitoria	Mauritania	Magreb	N/A	Focus group observación
Informante 46	Vitoria	Mauritania	Magreb	N/A	Focus group observación

Informante 47	París	Senegal	África Subsahariana	N/A	Focus group observación
Informante 48	París	Senegal	África Subsahariana	N/A	Focus group observación
Informante 49	París	Senegal	África Subsahariana	N/A	Focus group observación
Informante 50	París	Senegal	África Subsahariana	N/A	Focus group observación
Informante 51	París	Senegal	África Subsahariana	N/A	Focus group observación
Informante 52	París	Senegal	África Subsahariana	N/A	Focus group observación
Informante 53	París	Senegal	África Subsahariana	N/A	Focus group observación

En esta tabla se muestra una relación de todas las mujeres informantes a las que hemos tenido acceso durante nuestra investigación. Se ha querido mantener el anonimato de las mujeres migrantes, por lo que se firmaron acuerdos de confidencialidad con cada una de ellas.

En la tabla se puede observar que se han entrevistado a un total de 53 mujeres, divididas en tres grupos de estudio; se muestra el lugar de realización de la entrevista o del focus group, así como el lugar de procedencia de cada una de ellas. Al mismo tiempo, se muestra la edad de cada una de ellas (de las que tenemos constancia) y la técnica utilizada para la recolección de datos.

Es importante para nuestro estudio establecer la forma en la que se ha recogido la información, porque en muchos casos no tenemos toda la información para cada objetivo del estudio, pero nos ha proporcionado otra información que ha sido muy valiosa para nuestro objetivo principal.

- En los focus group, la información por participante es más reducida, pero también nos ofrece una oportunidad de ver cómo se relacionan entre ellas, de cómo se sienten cómodas en la confianza de tener al lado otras mujeres conocidas en la misma situación y de no tener esa presión de responder cuando estás en una entrevista personal.
- En las entrevistas hemos podido obtener más información y llegar con mayor profundidad a cada uno de los objetivos de esta investigación, pero

te limita un poco el poder verlas con su entorno y ver cómo se desenvuelven o cómo se sostienen unas a otras. Aunque, por otro lado, en algunos casos hemos tenido la posibilidad de ir con ellas de compras, de asistir a algún evento o de salir con su entorno.

A continuación, nos parece interesante explicar un poco cómo hemos llegado a realizar cada uno de los focus group para poder entender un poco mejor el contexto:

1. Focus group con mujeres procedentes de Egipto. A través de una de nuestras entrevistas realizadas a una mujer egipcia, de religión ortodoxa, nos ofreció la oportunidad de ir con ella un domingo a la iglesia, a misa, y allí poder conocer al resto de mujeres que participan semanalmente de la eucaristía. Después de la eucaristía tienen la costumbre de salir juntas a tomar algo o a comer. Fue muy interesante poder irnos juntas a comer y tener la oportunidad de llegar a tener una conversación más profunda transcurrido un tiempo en el que se amplió la confianza. No todas ellas hablaban español, por lo que el focus group se realizó entre español-inglés; la barrera del idioma podría haber supuesto una complicación, aunque no fue realmente una limitación al acceso de información, debido a la confianza que tienen entre ellas y a que se sentían totalmente respaldadas y protegidas.
2. Focus group con mujeres procedentes del Sáhara Occidental y de Mauritania. A través de uno de los participantes del proyecto Erasmus + que realizamos en verano de 2023 y con el que entablamos una relación de amistad, nos ofreció la oportunidad de asistir a un evento familiar en Vitoria. En esta ocasión pudimos entrar a casa de una de las informantes y disfrutar con ellas una tarde muy especial. Ahí pudimos verlas en un ambiente muy relajado, entre familiares y amigos, con total confianza. Pudimos verlas riendo, bromeando, hablando de cosas cotidianas, sin la presión de ser vistas, de ser escuchadas o incluso de ser juzgadas por terceras personas. Fue muy rico poder verlas en un entorno tan íntimo, porque te ofrece una información diferente y muy cercana.

3. Y, por último, focus group con mujeres senegalesas. Igualmente, a través de la relación que establecimos en el Proyecto Erasmus + y con la ONG Madera, en París, nos ofrecieron poder reunir a un grupo de mujeres procedentes de Senegal que nos ayudaran con nuestra investigación. Todas estas mujeres tienen relación con la asociación y han colaborado con ellas durante un largo tiempo, por lo que se mostraron dispuestas a establecer una conversación con nosotros. Poder realizar este focus group nos abrió de nuevo la posibilidad de incluir a las mujeres de África Subsahariana en nuestra investigación, ya que anteriormente no habíamos logrado establecer un contacto directo con el colectivo. En España es un colectivo más reducido, con el que no teníamos conexiones directas y, en Francia, es un colectivo que no tiene fácil acceso y con el que no teníamos ninguna relación. Realizamos el focus group en la asociación, en las que tantas veces habían estado y donde se sentían como en casa, esto nos facilitó un ambiente familiar y conocido.

Para poder hacer un buen trabajo de campo hemos ido contactando con los informantes con el sistema de “bola de nieve”. Es decir, a raíz de una persona conocida, con la que teníamos algo de confianza o con la que ya habíamos tenido un contacto previo, nos hemos ido poniendo en contacto con el resto de los informantes. De esta forma ha sido sencillo ir de un informante a otro y de poder acceder de una forma cercana y con cierta confianza.

CAPÍTULO 5. MARCO TEÓRICO

El marco teórico es un elemento necesario para poder identificar los vacíos literarios que existen y donde la investigación tiene una justificación para ser realizada. En base a lo obtenido en este marco teórico se desarrolla el trabajo de campo y se focalizan los aspectos que se han considerado relevantes a la hora de obtener unos resultados que respondan al objetivo principal de esta investigación.

Para construir el marco teórico se ha realizado una revisión extensa de la bibliografía necesaria para responder a todas las preguntas de investigación que se han planteado y que darán una primera aproximación al estudio, completada posteriormente con el análisis de los resultados obtenidos con el trabajo de campo. La selección de los temas que se recogen a continuación se ha hecho en base a la experiencia e investigación previa realizada, así como toda aquella literatura que se ha considerado oportuna a la hora de realizar una aproximación al estudio.

Como se ha señalado en el capítulo 1, cuando se definían los principales objetivos de la investigación, el objetivo principal es poder establecer cómo el consumo influye en la construcción de la identidad de los diferentes grupos etnográficos migrantes en la sociedad receptora.

En nuestro marco teórico se va a hacer una revisión de los siguientes puntos:

- Cuál ha sido la evolución de los flujos migratorios que han llegado a la Unión Europea en la última década. Una vez se tengan los datos más generales se hará una revisión de los puntos específicos de la migración que afecta a los países de procedencia en los que previamente se ha acotado nuestra investigación. Es importante señalar que los grupos de trabajo escogidos para realizar esta investigación constituyen los grandes grupos migratorios de España, pero nos vamos a centrar en intentar analizar su evolución y cuál es la dinámica que ha tomado cada uno de ellos en los últimos años. Esto nos ayudará a dibujar un panorama general del volumen de las migraciones en España.

- Se estudiará el fenómeno de la aculturación, propuesto por Berry (1980), como parte del proceso de integración de las personas migrantes. Se considera que un proceso de aculturación, donde las personas desaprenden o pierden parte de sus creencias y de lo que ellos son para formarse una nueva identidad que los acerque y los integre en las sociedades de destino es un proceso trascendental para poder entender las formas de actuar de las personas migrantes. Este proceso es distinto en cada persona y no se debe de asumir como un fin último ni como mecanismo para poder gestionar la integración de los migrantes.
- ¿Cómo es la identidad de las personas migrantes? ¿cómo se relacionan? ¿cómo confluyen con el resto de las identidades? ¿cuáles son los elementos identitarios de cada uno de ellos que los hacen comunes y diferentes? Se buscará establecer qué elementos confluyen de manera generalizada en la creación de la identidad para intentar comprender qué es importante para cada una de estas mujeres e intentar buscar patrones de conducta comunes que podamos tratar como parte del todo o, por el contrario, qué elementos son definitorios para cada una de las regiones escogidas que los hacen diferentes los unos de los otros. Es importante no perder de vista que esta tesis se escribe desde una perspectiva de género que dará las pautas necesarias para comprender la realidad de las mujeres migrantes, que tienen, a priori, una situación de vulnerabilidad mayor de la que presentan los hombres.
- Intentar comprender cómo se afronta el tema de la gestión de las identidades. Es fundamental para intentar comprender el papel integrador de las sociedades. Si no existe una verdadera comprensión de lo que sucede y cómo sucede, cómo interactúa y se relaciona es complicado poder hacer políticas sociales que cumplan con las expectativas de la sociedad, tanto la nacional como la que viene de fuera. Un proceso de integración y de gestión constituye el punto de partida necesario para una correcta convivencia en una sociedad multicultural como la que tenemos hoy en día.
- De manera específica, nos interesa comprender cómo el consumo ha influido dentro de la creación de la identidad de las mujeres migrantes. El

consumo ha sido estudiado en diferentes variables y se ha hablado mucho de consumo e identidad, ya que nos hace darnos cuenta de cómo se comportan las personas y qué es importante para cada una de ellas. Además, muchos de los momentos en los que consumimos nos están definiendo por cómo somos y hacia dónde queremos ir, es decir, cómo nos vemos y cómo nos gustaría vernos. El reto en este sentido es intentar adaptar estos actos de consumo a la identidad de las mujeres migrantes, que no ha sido tan estudiado como pueden ser otros actos de consumo.

- Y, por último, se hará una revisión de la literatura de cada región específica donde se recoja la situación interna de la región y los principales flujos migratorios, así como intentar explicar, a grandes rasgos, cuáles son las causas de estos movimientos y cómo se relacionan cuando llegan a España. Posteriormente, se intentará concretar, a grandes rasgos, cómo es el proceso de creación de la identidad dentro de estos grupos de migrantes, aunque previsiblemente esta sea una tarea que se verá culminada con el trabajo de campo y el análisis de los resultados recogidos.

5.1. Revisión de los movimientos migratorios a la Unión Europea.

Europa ha sido uno de los principales territorios receptores de migración a lo largo de los años, si bien es cierto que en los últimos años estos movimientos se han visto intensificados y ha hecho que las migraciones se establezcan en un punto central de análisis político y social (INE, 2021).

Para poder entender cómo se ha ido construyendo la sociedad europea actual (Sassen, 2003), es necesario hacer un repaso de los distintos acontecimientos que han sucedido a partir de 1945, tras el fin de la Segunda Guerra Mundial y que han supuesto varias oleadas migratorias masivas.

1. La primera ola se establece tras el fin de la Segunda Guerra Mundial, cuando Europa tuvo que reconfigurarse y dio lugar a nuevas fronteras. Muchos de los pueblos más afectados tuvieron que migrar hacia el oeste, debido a las consecuencias que dejaba el Holocausto, dejando atrás tanto a personas que habían estado al lado de Alemania en la

guerra, así como todos aquellos que habían sufrido las agresiones y los desplazamientos por su raza o aspiración política.

2. Los temporeros fueron los principales migrantes de la segunda ola de migraciones hacia la Unión Europea. Estos temporeros provenían de países donde se buscaban mejores condiciones económicas y que buscaron en Europa un mayor desarrollo económico junto a sus familiares.
3. Cuando Alemania tuvo una falta de mano de obra hizo una invitación a migrantes turcos para que entraran como trabajadores en el país. Sin embargo, con la caída de la economía y una ralentización del desarrollo se esperaba que estos obreros invitados regresaran a su país de origen, pero esto no sucedió, ya que muchas de estos países habían echado durante este tiempo raíces en el país y no tenían intención de regresar a una sociedad donde ya no sentían que tenían nada.
4. La cuarta ola fue causada por la caída de los regímenes comunistas de Europa; las violentas desintegraciones y las nuevas políticas de movimiento europeo (creación del espacio Schengen) favorecieron los desplazamientos. Además, se puede observar una oleada proveniente de Somalia, debido a la guerra civil que estaban viviendo y que tiene como consecuencia que las personas salgan de su territorio y busquen en los países europeos protección y asilo político.
5. Y, por último, la quinta y última ola hasta el momento, es la que tiene lugar en el año 2015, con lo que se denominó Crisis de los Refugiados. Durante este periodo (2015-2018) se contabilizaron más de 5,8 millones de solicitudes de asilo según los datos ofrecidos por la Eurostat, un récord para la Unión Europea. Esta situación no se había vivido desde el final de la Segunda Guerra Mundial y puso de manifiesto la incapacidad de la Unión Europea para hacer frente a todas las solicitudes y a la gestión de la crisis. Por consiguiente, se ha hablado de que no se ha tratado solamente de una crisis de refugiados, más

bien ha sido una crisis de la Unión Europea que hizo tambalear las bases de las políticas en materia de asilo e inmigración.

Cada una de estas olas migratorias mencionadas ha llegado en un momento de crecimiento económico de la Unión Europea (OIM, 2012). Esto ha generado que la Unión Europea tuviera que ir adoptando una serie de cambios que provocaran una revisión en base al momento económico y social en el que se encontraba.

Desde el Tratado de Roma, donde se constituyó la Unión Europea, con sus seis países miembro de aquel momento hasta actualmente, donde son veintisiete los estados que la forman se han pasado por una serie de acuerdos internacionales donde se dibujan las responsabilidades de los estados en materia de migración y refugio.

1. Conferencia de Ginebra sobre el Estatuto de los Refugiados (1951) y su Protocolo complementario (1967) bosquejaron la definición legal de refugiado y las obligaciones para con ellos de los estados soberanos.
2. Acuerdo Schengen (1985) abolió las fronteras internas y creó una política común de visados para los estados miembros de la Unión Europea.
3. Reglamento de Dublín (1990; enmendado en 2003 y 2013) determinó que las peticiones de asilo deberían ser procesadas por el país primero de entrada a la Unión Europea del solicitante.
4. Tratado de Ámsterdam (1997) traspasó las competencias naturales en materia de legislación migratoria, política exterior y seguridad a la Unión Europea.
5. Tratado de Lisboa (2007) dio a la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea carácter vinculante. Incluye el derecho de asilo.
6. Pacto de la Unión Europea sobre migración y asilo (2024). El nuevo pacto busca regularizar y coordinar las llegadas irregulares de migrantes a los países miembros de la Unión Europea.

Haciendo una revisión de la legislación vigente en la Unión Europea, nos encontramos con el que Parlamento Europeo es un garante de que la Unión Europea establezca un enfoque equilibrado para la gestión de las migraciones. El

Parlamento Europea garantizaría y gestionaría las entradas regulares de migrantes legales e intentaría reducir la entrada de personas de manera irregular dentro del territorio.

Además, según el Tratado de Lisboa, las políticas de inmigración se rigen por el principio de solidaridad y de reparto equitativo de la responsabilidad entre los Estados miembros (artículo 80 del TFUE).

Para poder controlar mejor las relaciones y las migraciones dentro de la Unión Europea se ha establecido un Enfoque Global de la Migración y la Movilidad (EGMM). Este enfoque fue adoptado por la Comisión en el año 2011 y establece los cuatro pilares fundamentales para las relaciones de la Unión Europea con terceros países:

1. Migración legal y movilidad.
2. Migración irregular y trata de seres humanos.
3. Protección internacional y política de asilo.
4. Maximización de la repercusión en el desarrollo de la migración y de la movilidad.

En esta investigación intentamos ver cómo es la (re)definición de la identidad de las personas migrantes. Para poder ver cómo se relacionan las personas migrantes con su nuevo entorno y entender las realidades a las que son expuestas, tenemos que hacer referencia a la integración de estas dentro de la sociedad.

Sin embargo, la competencia de la Unión en materia de integración es limitada. Es uno de los puntos pendientes de la Unión Europea, pero sobre el que se está trabajando.

Desde 2011 la Comisión ha adoptado una Agenda Europea que trabaja en la integración de los nacionales de Terceros Países. En noviembre de 2020 se publicó un Plan de Acción en materia de integración e inclusión 2021-2027. En este Plan de Acción se establece un marco estratégico y una serie de medidas que pueden y deben ayudar a los Estados miembros a integrar a todos los nacionales de terceros países que residen legalmente en la Unión Europea. Sus ámbitos de actuación son la educación, el empleo, la asistencia sanitaria y la vivienda.

A pesar de los grandes esfuerzos realizados y de todos aquellos que se siguen realizando, la integración de las personas migrantes es todavía un punto importante a la hora de hablar del éxito de las migraciones y del mundo globalizado.

Es importante señalar que para nuestro estudio es muy valioso saber en qué punto se encuentran las mujeres entrevistadas y cuál es su relación con la sociedad receptora, pues nos ayuda a comprender cómo se relacionan, cómo se piensan y cómo se sienten en un nuevo entorno desconocido para ellas.

5.2. Identidad de las personas migrantes. Elementos que confluyen en la creación de la identidad

En este apartado lo que pretendemos es mostrar los cambios que sufren las personas extranjeras en el aspecto identitario debido a su situación de migrante.

Desde mediados del siglo XX a la actualidad se ha observado un incremento constante de los estudios sobre la formación y mantenimiento de la Identidad, aunque en la actualidad ha venido haciendo falta un modelo teórico integrador.

El concepto de identidad ha sido objeto de estudio en las últimas décadas, desde que en 1950 Erik Erikson publicara *Childhood and Society* (Schewartz, 2007).

Partimos de la idea de que la identidad de las personas migrantes se encuentra en constante cambio y adecuación, dependiendo del momento vital en el que se encuentren y del entorno que los relaciona, donde los individuos tienen que ir adaptándose a las circunstancias que les da la sociedad. Cada individuo pasa por distintas fases dentro del proceso migratorio. Estas fases son fácilmente identificables a través de los comportamientos que asumen. Todo viene determinado por la sociedad y la cultura de la sociedad receptora, a la que tienen que adaptarse para hacer su proceso lo más placentero posible.

Por otro lado, el fenómeno de la globalización ha generado intercambios en tiempos que antes ni se podían pensar. A su vez también ha generado multitud de procesos personales que antes no eran tenidos en cuenta. La globalización ha llamado la atención sobre particularidades culturales e identitarias de comunidades repartidas por todo el mundo (Mummert, 1999; Vertovec, 2006).

Antes no se tenían en cuenta todas estas cuestiones porque todo era nacer en un lugar y pertenecer a un único grupo. Ahora esto ha cambiado. Todas las personas se concebían dentro de un territorio, por lo que tenían unas prácticas culturales marcadas y donde además compartían una lengua (Joseph, 2004; Burke, 2006). El fenómeno de la globalización ha tenido un impacto en las relaciones individuales, ya que hace que las personas tengamos que ser más flexibles en la forma que asumimos nuestra identidad, ya que estamos en una constante comunicación y que tiene una repercusión directa con la forma en la que esa identidad se expresa en cada uno de los discursos individuales (Grondin y Velázquez, 2015).

Además, la globalización ha tenido un efecto en cómo se relacionan las personas, ya que las relaciones han cambiado y se tiene una visión de uno mismo mucho más flexible, que va cambiando conforme cambia el mundo que te rodea y las personas con las que te relacionas. El individuo tiene una visión muy particular de cómo se concibe dentro de una sociedad mucho más amplia.

La globalización ha tenido como consecuencia la disolución de las fronteras, la expansión de los procesos democráticos y el uso de las TICs como parte de las prácticas socioculturales. Esta nueva realidad ha llevado a las personas a tener una fuerte dualidad, entre la identidad individual y la social o colectiva, la que se desarrolla a la hora de relacionarte con el grupo (Grondin y Velázquez, 2015).

Se puede observar en investigaciones francófonas y anglófonas que el contacto con el mundo exterior, con diferentes estímulos, con distintas culturas y lenguas hace que sea importante plantearnos quién es uno dentro (endogrupo) y fuera (exogrupo) de su grupo de referencia (Smith-Castro, 2011).

Cuando hablamos de personas migrantes observamos que las personas tienen que socializar en un lugar distinto, cargado de características diferentes a las que está acostumbrado, por lo que su identidad se ve influenciada y tiende a cambiar ya que tiene que relacionarse en un nuevo entorno y con un grupo de referencia totalmente distinto (Pavlenko y Blackledge, 2004; Amin, 2012).

Ha habido dos fenómenos que, al darse al mismo tiempo, han hecho que las personas se consideren a sí mismos ciudadanos del mundo y que por tanto la

forma en la que se relacionan sea totalmente distinta. Estos fenómenos son: la desaparición de las fronteras como se conocían anteriormente y las nuevas tecnologías, que han hecho que las personas puedan sentir lo que ocurre al otro lado del mundo como algo propio. De esta forma, la manera en la que las personas se relacionan con su grupo de referencia puede ser distinto en cada caso.

Hiernaux (2004) acuña el término “identidad plástica de fronteras móviles”; un término que explica muy bien la situación actual con la identidad de las personas, donde la realidad es completamente distinta. A través de este término se pretende explicar que los individuos tienen una doble conexión:

1. En primer lugar, el grupo de referencia es el grupo que le confiere la identidad. A partir de este momento en el que el individuo se siente identificado se pueden llevar a cabo prácticas que vayan acordes a ese grupo o que, por el contrario, sean contrarias.
2. Y, en segundo lugar, el mundo es su marco de referencia. El mundo hace que el individuo tenga que adaptarse y posicionarse constantemente, de esta forma su identidad iría variando conforme vayan cambiando las situaciones a las que tiene acceso y que afectan a su vida diaria.

Es importante señalar que grupo y marco de referencia son dos elementos clave a la hora de que la identidad del individuo se vea formada. Sin embargo, ya no se entiende como algo estático, sino que continuamente se encuentra en construcción y que puede no ser acorde al grupo de referencia, ya que por distintos estímulos externos se ha visto alterada.

El término de identidad, además, ha sufrido distintos cambios en la literatura a lo largo de los años porque se le ha atribuido distintos adjetivos para complementarla. Desde el punto de vista de Abdallah-Pretceille (1996b:21-23), la identidad es construida por estrategias y acciones que explican el fenómeno humano y enmarcan los movimientos y comportamientos del individuo en un proceso dinámico de construcción.

A lo largo de la historia se ha hablado de identidad en múltiples formas, como puede ser la identidad étnica, cultural, social, lingüística, etc., y cada una de ellas tiene una forma de entender al individuo dentro del conjunto de la sociedad.

Devereux (1972) y Zimmermann (1994) señalan que la identidad étnica acoge dentro de su definición a la identidad personal. Se trata de algo racional, ya que el individuo al pertenecer a un grupo estaría asumiendo la identidad cultural que este tiene, entendiendo así su capacidad para reaccionar frente a diferentes estímulos y situaciones de la misma forma que lo hace el grupo. De esta forma estaría afirmando su pertenencia a este grupo. Es importante desde el punto de vista que sentirse parte de un conjunto de personas hace que la experiencia dentro de la sociedad sea mucho más llevadera y da lugar a estrategias de adaptación mucho más placenteras.

A pesar de que se piensa que el individuo adapta su identidad en pro de la mayoría, reafirmando así su pertenencia al grupo, es cierto que muchas veces las personas actúan de forma distinta cuando se encuentran en otros contextos. De esta forma, la forma de pensar de las personas varía dependiendo de la situación o contexto en el que se encuentra (Abdallah-Preteille, 1996a).

En cuanto a la identidad cultural, Joseph (2004: 12) afirma que la identidad se encuentra vinculada al lenguaje. La lengua puede ser controlada por las personas de tal forma que atienda a finalidades personales, por lo que al final el grupo actúa de una forma no unilateral. De tal forma que los migrantes se ven acercados o excluidos del grupo por el lenguaje y utilizan una lengua u otra dependiendo de sus intereses particulares.

Se ha observado, por tanto, a raíz de distintas investigaciones, que los migrantes tienen una clara (re)construcción de la identidad atendiendo a sus situaciones individuales y al contexto en el que se encuentra. Tienen una clara necesidad de cambiar su forma de relacionarse para atender a esta nueva situación de migrante en el país receptor (De Fina, 2003:143).

Más adelante veremos que hay distintas estrategias que los migrantes utilizan para posicionarse dentro de la sociedad receptora y que hará que se encuentren más o

menos alineados con el grupo receptor. Además, Devereux (1972) explica que los migrantes muchas veces acentúan ciertos comportamientos para marcar sus características propias frente al nuevo grupo, que luego en su propia comunidad no se encuentran tan marcadas. Esta estrategia la utiliza para posicionarse y para no perder las raíces que uno tiene. Esto le ayudaría a mostrar cuál es su cultura y cómo son los comportamientos aceptados y reconocidos. De todas formas, se observa que un individuo tiende a modificar su conducta en ambos contextos, cuando se encuentra dentro y fuera de su comunidad de referencia. Esta es una de las partes que consideramos fundamentales y que serán analizadas a través del trabajo de campo de la presente investigación.

Por lo tanto, se entiende que la identidad es una combinación de aspectos personales y sociales que interaccionan entre ellos (Van Dijk, 1999: 102-104). La identidad no es solamente una idea del individuo, que se piensa de una determinada forma, sino que además es una manifestación continua de acciones donde se observa un determinado comportamiento. Este comportamiento se ve caracterizado por la forma en la que las personas se piensan y se entienden dentro de un entorno y que marca las acciones o la forma en la que se relaciona con el grupo. Como hemos dicho anteriormente, esta forma de pensarse dentro de un grupo es importante analizarla para ver cómo va cambiando a lo largo del tiempo y cómo evoluciona el individuo. De esta forma se podrán observar las distintas estrategias escogidas en cada momento concreto para relacionarse con los demás individuos.

Si culturalidad e identidad van unidas, se puede entender que la culturalidad también es un concepto que va cambiando a lo largo del tiempo ya que va cambiando, dependiendo al contexto que la rodea. Esta fluidez de la culturalidad es lo que Abdallah-Preteille (1996b) entiende como multifacética. La cultura es algo mucho más estático, está basada en categorías o estructuras que de un día para otro quedan desactualizadas. Por eso, cuando hablamos de culturalidad, en términos de Abdallah-Preteille, hablamos de un concepto que presenta una mezcla de interacciones innovadoras y mucho más complejas entre los individuos y el entorno (Abdallah-Preteille, 2011).

Una vez que se ha definido la identidad y todos los componentes que afectan a esta (re)construcción de la identidad en las personas migrantes, ha quedado claro que es necesario ver cómo se construye a nivel individual y a nivel colectivo, tanto en los grupos de pertenencia (endogrupo) como en los grupos de oposición (exogrupo [Merton, 1949 (2002)]).

La definición de nosotros mismos se puede hacer a través de todo aquello que hemos extraído de nosotros mismo a lo largo de la historia o de todo lo que hemos aprendido y hemos interiorizado. Además, todas aquellas ideas e imaginarios que hemos absorbido de la sociedad a lo largo de los años hace que la identidad individual sea unas veces construida en favor del endogrupo y otras veces por oposición a todos los estímulos externos.

Cuando estamos hablando de personas migrantes dentro de un país nuevo receptor, estamos dentro de entornos multiculturales donde las personas interactúan a partir de procesos de integración social. Esta mezcla entre identidades, culturales o simbólicas, va a hacer que en algunas ocasiones puedan llegar a surgir conflictos entre las diferentes identidades colectivas.

La sociedad de acogida de personas migrantes ve a los migrantes como individuos que no son capaces de separarse de su cultura, características sociales o religiosas y que, por tanto, sería un grupo totalmente diferenciado a su grupo de pertenencia (Santamaría, 1994, 2002). En muchas ocasiones las personas migrantes interpretan que les están negando la capacidad de identificarse como individuo diferenciado de su grupo de origen. Esta negación viene caracterizada porque se entiende que este individuo pertenece a un grupo concreto y que, por tanto, este grupo es el que le define y le lleva a tener unas relaciones concretas con la sociedad. Son ideas preconcebidas que posiblemente sean muy complicadas de cambiar y manejar.

Por lo tanto, las personas migrantes se enfrentan a una tarea compleja, la de la (re)construcción de la identidad en procesos migratorios y en la sociedad de acogida. Como veremos a continuación, cuando se hablen de las estrategias de aculturación, veremos que cada individuo adopta una postura frente a los procesos

de integración en la sociedad de acogida y que serán los que marquen sus características individuales, que pueden coincidir, o no, con las del endogrupo. Todas las personas migrantes son capaces de reconfigurar su propia visión del yo a partir de todos los estímulos externos que reciben por parte del exogrupo, así como todas aquellas propias que tenían anteriormente. Este proceso es complejo y cambiante a lo largo del tiempo, ya que no se trata de algo rígido y estable. Las características, los momentos y las situaciones de cada uno hace que cada individuo interprete los estímulos de una forma distinta y que el posicionamiento que asume dentro de la sociedad sea totalmente diferenciado. Sin embargo, los posicionamientos asumidos por los nacionales son más fuertes que los de las personas migrantes, aunque se tengan el mismo esquema de referencia.

Siempre se ha visto a las personas migrantes como personas diferentes, en cuanto que no comparten, en muchas ocasiones, cultura, lengua o características sociales. Todos los discursos han estado articulados a mostrar las diferencias que existen entre ambos grupos, a crearnos la idea de que no podemos llegar a ser iguales, ni a pensar de la misma manera, porque existen muchas definiciones que nos hacen incompatibles en ámbitos concretos y particulares de nuestra vida social.

Pero lo cierto es que ser migrante no es algo inherente a las personas que cambian su lugar de residencia. Ser migrante, entendido desde las ciencias sociales, es una categoría social, es una construcción social. Es muy complejo intentar identificar las características de esta categoría social. Las personas migrantes no se comportan todas de la misma manera, no podemos identificarlas a todas con una cultura común ni siquiera con una forma de comportarse ante la nueva sociedad, ni todas se relacionan de la misma manera frente a los mismos estímulos, por lo que intentar categorizar a los migrantes es algo muy complejo. Cada individuo entiende su propia condición de migrante dependiendo de unas características concretas (como el lugar, el contexto, el momento vital, su situación política y social, etc.) y con una intención concreta (intentando posicionarse dentro de la sociedad).

Simplemente por el hecho de proceder de otro lugar, de tener otros rasgos, otra cultura u otra lengua se construye y se ve a las personas migrantes como diferentes; aunque muchas veces las propias personas sean totalmente diferentes a los estereotipos que se tienen de su lugar de procedencia.

Y, como ya se ha comentado anteriormente, a todo esto, hay que sumarle el fenómeno de la globalización que hace muy complicada la tarea de definición de las identidades debido a la cantidad de identificaciones posibles y a situaciones de convivencia plural donde los individuos se relacionan de formas determinadas y donde la sobreinformación nos hace comportarnos de una manera distinta a la que lo haríamos en otros contextos de características similares.

La globalización ha permitido que las personas tengan acceso a todo tipo de información y que se encuentren divididas por todo el mundo, creando de esta forma pequeños núcleos de migrantes de la misma procedencia alrededor del mundo, diásporas.

De esta forma, como se ha comentado, las personas tienen una identidad individual, que ya hemos visto que se debe a multitud de factores y que es cambiante y flexible a lo largo del tiempo, y una identidad colectiva que se ve modificada también en la sociedad de acogida. Los individuos son capaces de hacer una identidad colectiva atendiendo a las características objetivas del grupo de pertenencia y que van, en muchas ocasiones, más allá de lo que la propia identidad es capaz de identificar (Pérez-Agote, 1994: 310).

6.2.1. Elementos de la identidad.

Establecer los elementos que son comunes en los procesos de creación y (re)construcción de la identidad es algo complejo, ya que no todas las personas atienden a los mismos para sus procesos identitarios.

Cuando estamos hablando de aquellos elementos de la identidad nos referimos a aquellos atributos o categorías que tienen un fuerte impacto identitario entre las personas migrantes (en este caso).

A la hora de desarrollar este estudio se han tenido en cuenta tres grupos de estudio diferenciados, por lo que los elementos identitarios no van a ser comunes para todos ellos, entendiendo que cada grupo tiene una realidad distinta y que la estrategia de inserción será diferente para cada una de ellas. Entendemos que los componentes van a ser en algunos casos similares y en otros casos contrarios.

Hay distintos elementos que conforman la identidad de las personas y que hace que la identidad sea siempre pensada, creada y (re)creada (De Fina, 2003: 143); es decir, irá cambiando a lo largo de la vida de las personas y en cada momento concreto se tendrán en cuenta una serie de elementos distintos.

- Migrantes. Ser migrante marca la experiencia personal de cada uno de los individuos y en muchas ocasiones los posiciona en una situación de vulnerabilidad y de desventaja frente al grupo dominante. En la mayoría de las ocasiones las personas tienen la oportunidad de elegir migrar para buscar nuevas oportunidades y para mejorar su situación, pero, no por eso, hace que la situación les beneficie o que no se enfrenten a lo que hemos denominado choque cultural.
- Género. El género es un fuerte componente (o eso se pretende justificar) dentro de la identidad de las personas. Las personas, sin saberlo, estamos expuestas a una serie de estigmas, de prejuicios o de expectativas asociadas al género y, por tanto, tiene una fuerte presencia dentro de nuestra identidad. El género, además, influye a la hora de relacionarnos con el resto de la sociedad y ver cómo influye en otras personas.
- Raza. Entendemos por raza a todas aquellas diferencias físicas (como por ejemplo el color de la piel), así como el resto de las características sociales y biológicas que los grupos sociales, así como culturales, entienden que son representativos y significativos. La raza es importante para las personas porque supone un elemento diferenciador claramente marcado entre el grupo mayoritario y el yo, haciendo una diferencia entre ellos-yo, y marcando una distancia entre unos y otros.

- Etnia. Por su parte, la etnia se refiere a las características culturales compartidas, como la lengua, la ascendencia, las prácticas, las tradiciones, las creencias, etc. La etnia es una fuerte característica que facilita o dificulta su integración en el grupo mayoritario, porque puede generar una serie de lazos con la cultura dominante. Son fácilmente reconocibles y juegan un papel fundamental en los procesos de integración de las personas migrantes, porque son aquellos elementos que intentamos cambiar/aprender para parecernos al grupo dominante.
- Religión. La religión, por su parte, consideramos que es un fuerte componente dentro de la identidad de las personas pues puede marcar un acercamiento o un distanciamiento con otro grupo social o cultural. La religión, además, supone una forma de vivir la vida y una forma de entender el mundo que nos rodea, dando mayor o menor importancia en cada uno de nosotros. Se puede observar, además, que en ciertas religiones la fe, la creencia, juega un papel fundamental dentro de la sociedad y de su esfera privada y social.

Recordando lo que se estableció en el Capítulo 4, cuando se hablaba de la metodología empleada, hacemos referencia a los componentes colectivos e individuales que se han tenido en cuenta a la hora de desarrollar este estudio.

Ilustración 11 - Componentes identitarios

Componentes colectivos	Posicionamiento	Componentes individuales
Cultura		Religión
Conjunto de conocimiento, ideas, tradiciones y costumbres de un pueblo, a una clase social o a una etnia.		Celebraciones, posicionamientos familiares, influencia en alimentación, tareas de casa y en la manera de vestir, diferencia con otras familias, autoimagen
Etnia		Género
Cuando hablamos de etnia estamos entendiendo que las personas comparten una identidad común, al		Cómo afecta pertenecer a un colectivo principalmente más vulnerable, sobre todo

pertenecer al mismo grupo étnico		cuando se viaja sola desde ciertos países de origen
Territorio		Migrante
La forma en el que la tierra influye en la toma de decisiones y en la forma de moverse por los espacios públicos		La propia característica de ser una persona migrante hace que la realidad de las personas sea diferente a la de las personas que le rodean

A raíz del estudio de la identidad individual VS. Colectiva, se ha observado que la identidad individual es un intento de las personas de intentar construir una identidad personal que le facilite la comprensión de sí mismo; de esta forma tendría mayor control sobre su vida y sus acciones en contextos de incertidumbre (Giddens, 2002). Este sería un claro ejemplo de las personas migrantes.

Atendiendo a los componentes arriba mencionados, el más fuerte de todos, según diversos estudios (ya mencionados) es el de cultura. El concepto de identidad, según Giménez (1997, 2004) no puede entenderse separado del concepto de cultura. Entiende que la identidad individual y colectiva se forma a partir de las distintas culturas a las que pertenece o que le rodean.

A la hora de crear una identidad o (re)construirla, lo que se hace es coger una serie de atributos culturales y priorizarlos por delante del resto (Castells, 2003). De esta forma entenderíamos por qué para unas mujeres migrantes unos elementos son prioritarios a la hora de la (re)construcción de la identidad mientras que otros pasan a un segundo plano. Además, nos mostraría la diferencia entre todas ellas, ya que los contextos sociales están caracterizados por la diferenciación del Yo del otro.

En todas las culturas conocidas, siempre hay una construcción del Yo y del Otro, cuando una persona se identifica y exalta aspectos de la identidad que no son los mismos que los de la cultura dominante. Para Colhoun, “(...) el conocimiento de uno mismo -una construcción y no un descubrimiento- nunca es completamente separable de las exigencias de ser conocido por los otros de modos específicos” (Colhoun, 1994, citado por Castells, 2003, p. 28).

Si atendemos a la sociología, la identidad es nuestra comprensión de quiénes somos y quiénes son los demás (Jenkins, 2004); al mismo tiempo, también se estudia la comprensión que las personas son capaces de tener de sí mismas, así como de los demás, incluidas el resto de las personas del grupo. Desde esta perspectiva, la identidad es el resultado de acuerdos y desacuerdos, es una negociación entre factores internos y externos y es siempre cambiante. Si intentamos reflexionar sobre quiénes somos, nuestra mente nos llevará a aquellos niveles que se han quedado como parte de nosotros mismos a raíz de la educación, la sociedad, la familia o la tradición cultural (De la Torre y Tejada, 2007). Todo aquello que descubrimos o cómo nos describimos es el resultado de todas las experiencias y circunstancias de cada uno de nosotros, y es algo que va mucho más allá de lo que pensamos y sentimos, porque son cosas que son irracionales.

En ciencias sociales se intenta explicar que hay dos niveles de identidad, la identidad del yo y la identidad social, ya que tenemos que intentar establecer una conexión entre los dos niveles, lo individual y lo colectivo (Brewer, 2001, p. 115). Siguiendo a Bruebaker y Cooper (2000), también se puede identificar que hay dos formas de estudiar la identidad; desde un sentido fuerte y un sentido suave. Esta división se hace necesaria cuando tenemos que diferenciar cuando estamos analizando la identidad desde un punto de vista singular, individual, o cuando se está haciendo referencia al plano social o compartido.

Brewer (2001) identifica diferentes conceptos de identidad:

- Aquella identidad que agrupa distintos elementos que hacen referencia a la definición de uno mismo, como puede ser la identidad de género, la identidad racial y étnica o la identidad cultural.
- La identidad que es la consecuencia de las relaciones entre los individuos. Es decir, podemos observar que la identidad se crea a través de los procesos personales, es el resultado de la vida en sociedad. Todos los estímulos externos tienen una influencia en la identidad de las personas.
- Por otro lado, podemos encontrar aquella identidad que es el resultado de la interpretación que uno mismo hace sobre sí mismo dentro del grupo o de la unidad social. Es decir, se pone como referencia al grupo al que

pertenece. En este supuesto, implica que las personas se impliquen en la construcción de la identidad del grupo.

Si lo analizamos comparándolo con Bruebaker y Cooper (2000), podemos decir que el uso de acepciones “fuertes”, asociadas con el género, la raza, la etnicidad o el nacionalismo, indica que hay elementos que sobreviven al paso del tiempo y que perduran a través de las personas, a través de lo cual se puede afirmar:

- La identidad es algo intrínseco a las personas. Es posible que las personas todavía no se identifiquen, que estén en búsqueda de entender su identidad o de buscar una nueva identidad, o que está en construcción.
- Es algo individual y colectivo.
- Aunque las personas no seamos capaces de pensar en nuestra identidad o no hayamos logrado identificarnos, es algo que acabamos obteniendo.
- Para poder entender la identidad individual y la identidad colectiva, debemos tener clara la diferenciación entre el individuo y el grupo, ya que si no podemos caer en ambigüedades.

Sin embargo, cuando hablamos de las acepciones “débiles” atendemos a adjetivos como múltiple, inestable, fluida, contingente, fragmentada, construida o negociada.

Haciendo referencia, una vez más, a Bruebaker y Cooper (2000) podemos sacar tres conceptos:

1. Hay que intentar evitar la cosificación de la identidad, pues la identidad está formada por una serie de procesos y acciones que desarrollan las personas a lo largo de su vida, pudiéndose identificar y categorizar; “...la identificación de uno mismo y de los demás es intrínseca a la vida social; la identidad en el sentido ‘duro’ no lo es” (Bruebaker y Cooper, 2000, p.14).
2. Para entender la identidad humana hay que utilizar la autocomprensión, porque al final las personas tomamos las decisiones teniendo en cuenta dos aspectos; 1) entender lo que una persona es y cómo se identifica y 2) cómo se ubica o relaciona en la sociedad. Según Bruebaker y Cooper (2000, p. 17) “con base a ambos polos, uno se prepara para actuar”.

3. Cuando hablamos de identidad dentro de temas mucho más amplios como la raza, la religión, la etnia, la nación, el género, la sexualidad, los movimientos sociales, etc., estamos haciendo referencia al sentido de la pertenencia de las personas a un grupo. En cuanto a este sentido grupal, podemos observar que el sujeto se siente adherido al grupo o que, en cambio, siente rechazo por los otros. Tendríamos que hablar de una identidad en términos de comunidad, conectividad o agrupabilidad.

Si siguiéramos la interpretación de Jenkins, deberíamos de evitar tanto la visión más individualista como la visión social o externa, ya que debemos de buscar una visión que englobe ambas partes de la identidad (Jenkins, 2004, p. 29).

La realidad social puede ser entendida en tres niveles (Côté y Levine, 2002; Jenkins, 2004).

1. En un primer nivel encontramos la personalidad. En este nivel podemos decir que las relaciones y la socialización de los individuos desde el inicio de la vida es lo que va formando la identidad individual. Es algo que tiene una cierta continuidad temporal y espacial y construye al individuo a raíz de las relaciones y reacciones de los demás a sus características individuales.
2. El siguiente nivel que analizamos es el de las interacciones. En este nivel estaríamos analizando las relaciones que hacemos de forma cotidiana y que marcan nuestro comportamiento, como puede ser nuestras relaciones familiares, el colegio, las acciones sociales, etc. En este nivel estamos analizando las relaciones que se forman en un plano micro-social, es decir, donde empezamos a relacionarnos con un grupo reducido donde nos sentimos identificados y representados. Es el punto de encuentro entre las manifestaciones de la individualidad y la influencia de la colectividad que es donde se desarrolla y asienta la llamada Identidad Personal (Côté y Levine, 2002, p. 8).
3. Y, en el último nivel, nos encontramos la sociedad estructural, donde hacemos referencia a los sistemas sociales y políticos de nuestra sociedad y que formarían toda la estructura normativa de la misma. En este nivel hacemos un análisis macrosocial en donde se forma la llamada Identidad

Social (Côté y Levine, 2002, p. 10). Esta identidad es el resultado que asume cada individuo de la estructura social o normativa. Es decir, las personas hacen propios elementos de la sociedad y los incluyen en su identidad.

Cuando hacemos un análisis completo de la identidad debemos incluir cuatro componentes:

1. La propia experiencia del individuo sobre todos aquellos procesos/experiencias individuales.
2. La experiencia subjetiva ante su propio comportamiento, expresada en sus identidades social e individual.
3. Los juicios que otras personas emiten de nosotros mismos cuando actuamos de diferentes formas.
4. La opinión de las demás personas ante experiencias subjetivas de nosotros mismos, a raíz de relaciones privadas.

A través de estos conceptos que hemos definido podemos describir y explicar cómo se forma, mantiene o cambia la identidad, dependiendo de las circunstancias. Ante la misma situación las personas responden de diferente manera y es importante identificar que cada persona va a responder de una forma concreta dependiendo de la sociedad concreta o de las experiencias personales, de todos los recursos que tengamos a nuestra disposición, y de todas las realidades externas que afectan a la vida de los individuos.

En este sentido, podemos incluir que la experiencia de las personas migrantes es muy singular, vulnerable y hace que toda su experiencia quede definida entre dos planos, lo que conocían antes y la nueva realidad. Las personas migrantes tienen que adoptar decisiones y acuerdos y desacuerdos demasiado rápido posiblemente para adaptarse a la sociedad dominante, con la que posiblemente no compartan muchos puntos característicos.

En los contextos sociales actuales, caracterizados por la diversidad y la multiculturalidad, es donde se establecen las políticas orientadas al mercado y a los diferentes estilos de vida basados en el consumo. Estas nuevas políticas del mercado sustituyen a todas aquellas políticas orientadas a la comunidad y a los

estilos de vida basados en la producción, propios de las antiguas sociedades industriales.

Como se ha comentado, muchas de estas elecciones que realizamos cuando consumimos no se hacen en las condiciones más estables y muchas veces estas condiciones nos generan ansiedad. En este sentido, podemos hablar de “tiranía de libertad” o de “paradoja de elección” (Côté, 2005; Schwartz, 2001, 2004) haciendo referencia al impacto que tiene el mercado en el bienestar y felicidad de las personas. En el contexto actual, tanto la mayor desvinculación con las instituciones tradicionales y la falta de credibilidad que tienen dentro de la sociedad, como la tendencia a la individualización, algo representativo de las sociedades capitalistas, han tenido un fuerte impacto en la autodefinición, en la formación o en el mantenimiento de la identidad. Es un proceso cada vez más complejo y que tiene una serie de desafíos por delante.

5.3. Aculturación y gestión del proceso de integración

A lo largo de la historia y sobre todo durante el último siglo, se han hecho una serie de esfuerzos por entender el comportamiento de los inmigrantes y de analizar los esfuerzos de los inmigrantes por adaptarse a la nueva realidad cultural tras la experiencia migratoria.

Podemos hablar de todas estas cuestiones, y se vuelven centrales en este contexto, por el proceso de globalización y por las relaciones internacionales.

Podemos tomar como punto de partida, el intento que hicieron Lambert y Taylor (1990) cuando crearon la Teoría del Melting Pot. En esta teoría se expresa la idea de que no importa el origen, la cultura o los antecedentes de cada uno de los migrantes, porque los migrantes irían asumiendo poco a poco la cultura de la sociedad de acogida e intentando crear una identidad en base a la cultural de la cultura dominante. De esta forma, se estaría construyendo una vida cultural común. Sin embargo, esta teoría tiene asociadas una serie de limitaciones, porque no explica cómo es el proceso de adaptación, o porque no se tiene en cuenta la identidad cultural de las personas migrantes, ya que se asume que se van a asimilar a la cultura dominante. En este sentido, nacen otra serie de teorías que explicarían

la adaptación, la asimilación y todos los procesos de aculturación sufridos por parte de las personas migrantes para entender cómo funciona el proceso de integración en un contexto multicultural.

Que una persona migrante se adapte en mayor o en menor medida, o en un espacio de tiempo más corto, depende mucho del contexto individual de cada una de las personas migrantes y de las necesidades que tenga. Además, las personas migrantes tienen que bajar un poco sus defensas para adaptarse a la nueva sociedad, ya que tiene que modificar parte de su cultura para adquirir nuevas dinámicas culturales, aprender una nueva lengua (en algunos casos) o integrarse dentro de un nuevo sistema. Es importante también analizar la diferencia cultural entre la sociedad de origen y la sociedad de acogida, porque esto también hará que el migrante tenga una mayor o menor resistencia para superar el malestar físico o psicológico. Todo esto se puede entender porque las personas migrantes deben hacer frente a una serie de cambios; físicos (nuevos espacios, hábitats de vida, etc.), biológicos (nueva alimentación, enfermedades, etc.), políticos (pérdida de autonomía, participación, etc.), económicos (empleo, salario, etc.), culturales (diferentes lenguas, música, religión, fiestas, tradiciones, costumbres, etc.) y sociales (nuevas relaciones personales y grupales), etc. (Berry, 2003; Berry et al., 2002; Sam y Berry, 2006).

Este proceso en el que tenemos que hacer frente a esta serie de cambios y poco a poco ir asumiéndolos e ir haciéndolos propios (aquellos aspectos que sean relevantes a nivel individual) o rechazando aquellos que no se adecuen a las expectativas o necesidades, es lo que generalmente se ha llamado aculturación.

Podemos definir que el proceso de aculturación desde un punto de vista antropológico como un fenómeno que involucra cambios en una persona o en un grupo de personas como resultado del nuevo contacto entre diferentes culturas (Redfield et al., 1936). Por su parte, desde la psicología se ha definido, en primer lugar, como el conjunto de transformaciones internas y conductuales que tiene un individuo cuando entra en contacto con una nueva cultura (Graves, 1967). Y, posteriormente, Berry et al. (2006) ha definido la aculturación como un proceso de resocialización que involucra características psicológicas como el cambio de

actitudes y valores, la adquisición de nuevas habilidades sociales y normas, así como los cambios en referencia a la afiliación con un grupo y el ajuste o adaptación a un ambiente diferente.

Si analizamos el modelo de proceso de aculturación propuesto por Berry (1989), podemos observar que el autor sugiere cuatro categorías para describir el grado de adaptación de la persona migrante en base a la intensidad en la identificación del migrante dentro de la sociedad de acogida, por un lado, y con la sociedad de origen, por el otro lado.

Las cuatro categorías propuestas por Berry (1980) son:

1. Asimilación. La asimilación es un proceso por el cual la persona migrante olvida, o deja de lado, la identidad cultural previa y prefiere adquirir la cultura y la identidad cultural del grupo mayoritario o de la sociedad de acogida.
2. Integración. Esta es la postura ideal del proceso de aculturación, porque lo que sugiere es que las personas migrantes toman aspectos de la sociedad de acogida como suyos, pero siempre manteniendo elementos de su identidad previa que desea conservar e incluso potenciar. Es un equilibrio perfecto de ambas identidades a lo largo del tiempo.
3. Segregación. En esta categoría, la persona migrante decide no tomar aspectos de la sociedad de acogida o del grupo dominante y solamente mantener y potenciar su identidad cultural previa. Aunque haya contacto con la sociedad de acogida la identidad cultural sigue intacta, lo que dificulta en alguna medida la integración de las personas migrantes en la sociedad de acogida.
4. Marginalización. Por último, en esta categoría, la persona migrante pierde su identidad cultural previa y siente que no tiene derecho a adquirir una nueva identidad cultural basada en la sociedad de acogida, o simplemente no quiere hacerlo.

Podemos encontrar otros modelos que hablan del proceso de aculturación desde la perspectiva de la identidad étnica o la identidad cultural, como el Modelo del

Grupo Mayoritario (Ares, 2015) y el Modelo Interactivo de Aculturación (MIA) de Hutnik (1991). Ambos modelos se centran en estudiar la respuesta del grupo mayoritario frente a la población migrante.

Si hacemos referencia a otros estudios más recientes, podemos encontrar el Modelo Multidimensional de las Diferencias Individuales (Safdar, et al., 2003; Safdar, et al., 2010) en el que se establece que las personas migrantes tienen que hacer frente a tres retos: 1) intentar preservar su identidad cultural previa, 2) ser parte activa de la sociedad y 3) que su integridad física y psicológica no se vea afectada por el proceso de aculturación. No podemos abordar que todos los migrantes se enfrentan a estos retos de la misma forma, dependerá de sus características individuales la forma en la que viven todo el proceso. Lo que hace el modelo multidimensional de Safdar et al. (2010) es intentar relacionar una serie de variables individuales (como la familia, la cultura, los estereotipos, etc.) con las estrategias de aculturación propuestas por Berry (integración, asimilación, segregación y marginalización).

Como se ha comentado en repetidas ocasiones, en los procesos de aculturación tiene un papel fundamental la respuesta por parte de la sociedad de acogida, ya que tiene un impacto positivo o negativo sobre las personas migrantes. En este sentido, Navas et al., (2007) desarrolló un modelo en el que intentaba interrelacionar lo que los migrantes quieren hacer y lo que la cultura dominante desearía que hicieran en todos los ámbitos de la aculturación (religión, cultura, familia, relaciones sociales, economía, mundo laboral o incluso las políticas públicas de los gobiernos); este modelo se ha denominado Modelo Ampliado de Aculturación Relativa (MAAR). En este modelo se pone de manifiesto que existe una discrepancia entre lo que los migrantes hacen y lo que realmente quisieran hacer si tuvieran la opción de elegir. Entre la realidad y el ideal. Siguiendo a esta teoría, nos deberíamos de preguntar si realmente las preferencias de las personas y los comportamientos son realmente algo opcional o si por el contrario vienen impuestas por la sociedad de acogida, o cultura dominante, que realmente en muchas ocasiones tampoco tienen la opción de escoger. Este sentimiento y esta relación es lo que va a favorecer la interacción entre los grupos y que se pueda

seguir desarrollando una estrategia de aculturación u otra. La respuesta por parte de la sociedad de acogida tiene mucho peso en la respuesta o la estrategia de las personas migrantes, y los llevará hacia el ideal de la integración.

Es por ello que el Modelo de Aculturación que propuso Berry (1989) es muy interesante porque analiza a las personas tanto a nivel individual como a nivel grupal y nos permite ver si los procesos de aculturación están ligados con los aspectos de la personalidad de las personas migrantes. Los aspectos de la personalidad, en gran medida, están asociados con el comportamiento social de la persona y nos ayuda a comprender el comportamiento y la forma de relacionarse y de ejercer las relaciones sociales.

Cuando hablamos de los procesos de aculturación, vemos que es un proceso complejo, porque supone asimilar los nuevos aspectos de la cultura dominante y de reubicar todos aquellos aspectos previos que son importantes. Es un proceso de cambio y duelo al mismo tiempo, ya que se producen una serie de cambios que pueden ser estimulantes para la persona pero que al mismo tiempo tienes un sentimiento de pérdida de todo lo que se deja atrás (familia, amigos, entorno etno-cultural, nivel económico, nivel social, etc.); y los nuevos procesos como (aprendizaje de una nueva lengua, nueva cultura) puede ser emocionante y estresante al mismo tiempo; además, lleva asociado un sentimiento de miedo, de incertidumbre ya que puede suponer una serie de sentimientos como miedo al fracaso, sentimiento de desarraigo, de marginalización, de disminución de la calidad de vida, de pérdida de la identidad, etc. Este proceso está lleno de ganancias y pérdidas, de riesgos y beneficios.

Para evitar que este proceso de ganancias-pérdidas genere un impacto negativo en las personas migrantes, es necesario que las personas hagan un ejercicio intenso de trabajo interno donde reubiquen estas nuevas características y le den a cada una de ellas el valor que tengan y no se hagan más daño por no saber tratar el duelo. En este sentido, es importante que las ganancias sean mayores que las pérdidas, ya que esto ayudaría al migrante a sobrellevar el sufrimiento y a ver el proceso de aculturación como positivo y, por tanto, a sentirse parte de la sociedad de acogida.

Examinar los procesos de aculturación de las personas migrantes es importante cuando hacemos un trabajo de estas características, porque nos ayuda a vislumbrar la posibilidad de integración de las personas migrantes y su relación con la sociedad de acogida y con otros grupos minoritarios (Berry, 2003; Ward et al., 2001).

Se observa, que actualmente podemos relacionar las estrategias de separación e integración propuestas por Berry dentro de su modelo catagórico como las estrategias que están relacionadas con la parte social, ya que permite una interacción con la sociedad y vienen determinadas también por el grado de aceptación o rechazo del endogrupo (Berry, 2003). Sin embargo, ambas opciones presentan grandes diferencias:

1. Lo que se busca es intentar lograr una identidad social positiva, por lo que cuando atendemos a la separación de vemos de analizar cuáles son los factores sociales que pueden tener un impacto negativo sobre la persona migrante e intentar reubicar todos aquellos aspectos culturales y sociales previos de las personas migrantes que les permitirían sentirse parte del endogrupo. Tenemos que evitar que haya una competición o una excesiva comparación, porque esto podría dar lugar, en muchas ocasiones, a la infravaloración por parte de las personas migrantes frente al grupo dominante.
2. En cuanto a la integración, no se trata realmente de desechar todos aquellos aspectos culturales previos, sino de adaptar y de reubicar los anteriores con los nuevos estímulos, de cara a lograr un balance satisfactorio entre ambos. Esto daría como resultado que la persona migrante se sintiera mucho más cómoda y valorada y que pudiera identificarse con ambos grupos sin problemas.

Por otro lado, la estrategia mostrada por Berry de la asimilación se comprende que es una estrategia mucho más individual, porque no se tiene en cuenta la interacción con el endogrupo, sino que se asume como una especie de traición al endogrupo por adoptar la nueva cultura y, por tanto, lleva asociada una pérdida de la distintividad etnocultural. Sin embargo, está relacionada como una opción

positiva hacia el país de acogida, ya que muestra la voluntad del migrante de querer integrarse en la sociedad. Es importante señalar que la principal diferencia entre la asimilación y la integración, es que las personas que escogen una estrategia de integración tienen una convivencia entre “dos mundos” ya que tiene que hacer frente a crear una nueva realidad, una nueva identidad que integre componentes de ambas culturas o de ambas realidades, mientras que una estrategia de asimilación, simplemente supone la pérdida de la identidad anterior y, por consiguiente, es posible que suponga una ruptura con todo el pasado.

Y, pues último, podemos categorizar que una estrategia negativa, o con componentes negativos hacia ambos grupos sería la marginalización. En esta estrategia, como ya se ha explicado anteriormente, el individuo decide aislarse y no se identifica con ninguno de los dos grupos, por lo que tendría una situación mucho más complicada con respecto a la integración.

Tanto la estrategia de la asimilación como de la marginalización son estrategias individualistas, ya que son decisiones individuales tomadas por las personas migrantes. Sin embargo, la consecuencia de ambas estrategias no puede ser más distinta. En una estrategia de asimilación el migrante decide optar por asumir la cultura del país receptor, lo que puede suponer un rechazo por parte de su endogrupo al rechazar aquellas características étnicas propias de su país de origen; mientras que en una estrategia de marginalización no se identifica con ningún grupo.

Diversos estudios (Navas et al., 2006; Piontkowski, et al., 2000) han demostrado que las variables que más se utilizan por parte de los migrantes para escoger una estrategia de aculturación u otra, son aquellas variables que están relacionadas con la interacción social, es decir, aquellas que necesitan una respuesta por parte de la sociedad de acogida. En este sentido, podríamos hablar de que no se trata tan solo de una elección personal, sino que en muchas ocasiones esta elección personal viene determinada por la respuesta o los estímulos que nos transmita la sociedad de acogida y que nos hará acercarnos o alejarnos, según así lo percibamos.

Al mismo tiempo, nos preguntamos si sería posible que los valores y las decisiones individuales tuvieran el mismo peso que aquellas que se toman como respuesta a las acciones sociales, tanto del país de origen como del país de acogida.

Es importante conocer la motivación de las personas migrantes cuando adoptan unas estrategias de aculturación u otras, para poder ver cuáles son los motivos que llevan a los migrantes a seleccionarlas, conociendo las motivaciones podemos cruzarlo con la teoría transcultural de los valores personales de Schwartz (1992). Esta teoría nos muestra las distintas motivaciones que los migrantes pueden tener y que, de cierta forma, condicionan las elecciones. Intenta entender cómo se relacionan las decisiones que toman las personas migrantes y las distintas estrategias utilizadas para integrarse en la sociedad de acogida. Además, esta teoría nos permite dar continuidad a lo que se ha explicado anteriormente de que los migrantes tienen una serie de decisiones que se toman de forma individual y aquellas que se toman de forma colectiva. En la teoría transcultural de los valores personales, Schwartz (1990) identifica diez variables o tipos motivacionales; de estas diez variables: cinco variables corresponderían a elecciones individuales (logro, poder, autodirección, estimulación y hedonismo), tres corresponden a elecciones colectivas (conformidad, tradición y benevolencia), y, por último, hay dos (seguridad y universalismo) que se podrían insertar en ambos grupos y que, por tanto, se consideran mixtas.

Estas consideraciones imprimen un carácter dialógico y complejo a los procesos de enculturación y aculturación, a los cuales se inserta todo ser humano tanto en tanto que entra en contacto con otro. La enculturación (Abdallah-Preteille, 1996a) aporta al individuo un sistema de valores que le sirven de referencia para entender y explicar su entorno en tanto que vive en un determinado ámbito. Pero, como notan Belkaïd y Guerraoui (2003), si las nuevas generaciones hacen las cosas como sus padres, esto no significa que les den el mismo significado a sus actos. Estos fenómenos de apropiación individual de la enculturación son más comunes y difundidos que en el pasado y reducen la brecha con los fenómenos de aculturación. Belkaïd y Guerraoui (2003: párrs. 8 y 9) subrayan el carácter cambiante de dichos fenómenos de aculturación que “désigne essentiellement la

transformation des systèmes culturels en présence”. Asimismo, recuerdan que estos fenómenos nacidos del contacto de culturas no consisten en meras yuxtaposiciones, o en rasgos culturales eliminados o añadidos, sino que se trata de verdaderas reestructuraciones de diferentes elementos culturales siempre reinterpretados por los grupos en situación de contacto.

Berry (1997: 6) define la aculturación como la suma de cambios culturales que resultan de encuentros entre diferentes grupos; de su presentación nos interesa particularmente el tratamiento de nociones de aculturación psicológica y de adaptación que emplea para referirse a los cambios psicológicos, resultantes de la experimentación individual de un proceso de aculturación. Así desarrolla ambos temas desde el enfoque de estrategias actitudinales caracterizadas por diferentes grados de contacto y de participación del migrante en la sociedad de recepción⁵.

Amin (2012) diseña un esquema de interacción donde se observa el discurso de los migrantes mediante un modelo que relaciona la construcción de la identidad de las personas migrantes con cuatro variables: 1) con los principios de la identidad social, 2) la teoría de la curva W del ajuste cultural (Reisinger, 2009), 3) con las estrategias identitarias (Camilleri, 1996) y 4) las de aculturación (Berry, 1997).

Camilleri (1996a) explica que en el mundo actual las personas nos movemos por el mundo de forma individual y grupal, lo que el contacto cultural es un fenómeno estructural en cada una de las sociedades. En este contexto, las situaciones de encuentro intercultural, interpersonal e intergrupal son omnipresentes y podemos argumentar que el contacto entre culturas tiene una consecuencia en cada uno de los individuos (Tradec, 2001).

Ilustración 12 - Tipología de estrategias identitarias según Camilleri, diseñado por Dasen y Ogay (2000, p. 58).

La situación individual de aculturación encuentra devaluación y destrucción	
Estrategias para restaurar los sentimientos de autoestima	Estrategias para restablecer la unidad de significado

⁵ Parece lógico que el proceso de aculturación y de adaptación del individuo dependa directamente de su desempeño en la sociedad receptora, sin embargo, esta postura sigue enfocando la dinámica de la aculturación en el lado del migrante, dejando de lado el rol del país receptor.

Identidades dependientes	Identidad negativa: interiorización de un juicio despreciativo	Coherencia simple: resolución de la contradicción eliminando uno de sus términos	Sobrevaloración de la función ontológica: inversión más o menos exclusiva en el sistema original (fundamentalista, conservador total)
	Identidad negativa desplazada: elimina la identidad negativa asimilándose al favorecido transfiriendo el mandato devaluador a los demás miembros del grupo original.		Valorización dominante de la función pragmática, pero conservación de un mínimo ontológico: alternancia cíclica de códigos (oportunismo limitado)
	Identidad por distinción: toma de conciencia de la singularidad, pero no se interioriza la desvalorización, evitando tomar distancia.		Sobrevaloración de la función pragmática: inversión más o menos exclusiva en el sistema de acogida, primacía del deseo de adaptación (completamente oportunista).
Identidades de reacción	Identidad de defensa: la identidad como rechazo, como escudo para protegerse de los demás.	Coherencia compleja: teniendo en cuenta todos los elementos de la oposición	Retoques identitarios: resolución de la contradicción entre uno mismo y el no-yo, lógica efectiva y no racional.
	Identidad polémica: sobreafirmación de personajes estigmatizados, en oposición generalmente agresiva a los dominantes.		Lógica racional: reapropiación, disociación, articulación orgánica de los opuestos, suspensión de la aplicación del valor, valorización del espíritu a costa de la letra.
	Identidad principal: conducta paradójica de reivindicar la pertenencia al grupo originario, al tiempo	Estrategia de moderación de conflictos	Estrategias problemáticas que no permiten evitar el conflicto: ponderación diferencial de valores opuestos, limitación

	que rechaza en las acciones sus valores.		del elemento percibido como doloroso, alternancia sistematizada de códigos.
--	--	--	---

El artículo de Amín, al confrontar las dos perspectivas, pone de relieve la diferencia entre « des processus psychologiques individuels sous-jacents et de leur rôle dans les phénomènes interculturels » (Amin, 2012: 108).

Intenta buscar un punto de encuentro entre el trabajo de Berry sobre estrategias de aculturación y el de Camilleri sobre estrategias de identidad, intentando proponer una conexión entre estos dos enfoques con el objetivo de abrir un nuevo conjunto de vías de investigación sobre los contactos culturales.

5.3.1. Sobre identidad intercultural, estrategias de aculturación y choque cultural.

Barth (citado en Hiernaux, 2004: 11) explica que “es en las fronteras entre grupos donde la percepción de la identidad se hace más evidente y donde la misma se consolida”. Sin embargo, con la globalización ya no solo se define al individuo por una lengua sino por las que habla. Esta transición eleva la lengua a rango de bien cultural, usada y compartida como práctica de identificación, fenómeno necesario para el extranjero que, de alguna forma, resana su identidad en la sociedad receptora.

Como piedra angular de la interculturalidad, la comunicación, que se establece entre individuos pertenecientes a diferentes grupos culturales en un espacio dado, explora una infinidad de vías inexploradas para describir un mundo cada vez más pequeño, enmarcar una mayor densidad de negocios y rendir cuenta de economías más entretrejidas. Ahora bien, cada intento de comunicación, percibida no solo como una transferencia de información sino también de ideas, visiones, formas de pensar y de la propia identidad de una persona, expone y confronta valores y costumbres, creencias e ideas de cualquier tipo, generando un intercambio (Lüsebrink, 1998; Licate y Heine, 2012). Hoy en día es de común conocimiento que

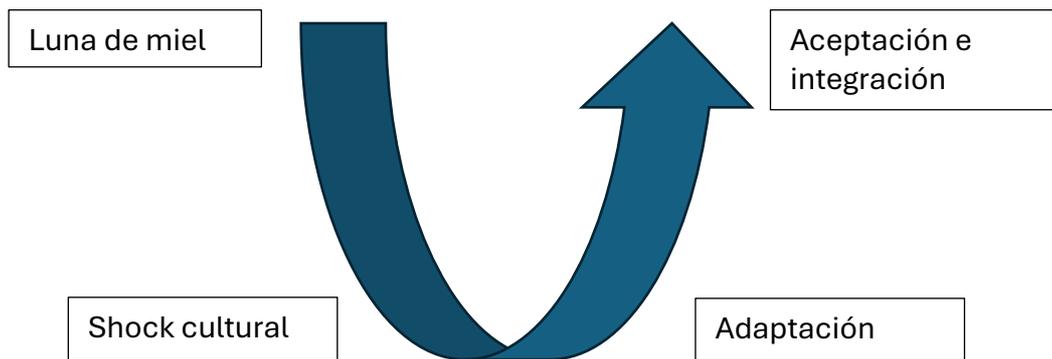
para llevar a cabo un intercambio exitoso es necesario conocer los aspectos que son importantes para la cultura de la persona con la que se establece la comunicación; al hacerlo, el individuo expresa una identidad intercultural propia.

Los trabajos en psicología intercultural (Berry, 1997: 6) muestran que los individuos que han crecido en un ámbito cultural y deciden hacer su vida en un ámbito diferente desarrollan un complejo juego de continuidad y cambio en la manera de interactuar en la sociedad receptora.

En este punto habría que preguntarse: ¿cuál es el proceso por el que un individuo pasa cuando decide hacer su vida en un ámbito diferente? El proceso ha sido descrito por autores como Gullahorn (1963) mediante la curva U del ajuste cultural (U curve theory) que más adelante (Trifonovitch, 1977) fue reformulada como curva W del ajuste cultural (W curve theory). La teoría describe las diferentes etapas culturales por las que pasan residentes temporales en un país desde el momento de su llegada al país destino (U curve) hasta su regreso al país de origen y su posterior proceso de readaptación al lugar de origen (W curve).

A lo largo de la historia ha habido diversos autores que han estudiado el impacto de una nueva cultura cuando una persona migra de un país a otro. Así, podemos encontrar la teoría de de Lysgaard (1955) llamada “Curva U de ajuste cultural”, precisamente porque afirma que una persona pasa por distintas fases para adaptarse a la cultura de la sociedad de destino. Según esta teoría se afirma que las personas migrantes sienten en un primer momento de euforia, de alegría, de ilusión por lo desconocido para pasar, seguidamente, a un momento de choque cultural que les hace sentirse lejos de la cultura mayoritaria y al mismo tiempo añorar su cultura de origen. Pasada esta segunda fase, donde la persona se encuentra más desmotivada y alejada, las personas migrantes tienen una etapa de adaptación, donde van a ir integrando poco a poco aquellos aspectos de la cultura de destino que consideran importantes para que, finalmente, podamos hablar de una etapa de aceptación e integración.

Ilustración 13 - Curva U de ajuste cultural



Las diferentes investigaciones llevadas a cabo sobre la teoría han permitido destacar seis importantes etapas reagrupadas en choque cultural (luna de miel, hostilidad, armonización)⁶ y choque cultural inverso (en casa, choque cultural inverso, reajuste)⁷.

En la etapa de luna de miel, el individuo, todavía en casa, construye expectativas acerca del viaje, la estancia, el país de destino, su gente, su cultura, etc.; esta etapa dura hasta poco tiempo después de haber llegado al país de destino. Una vez en el país de destino, el individuo no tarda en darse cuenta de las diferencias entre sus representaciones y la realidad, por lo que entra en la etapa de hostilidad, que se caracteriza por las confrontaciones entre los marcos culturales del país de origen y los del país de destino. La duración de esta etapa dependerá del grado y diversidad de los contactos y participaciones que tiene el individuo en la sociedad receptora (Berry, 1997). Se considera que el individuo entra en la etapa siguiente (armonización) cuando logra establecer ajuste entre sus diferentes maneras de pensar y armoniza aspectos culturales de ambos lugares para seguir interactuando con éxito. No consideramos que se deba interpretar la curva en función de sus experiencias de interacción.

En la etapa en casa, el individuo tiene sentimientos encontrados, por un lado, está feliz porque muy pronto regresará a su país de origen, por otro, triste porque llegó a entender varios aspectos del país receptor que le permitieron encontrar una nueva

⁶ Honeymoon stage, hostility stage, humor stage.

⁷ At home stage, reverse culture shock, readjustment stage.

estabilidad. De regreso a casa, el individuo vive lo que se llama el choque cultural inverso, en el que encuentra dificultades para volver a usar los marcos culturales originales como antes de su partida, ya que está muy consciente de haber cambiado y adoptado otras maneras de resolver problemas e interactuar con su entorno. Finalmente, en la última etapa llamada de reajuste, el individuo logra una nueva estabilidad a base de conjuntar aspectos culturales del país de origen y del país de estancia. El análisis de las narrativas de nuestros sujetos muestra que cuando el individuo decide instalarse en el país de recepción, es posible que también experimente estas etapas; en estas circunstancias pareciera que el individuo extiende la aplicación de la noción de casa al espacio geográfico nuevo donde echó raíces. El país de origen se vuelve entonces otro país. El individuo experimenta desajustes cuando recibe visitas o cuando regresa temporalmente a su país de origen.

En su esquematización de la curva W (Reisner, 2009) incluye tres niveles de satisfacción (bajo, medio y alto) y una línea del tiempo (durante el viaje/de regreso a casa). Su recuento biográfico usa nociones temporales y consideraciones que se asemejan a lo que experimentan residentes que planean regresar a un país de origen. El uso de la teoría nos permite construir una plataforma donde pueden aflorar periodos de shifts identitarios.

Grondin (en prensa) construye su teoría del shift identitario desde movimientos y adecuaciones del sistema cognitivo-cultural previamente descrito por Talmy (2003). El shift identitario remite a las estrategias cognitivo-discursivas que los extranjeros desarrollan cuando viven en un país ajeno. Dichas estrategias ponen de relieve numerosas e inéditas intrincaciones entre la lengua de origen y la segunda lengua, asimismo entre los marcos culturales de origen y los marcos culturales de recepción. En este sentido, confirman la presencia de desajustes en esquemas (Arbib y Hesse, 1986) y guiones (Schank y Abelson, 1987) que un individuo que se ha formado de la cultura y lengua de origen cuando se desenvuelve en la cultura y mediante la lengua de un país receptor. Los esquemas, heredados de la enculturación y de las experiencias pasadas, constituyen el trasfondo cognitivo del

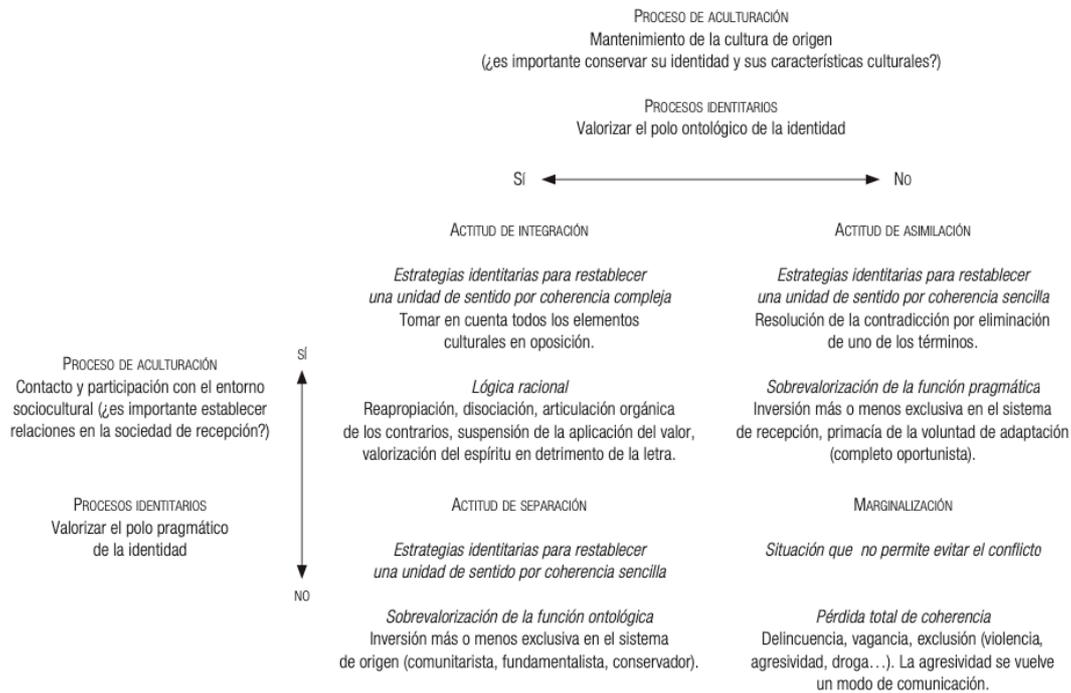
individuo y le ayudan a entender y tratar informaciones, así como adquirir conocimientos nuevos. Los guiones fungen como rutas de interpretación y ayudan al individuo a anticipar posibles escenas de comunicación.

Ilustración 14 - Interacción del grupo dominante y subordinado en las estrategias de aculturación.

		GRUPO SUBORDINADO		GRUPO DOMINANTE		
		Grado de mantenimiento y valoración de la identidad cultural				
Grado de valoración y búsqueda de las relaciones con otros grupos		Integración	Asimilación	Multiculturalismo	<i>Melting pot</i>	+ -
		Separación	Marginalización	Segregación	Exclusión	
		+	-	+	-	

Fuente: Berry (2003).

Ilustración 15 - Articulación de estrategias de aculturación y estrategias identitarias.



Fuente: Amin (2012:112).

5.4. El consumo como medio para la creación de las identidades

La hipótesis central de este trabajo se basa en observar qué relación tiene el consumo en la construcción de la identidad de las mujeres migrantes. Se desarrolla desde la idea de que el consumo genera identidad.

Se ha estudiado en diversos estudios (Saavedra, 2007) que con la modernidad y con las migraciones se ha ido perdiendo gradualmente el vínculo social-comunitario y que, a través de distintos procesos, se ha tenido que construir y reconstruir la identidad una y otra vez para adaptarnos a las distintas situaciones. En este contexto, asociamos que la identidad ya no se construye de la misma manera, sino que empezamos a asociar la identidad con el consumo, es decir, que aquello que consumimos es lo que nos representa (o lo que nos gustaría que nos representara) porque lo asociamos con una identidad cultural bien definida. Además, la rapidez en la que el mundo avanza y con la necesidad de las personas migrantes de adaptarse, la identidad es recreada a corto plazo varias veces dentro del mismo espacio de tiempo. Saavedra explica, además, que con la inmediatez en

la que vivimos, esto solo funciona para personas que tienen un carácter nómada y que son capaces de adaptarse con rapidez.

Para poder entender bien cómo la identidad es construida a través de los hábitos de consumo, consideramos que es bueno empezar a hablando de qué entendemos por consumo y cómo se ha llegado a la consideración de que es un factor clave en la creación de identidad.

Un término que fue acuñado por Peñaloza (2010) es el de aculturación del consumidor, que define como “el proceso general de adaptación por parte de los consumidores en el mercado”. Su alcance es amplio, en el examen del aprendizaje social y de mercado y la interacción a nivel individual, familiar, comunitario, social y transnacional.

Hay varias definiciones del comportamiento del consumidor que podemos utilizar para definir este concepto. Hemos seleccionado una serie de autores que nos van a ayudar a entender el comportamiento del consumidor y cómo se interrelaciona con la identidad de las personas y cómo influye en la construcción de las identidades. En primer lugar, Bennet (1995, p. 59) propone que el comportamiento del consumidor es “la interacción dinámica del afecto y la cognición, el comportamiento y los eventos ambientales por los cuales los seres humanos conducen los aspectos de intercambio de sus vidas”; esta definición nos explica que el comportamiento del consumidor es la interrelación que tienen los consumidores con los productos y que va más allá de una simple acción de compra. Por otro lado, y siguiendo la misma línea, nos encontramos con Blackwell et al. (2001) que añaden a la definición la eliminación del producto o del servicio una vez satisfecha la necesidad.

En una definición más avanzada del comportamiento del consumidor podemos observar cómo Peter y Olson (2005) van un poco más allá e insertan en la definición los pensamientos y las experiencias, “involucra los pensamientos y sentimientos que experimentan las personas y las acciones que realizan en los procesos de consumo”; es decir, podemos afirmar que es un proceso dinámico, que implica una serie de relaciones e intercambios entre los consumidores. Por su parte,

Solomon (2009, p. 33) muestra que el comportamiento del consumidor va un paso más allá, interpreta que el proceso de compra es todo el proceso relacionado con el producto, desde su selección, elección y satisfacción de las necesidades o deseos.

Aunque podemos observar diferentes versiones e interpretaciones, lo que es cierto es que todos coinciden en que hay una interpretación previa a la compra, durante la compra y posterior a la compra. Hay una serie de situaciones, de factores relacionales, que afectan el proceso de compra y que influyen en la toma de decisiones.

Evidentemente, algunos de los problemas culturales que afectan al comportamiento del consumidor son las diferencias culturales en los valores relacionados con el consumo, las interacciones familiares, la influencia relativa de las fuentes de información del consumidor y el conocimiento, las habilidades y el comportamiento del consumo (Peñaloza, 1989). Un modelo conceptual de aculturación del consumidor inmigrante indica que la capacidad de un inmigrante para mantener patrones previos de comportamiento de consumo está limitada por varios factores tanto en el entorno de consumo como inherente a la cultura y las circunstancias del individuo (Peñaloza, 1989).

Además, podemos interpretar que los consumidores son actores sociales, son parte de una sociedad mucho más grande y heterogénea, por lo que la actuación de cada uno de ellos dentro del proceso de compra puede tener un impacto en la sociedad, en la forma de relacionarse y en la toma de decisiones por parte de la creación de políticas públicas (Solomon, 2009).

Siguiendo a Solomon, vemos que, en el proceso de compra, sobre todo en los cambios en los procesos de compra, entran en juego variables externas que hacen que el comportamiento del consumidor se vea modificado; bien para atender a los valores personales, bien por interacción con otros actores sociales, bien por cambio en la actitud o en la personalidad. En este sentido, Solomon describe que el proceso de percepción del consumidor es aquel en el que “los consumidores absorben e interpretan información sobre productos e individuos de diversas

culturas”. Es importante destacar, además, que depende del consumidor y de los estímulos externos a los que esté expuesto, los consumidores prestan más o menos atención a unas cosas u otras, dando como resultado un proceso de (re)creación de la identidad heterogéneo atendiendo a los diferentes valores individuales.

Se establece una serie de pasos a seguir en la percepción del consumidor, atendiendo al aprendizaje y a la memoria. El aprendizaje sería definido como aquello que adquirimos a través del conocimiento y la experiencia y que va variando a lo largo del tiempo en base a los estímulos a los que estemos expuestos; y, la memoria, es toda aquella información que ya se ha aprendido previamente y que hemos utilizado para adaptarnos e identificarnos con aquellos elementos que son acordes a nuestros valores e intereses particulares. La memoria puede activarse y desactivarse constantemente, porque seleccionamos aquellos elementos que se adaptan al contexto actual.

Relacionado con esto, podemos involucrar la identidad en este proceso desde el punto de vista de que realizar una acción comercial implica, en cualquier caso, mostrar una parte de ti, algo que te define o algo con lo que te gustaría que te identificaran. Por eso es tan importante el proceso de compra en la gestión de las identidades, porque subyace la idea de quién soy o de quién me gustaría ser, además de ser el punto de partida para cambiar la visión que otras personas tienen sobre ti. Además, el consumo puede llegar a posicionar a una persona dentro de una clase social u otra, o expresar su deseo de pertenecer a un grupo social específico.

Estas ideas son muy importantes, ya que nos muestran como consumo e identidad interaccionan en procesos de aculturación en las personas migrantes para adaptarse o posicionarse dentro de la sociedad de acogida.

Ya Saldaña (2008) creó una tipología para clasificar a las familias migrantes dentro de la sociedad de acogida en base a sus hábitos de consumo, donde se establecían cuatro tipos de familias: clásicas, dinámicas sin tiempo, conservadoras integradas y progresistas.

Esta clasificación depende del grado de adaptación o de conservación de la cultura previa y estaba focalizada sobre todo en sociedades marroquíes en España. Estas dinámicas son importantes para observar cuáles son las estrategias de aculturación y para observar cómo va evolucionando a lo largo del tiempo. Esta tipología creada por Saldaña (2008) es interesante para nuestra investigación, pues podemos comparar los resultados y nos ayuda a comprender mejor el comportamiento del consumidor.

En un estudio previo realizado por Saldaña (1994), observó como el consumidor mexicano, a través de distintas estrategias y en diferentes grados, se adaptaba a las características del mercado de los Estados Unidos. Es verdad que nuestro estudio se va a centrar en los mercados de España y Francia, pero estos primeros resultados nos hacen darnos cuenta de la importancia del consumo en la gestión de las identidades.

Además, es importante observar también la teoría del “Consumo del Yo” de Michel Solomon. Se desprenden cuatro ideas principales de esta teoría. Hay un concepto en marketing que se utiliza mucho para entender la conducta del consumidor, y es el concepto del Yo. Cuando hablamos del Yo hablamos del yo en un plano personal y en un plano social. Podemos ver que hay un plano real y otro ideal en ambas esferas (personal y social) que podemos dividir en:

1. Lo que soy – Real: Es lo que eres en un plano personal, lo que construye todo aquello que está en tu vida y que hace que tomes unas decisiones u otras y que impactan directamente en tu personalidad.
2. Lo que me gustaría ser – Ideal: Sin embargo, no es solamente lo que eres, si no que siempre hay una parte de nosotros mismos que nos gustaría cambiar y que nos gustaría adaptar a otras esferas. Las personas estamos constantemente cambiando y evolucionando y hay partes de nosotros mismos que nos gustaría cambiar para mejorar.
3. Lo que creo que los otros creen que soy – Real: Este es el plano en el que verdaderamente otros te conciben, o cómo crees que otros te conciben realmente y es posible que eso condicione tu comportamiento o que genere

inseguridades o malestar e intentes ser otra persona para adaptarte a distintos grupos sociales a los que te gustaría pertenecer.

4. Lo que me gustaría que los otros creyeran que soy – Ideal: Esta es la idea de la que partimos para entender el comportamiento del consumidor. Muchas de nuestras acciones van orientadas a intentar ser la persona que nos gustaría que otros creyesen que somos.

Este concepto de la percepción de uno mismo en un plano personal y social nos va a ayudar mucho para entender el comportamiento de la persona migrante, orientado a la gestión de las identidades cuando intentan adaptarse a la nueva realidad que les rodea y cuando intentan encajar en la nueva sociedad, pasando por procesos de aculturación y manejando su yo personal y social.

Para nosotros, además, es importante entender que las personas pueden regular sus hábitos de consumo a través de distintos elementos de su identidad, como es la religión, y que tiene una influencia directa en el comportamiento y en la decisión de compra. Vela y Ballesteros (2012) mostraron que la religión, y los líderes religiosos, tienen una gran influencia en el consumo, sobre todo alimentario, de las personas creyentes; sacerdotes, rabinos e imanes establecen las prescripciones y prohibiciones que las diferentes creencias establecen respecto al consumo de bienes y servicios. Se establece, que la religión tiene una relación directa con la cesta de la compra y que, tanto para creyentes como para no creyentes, viene determinada por las creencias que tienen y por lo que marca el entorno más cercano (Sierra et al., 2013).

Todo esto es posible gracias a la globalización, como se ha señalado, a la multiculturalidad y al capitalismo. Según Peñaloza (2004) “los consumidores que habitan en un dominio social multicultural, se destacan las habilidades para conocer los códigos de más de un grupo y usarlos para comunicarse y distinguirse de los miembros de otros grupos culturales”.

5.5. Gestión de las identidades de las personas migrantes

Anteriormente se ha establecido la relación entre identidad y migración, y cómo, a través de diversas estrategias, las personas migrantes se relacionan con las nuevas realidades.

Debemos identificar los principales problemas a los que se enfrentan las personas migrantes relacionados con las identidades (o las crisis identitarias) y proponer diferentes intervenciones por parte de los países de acogida que puedan ayudar a mejorar la calidad de los servicios prestados, y, por tanto, la calidad de la vida de las personas migrantes.

A lo largo del presente trabajo se ha explicado cómo es el proceso migratorio de las poblaciones procedentes de América Latina, de Oriente Próximo y de África Subsahariana en los países receptores (España y Francia). Como se ha comentado, la identidad puede ser individual o colectiva y han de coexistir ambas partes de la identidad para que las mujeres migrantes puedan sentirse plenamente identificadas con la sociedad receptora (Liberona y Pagnotta, 2012)

Siguiendo a Weber (1922) definiríamos comunitarización como la relación social que se funda en sentimientos subjetivos (tradicionales o afectivos) de los participantes respecto de su pertenencia a una misma comunidad. Según el mismo autor, el proceso de comunitarización étnica es más complejo que los otros tipos ya que necesita diferentes etapas: toma de conciencia de que la unidad de los miembros existe objetivamente, el despertar de una conciencia compartida por efecto de una situación de vida compartida y la orientación de una acción colectiva en función de esta misma toma de conciencia. En este sentido es necesario señalar que el fin de la vida en común, por ejemplo, por efecto de la distancia que los inmigrantes tienen respecto de su país natal, no implica el corte de los lazos de pertenencia. Por el contrario, como constata Anderson (1991)⁸, es precisamente entre los migrantes donde surgen los primeros fervores nacionalistas. Distinguimos, entonces, el aspecto físico de la permanencia en un lugar del

⁸ Anderson, B. (1991) habla sobre el caso irlandés con migrantes procedentes de los Estados Unidos.

sentimiento ideal de pertenencia comunitaria. Lo que nos interesa es indagar sobre los sentimientos de autopercepción identitaria.

Si la identidad es siempre creada, recreada e imaginada en un proceso, nos hemos preguntado cuáles son los elementos que activan e impulsan a los migrantes a concebirse como un grupo en el exterior. Se trata, por tanto, de mostrar con qué modalidades se producen y de qué modo resultan activados y reconocidos los límites y las dicotomías.

Para poder establecer cómo se han de gestionar las distintas realidades en ambos contextos, tenemos que mostrar cuáles son las situaciones actuales de ambos países de acogida.

En primer lugar, el caso de España

Y, en segundo lugar, Francia... El análisis de la inmigración nos muestra la implicación en la vida asociativa como una forma de expresar su unidad identitaria como grupo y de ejercer su ciudadanía como inmigrantes. Para Lombera (1996), la ciudadanía es la práctica de los ciudadanos que entraña el ejercicio pleno de sus derechos, y se diferencia de aquella que designa la pertenencia a un Estado-nación, la cual es sinónimo de nacionalidad. Esta inmigración se ha incrementado en los últimos 40 años, volviéndose más regular a partir de los años 90, hasta esa fecha los latinoamericanos que vivían en la ciudad eran esencialmente exiliados y refugiados políticos. La inmigración fue progresivamente cambiando de composición: sin dejar de existir el flujo de estudiantes, artistas y escritores, la inmigración económica comenzó a ser mayoritaria. Este cambio de composición se enmarca dentro de los cambios globales de flujos migratorios, que van de la mano con las transformaciones sociales y de los campos de actividades económicas en el mundo. América Latina dentro de este contexto se sitúa como un continente expulsor y receptor de migrantes; inicialmente los flujos migratorios se dirigieron de Sur a Norte dentro del mismo continente. Dentro de las migraciones a Europa, el principal destino era España, hasta que cerró prácticamente sus puertas a los latinoamericanos en los años 90 con una drástica política de control de fronteras. Empezaron a probar suerte con otros países de Europa, donde la mayor

barrera era el idioma. En el caso francés, muchos fueron animados por antiguos exiliados políticos, así como refugiados.

Es así como comienzan a formarse núcleos de convergencia de inmigrantes de diversos países, primero en reuniones festivas y conmemorativas, o en actividades deportivas, luego abriendo un mercado de servicios dirigido a públicos de países específicos, hasta llegar a construirse lo que podemos llamar “una comunidad”. Para explicar cómo se llega a este fenómeno, vamos a tomar como ejemplo la vida asociativa; la influencia de las políticas migratorias francesas en la construcción de la identidad individual y colectiva de estos “nuevos” inmigrantes, quienes a través de la esfera asociativa encuentran una forma de ejercer su ciudadanía.

Las políticas migratorias que rigen actualmente en Francia se caracterizan por intentar ser una regularización administrativa de los efectos de la descolonización que se produce a partir de los años 60. Antes existieron políticas migratorias principalmente para los ciudadanos de otros países europeos que en diferentes momentos de la historia fueron a probar suerte a Francia en las minas de carbón del norte o en los puertos del sur del país. Sin embargo, los procesos de descolonización significaron la apertura de las fronteras para las antiguas colonias, respondiendo a la demanda de mano de obra no calificada, debido a la fuerte expansión industrial. Este auge económico tuvo su primera crisis en el año 1974, cuando las autoridades deciden cerrar las fronteras para la inmigración “de trabajo” o “económica”, restringiéndola principalmente a la de reunificación familiar, de estudiantes y “de negocios” (Zerahoui, 1994). A partir de entonces, comenzaron a producirse otros fenómenos, como lo que se ha llamado “fuga de cerebros”, y lo que se ha vuelto cada vez más masivo, la inmigración irregular. A pesar de las restricciones impuestas formalmente, la inmigración en Francia no pudo cambiar su composición, sobre todo en un momento histórico en que las economías de las antiguas colonias se caían una tras otra y la estabilidad política no lograba consolidarse, lo que generaba un constante flujo migratorio hacia las principales ciudades francesas por parte de las antiguas colonias. La presencia de poblaciones africanas y antillanas fue y sigue siendo sujeto de conflictos interétnicos; el racismo propio de un país nacionalista y colonizador como lo es

Francia fue el punto de partida de numerosos argumentos que buscaban culpabilizar a estos nuevos ciudadanos de los orígenes de los conflictos. Sin embargo, los problemas sociales de estas poblaciones han ido incrementándose cuando la segunda generación, en búsqueda de su identidad, comenzaba a demostrar el fracaso de las políticas migratorias iniciales. En este contexto surgen iniciativas de “inclusión social”, proyectos de investigación y programas orientados a poblaciones específicas, que intentan suplantar los errores administrativos que durante dos décadas excluyeron y discriminaron a grandes cantidades de poblaciones inmigrantes. Es así como la actividad asociativa se presenta como un medio de acceder a una nueva ciudadanía, como una forma de impulsar colectivamente una entidad jurídicamente válida en la sociedad receptora, que va a abrir un espacio en la esfera pública a los inmigrantes.

Para entender esta divergencia en los sentimientos de pertenencia se tiene que tomar en cuenta las diferencias de clase, de nacionalidad y étnicas al interior de los flujos dirigidos hacia España y Francia.

5.6. Relación entre los elementos de la investigación. Visión de conjunto.

El análisis de la investigación se hará en distintas fases, intentando orientar cada fase hacia la consecución de los objetivos.

Como hemos comentado desde el principio, la pregunta de investigación central del presente documento es si el consumo genera identidad, o cómo el consumo tiene influencia directa sobre la identidad de las mujeres migrantes. Para ello, hemos intentado establecer cuáles son los elementos de la identidad que apoyan este comportamiento y por qué.

A lo largo de la investigación se intenta definir la identidad y por qué la identidad no es algo estático, sino que es algo creado y (re)creado y que siempre es cambiante en el tiempo, por lo que es imprescindible analizar la identidad en mujeres migrantes para poder entender el porqué de sus acciones y cómo contextualizarlas dentro del contexto social actual. Hemos intentado abordar el tema de la identidad con las mujeres migrantes a través de entender cómo se sienten, qué es lo que piensan y cuáles son las acciones que llevan a cabo para obtener sus objetivos.

Anteriormente, se hemos hablado tanto de identidad como de cuáles son los elementos que tienen una repercusión directa dentro del proceso de gestión de las identidades, concretamente en los procesos de aculturación de las mujeres migrantes. Esto es esencial porque serán estos elementos los que nos ayudarán a sostener las distintas justificaciones y conclusiones que se harán al final de la investigación. La identidad no es algo aislado, no solo depende de la persona, sino que también es importante la respuesta del entorno, además, para cada persona entrarán en juego unos elementos con más fuerza que otros, aunque al mismo tiempo todos tendrán cierto grado de presencia.

El mayor problema, u obstáculo, con el que nos hemos encontrado es que es posible que muchas personas no sean capaces de analizar su identidad, de entender por qué hacen las cosas, qué es lo importante para ellas, ni porqué lo es, sino que simplemente se conciben de esa manera sin una mayor justificación. Por esto mismo hemos dedicado mucho tiempo a entender qué es la identidad, cuáles son los elementos que la integran y cómo podemos llegar a entenderla.

Además de comprender cuáles son los elementos que forman parte de la identidad y que son importantes dentro de la gestión de las identidades, hemos puesto el punto central en mujeres migrantes. Entendemos que el hecho de ser migrantes, de tener una cultura de origen y tener que adaptarse a una nueva cultura de destino nos ofrece un abanico de posibilidades, nos ofrece la posibilidad de ahondar en la reconstrucción de la identidad a través de un proceso migratorio y posiblemente dentro de un shock cultural en la sociedad de destino.

La construcción de la identidad en personas migrantes, entendemos que se lleva a cabo a través de procesos de aculturación. Estos procesos de aculturación son las estrategias descritas por varios autores, en especial por Berry, por las cuales las personas migrantes cambian (o adaptan) parte de su identidad para adaptarse y adoptar nuevos aspectos que concuerden con los de la sociedad de destino. Estos procesos de aculturación se pueden dar de forma consciente e inconsciente, pues muchas veces las personas migrantes no son sensibles a estos cambios, sino que son una respuesta natural a la necesidad de adaptarse y de ser parte de la cultura dominante.

Pero, nada de esto tiene una conexión profunda con la investigación sino intentamos relacionarlo con sus hábitos de consumo. Estos hábitos de consumo directamente generan identidad, como se verá más adelante, porque sitúan a la persona en un plano más cerca o más lejos de la cultura dominante. A pesar de que hemos ido desgranando las partes anteriores para entender a las mujeres, para entender cómo se conciben y se piensan a sí mismas, hemos entendido que lo importante es situar todo esto dentro de un todo poniendo el foco en cómo el consumo ha sido influenciado por todos los elementos identitarios previos, qué incidencia tienen en la toma de decisiones y cómo influyen en sus hábitos de consumo para que estos se adapten a su forma de ser y a su forma de querer ser vistos dentro de la sociedad de destino.

Y, por último, hemos hecho un foco en cómo todo esto tiene un fin, una consecuencia que se quiere lograr (o no) y que es como esto es relevante para su proceso de integración. Se considera que todas las personas tienen la necesidad de ser parte activa de la sociedad y que, por tanto, es importante adaptarse para integrarse. No necesariamente todas las personas migrantes tienen este fin, no necesariamente encuentran que el sentido de su experiencia migratoria esté enfocado en la integración y la parte activa de la sociedad, y esto también es importante, porque nos ofrece una información muy relevante de cara a entender todos sus procesos de aculturación y el porqué de unas decisiones y no de otras.

De forma resumida, se han descrito en el marco teórico los siguientes apartados que interactúan en el diseño/análisis de la investigación:

- Identidad
- Elementos de la identidad
- Migración
- Procesos de aculturación
- Consumo
- Integración

Se ha creado una tabla donde se puede ver la interacción de cada elemento con los otros y el cuál es el sentido de cada uno de ellos dentro de la investigación de forma

sinéctica (Anexo 1). De todas formas, a continuación, se ofrece un cuadro resumen de lo descrito en el Anexo 1.

Ilustración 16 - Interacción de los elementos analizados en la investigación

	Identidad	Elementos	Migración	Aculturación	Consumo	Integración
Identidad		Creación y re(creación)	Shock cultural	Cambio y estrategia	Decisiones y adaptación	Formar parte de la sociedad
Elementos			Impacto y re(creación)	Influencia y decisión	Toma de decisiones	Grupos sociales y de interés
Migración				Necesidad de adaptación	Diferencias y shock cultural	Nuevas oportunidades
Aculturación					Nuevos gustos y oportunidades	Selección estrategia en base a objetivos
Consumo						Nuevas formas de verse y de ser visto
Integración						

Además, nos gustaría añadir que toda la investigación se ha desarrollado con un enfoque de género, entonces, aunque específicamente no se ha mencionado en este apartado, el género ha formado parte de toda la investigación.

Primeramente, porque solamente se han seleccionado para el estudio mujeres, lo cual directamente implica que todas las conclusiones son enfocadas y basadas en

una distinción por género y son parte de la experiencia vital de las mujeres migrantes.

Se decidió hacer un estudio con perspectiva de género porque las mujeres tienen una situación de doble vulnerabilidad, por ser mujeres y por ser migrantes, y nos propusimos corroborar hasta qué punto el género influía en la gestión de las identidades de las mujeres migrantes. Pero no separamos el género como un apartado único, sino que lo pusimos de forma transversal en todas las técnicas de investigación y en todas las conclusiones que sacamos.

Es importante señalar la importancia del género, porque de otra forma no tendría sentido nuestra investigación y no podríamos haber establecido la estructura de la investigación de la forma realizada.

BLOQUE 3. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

CAPÍTULO 6. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO

Una vez concluidas las partes anteriores del presente trabajo, donde se ha desarrollado el objetivo central del trabajo, la metodología utilizada para la recopilación de información y se ha diseñado un marco teórico orientado a enfocar la investigación y a ver dónde podrían encajar los resultados a través de las diferentes perspectivas aportadas por autores relevantes dentro del campo de estudio, en el presente capítulo nos gustaría presentar los principales hallazgos de nuestra investigación; así como relacionar los distintos elementos y ver cómo interactúan entre ellos, de cara a proyectar, finalmente, una serie de conclusiones generales que recojan la esencia de todo este trabajo de investigación.

Tal y como se presentó en el apartado de metodología, la información ha sido obtenida a través de distintas técnicas de investigación, como son las entrevistas semiestructuradas y los focus group a los distintos grupos objeto de estudio en este trabajo de investigación.

Las personas informantes dieron su consentimiento para que se pudieran analizar detalladamente sus testimonios y que pudieran ser compartidos y analizados. Pero la investigación sigue siendo totalmente anónima y confidencial y se han suprimido algunas partes por deseo expreso de los informantes. Son simplemente algunos datos dentro de la conversación mantenida que la persona no ha querido mostrar públicamente o que prefería que no se tuvieran en cuenta a la hora de comparar los resultados con otros participantes.

Se observaron, a priori, algunas diferencias entre las entrevistas semiestructuradas y los focus group, que también nos ha llevado a sacar algunas conclusiones acerca del comportamiento de las mujeres migrantes en entornos en los que se sienten cómodas y aceptadas en mayor medida.

Cuando hemos realizado entrevistas semiestructuradas hemos hecho lo que se denomina efecto bola de nieve. Es decir, los contactos de los informantes siempre han sido proporcionados por otras mujeres informantes, de esta forma siempre había un nexo de conexión y se considera que las personas podrían sentirse más cómodas y en un ambiente de confianza, a pesar de no conocernos previamente.

Sin embargo, en una entrevista se crea un entorno mucho más íntimo y es posible que a primeras haya sido más complicado acceder a algunos detalles de su experiencia migratoria o de su identidad, ya que las mujeres previamente tienen que sentir confianza y tienen que sentirse en un ambiente seguro. Mientras que, cuando hemos trabajado en focus group ha sido más sencillo llegar directamente a cuestiones clave porque se sentían respaldadas por otras mujeres que ya conocían previamente y que están en su misma situación. Muchas de estas mujeres forman parte de grupos establecidos previamente o, en uno de los casos, tienen relaciones de amistad o de parentesco, lo que les ha proporcionado una red de apoyo necesaria en el país de destino.

Además, se ha tenido la oportunidad de hacer observación participante, participando en algunos de los momentos de su día a día, yendo con ellas de compras, o teniendo la oportunidad de pasar varias veladas en casa con un grupo grande de amigas/familiares, que nos ha permitido ver cómo cambian la forma de vestirse y de identificarse en un entorno o en otro. Esto nos ha parecido un punto fundamental a la hora de observar cómo influye la identidad a la hora de adaptarse, de integrarse o de sentirse parte de la sociedad o cómo se utiliza de cara a ser reconocidas o intentar encajar en una sociedad con la que, probablemente, no compartan elementos culturales e identitarios y que, por tanto, tengan que hacer un mayor esfuerzo por sentirse parte de ese conjunto.

Por respeto a las mujeres informantes, y de cara a preservar su intimidad, no se han tomado fotografías de esos momentos más íntimos, pero intentaremos describirlos con exactitud para que se pueda llegar a entender la gran diferencia que se ha encontrado entre los espacios públicos y los espacios privados y cómo las mujeres se sienten mucho más cómodas, con más ganas de abrirse y sin tantos miedos o inseguridades, ya que se encuentran en su lugar seguro.

Para preparar este análisis se ha diseñado una matriz donde se han puesto los objetivos de la investigación agrupados en grandes bloques de estudio y las distintas categorías y personas entrevistadas. En esta matriz se han aportado las distintas impresiones más significativas de cada informante para luego poder compararlo y sacar conclusiones. Consideramos que, de esta forma, es mucho

más visual y nos da información valiosa de un simple vistazo, simplificando el proceso de comparación de datos.

La matriz se ha dividido en 5 ideas principales de las cuales se ha querido sacar información y que consideramos que son relevantes para sacar las primeras conclusiones de nuestro estudio.

1. Elementos de la identidad. Donde vamos a analizar cuáles son los elementos que han sido más relevantes para cada una de ellas y cuáles tienen una mayor incidencia a la hora de modificar la identidad de las mujeres migrantes.
2. Procesos de aculturación. Los procesos de aculturación suponen todos aquellos cambios a los que se someten las mujeres migrantes (y las personas en general) cuando emprenden una nueva vida en una cultura diferente.
3. Identidad-consumo. Hemos intentado analizar cómo se relacionan las variables de identidad y consumo, para poder ver la incidencia del consumo (en este caso de ropa) en la construcción de las identidades de las mujeres migrantes y si es parte de su proceso de aculturación.
4. Gestión de las identidades. Poder ser críticos y entender quiénes somos y cómo somos en cada una de las situaciones habituales es lo que nos va a proporcionar información sobre nosotros mismos y el entorno. En el caso de las mujeres migrantes esta tarea puede ser complicada, porque entra en juego quién eres, quién quieres ser y cómo creen que eres los demás.
5. Futuro. No se ha incidido demasiado en analizar cuáles son las expectativas de futuro de las mujeres entrevistadas, pero sí que se ha intentado analizar a grandes rasgos qué expectativas tienen, qué consideran importante y cómo se conciben a ellas mismas a partir de ahora en la sociedad de destino.

La presentación de los resultados es importante para poder entender cómo se relacionan los distintos elementos de la investigación y, en concreto, conocer cada grupo de estudio que ha sido parte de nuestra investigación.

Para poder seguir un orden, se explicará resumidamente cuáles han sido las informantes de cada grupo de estudio, qué técnicas se han utilizado y cómo hemos accedido, así como los principales resultados de cada una de ellas.

6.1. Trabajo de campo con mujeres migrantes procedentes de América Latina

Las mujeres procedentes de América Latina han sido el grupo de más fácil acceso. No resultó complicado acceder a ellas y, en su mayoría, siempre estuvieron dispuestas a presentarnos a más mujeres migrantes de América Latina.

Empezamos haciendo la investigación en España, pero finalmente se decidió que tendría sentido incluir mujeres migrantes de América Latina en Francia porque nos aportaría una información diferente y relevante. Esta decisión fue tomada debido a los primeros resultados arrojados por la investigación, donde vimos que las mujeres migrantes de América Latina en España tenían muchos rasgos culturales muy similares a los españoles y tenían unos procesos de integración muy parecidos. Por esto, se decidió ver si esto era igual en otra cultura donde también teníamos acceso y empezamos la investigación en Francia. Finalmente se entrevistaron a 6 mujeres latinas en España y a 9 en Francia, por lo que el grupo quedó cerrado finalmente con 15 mujeres de América Latina participantes en el estudio.

En este caso, hemos desarrollado solamente entrevistas semiestructuradas, ya que han sido de fácil acceso y no hemos encontrado dificultades para acceder a ellas y hablar en un entorno en el que se sintieran seguras. Que el español fuera la principal lengua para todos nos ha supuesto una facilidad para acceder a todas las mujeres migrantes. Se observa que, suprimiendo barreras, en este caso la lengua, las personas se encuentran más cómodas y sienten mayor grado de confianza.

Se hubieran podido hacer más entrevistas o incluso organizar un focus group con algún grupo que hubiera resultado relevante, pero, sin embargo, consideramos que no fue necesario porque los datos que se estaban aportando comenzaban a estar repetidos y no era información nueva que pudiéramos combinar con otros resultados. Es interesante tener un grupo de estudio con aspectos culturales parecidos a los nuestros para poder hablar verdaderamente de la incidencia de la

cultura en los procesos de aculturación y la creación de la identidad de las mujeres migrantes, ya que se puede observar hasta qué punto estos factores son o no decisivos. Es decir, si se comportan de forma similar a las mujeres de la sociedad de acogida o si, por el contrario, tienen comportamientos característicos de otros grupos de mujeres migrantes.

Finalmente se ha podido observar que los datos son bastante similares en ambos países y que culturalmente hablando no estamos en esferas tan distintas.

Por otro lado, los principales países de procedencia de nuestras informantes han sido México y Venezuela, obteniendo también datos de Argentina, Colombia, Perú y Nicaragua. Es cierto que América Latina tiene multitud de países que han quedado fuera de nuestro estudio y que posiblemente hubieran sido relevantes, pero, que por tiempo y por red de contactos no se ha podido acceder a todos ellos.

La procedencia no ha sido un punto relevante, ya que se ha tenido en cuenta más por región que por país concreto. Posiblemente podríamos haber encontrado diferencias entre países dependiendo de la situación de cada país o del grado de desarrollo de cada uno de ellos, porque posiblemente tuviera un impacto en la adaptación o en las necesidades de cada una de las mujeres entrevistadas. Sin embargo, es algo que no se puede corroborar porque no se ha analizado en este sentido y no hemos tenido acceso a todas las nacionalidades.

Es relevante destacar que la mayoría de las mujeres procedentes de América Latina son cristianas, y se identifican como personas creyentes y, en su mayoría, practicantes. De 15 mujeres entrevistadas 14 se identifican como creyentes, lo que supone un 93% y 10 de ellas considera que la religión es un punto central de su vida, un 71%.

Este dato es importante también a la hora de analizar los resultados porque las posiciona en una esfera mucho más cercana a las creencias religiosas de la mayoría de la población europea que se identifica como religiosa. La religión va a ser otro punto de acercamiento entre ambas culturas y va a ir asociada a una serie de valores, de creencias y de formas de entender la vida y de relacionarse muy similar. Además, se ha observado que las iglesias son un lugar de encuentro y

acercamiento entre las mujeres migrantes y que pueden ayudar a construir una comunidad en la sociedad de destino.

“Cuando me vine no tenía ningún familiar ni ningún amigo aquí. Esto es una ciudad inmensa y no sabía por dónde empezar a buscar. No sabía qué hacer, estaba perdida. En ese momento solo se me ocurrió ir a la iglesia y preguntar al cura cuáles eran las opciones que tenía. Ahí fue donde conocí a mi primera amiga.” (Informante 7)

Una de las principales características para todas ellas ha sido la necesidad de crear una red, y al final, se ha observado que toda unidad religiosa establece unos lazos porque hay algo importante que compartir. Se sobreentiende que cuando tienes unas creencias similares te has criado sobre las mismas bases o tienes los mismos valores, por lo que es sencillo sentirse identificado y establecer unos lazos con esas personas.

Una de las informantes hemos dudado en qué grupo incluirla, ya que es de origen sirio pero criada y educada en Venezuela. A pesar de tener ciertos aspectos de su identidad que concuerdan con mujeres árabes-musulmanas, se ha considerado que la parte más fuerte de su identidad viene definida por su adaptación a la cultura venezolana. Nos ha parecido un caso muy interesante, ya que podemos observar lo que es el cambio de Siria a Venezuela y de Venezuela a Francia, ya que se está en constante adaptación y viviendo realidades muy distintas en cada momento y ha marcado su desarrollo y la forma de entender las relaciones sociales y familiares

1	Informante 1	México	Entrevista	Cristiana	París	Francia
2	Informante 2	México	Entrevista	Cristiana	París	Francia
3	Informante 3	México	Entrevista	Cristiana	París	Francia
4	Informante 4	Venezuela	Entrevista	Cristiana	París	Francia
5	Informante 5	Argentina	Entrevista	Cristiana	París	Francia
6	Informante 6	Colombia	Entrevista	Cristiana	Madrid	España
7	Informante 7	Perú	Entrevista	Cristiana	Madrid	España
8	Informante 8	Nicaragua	Entrevista	Cristiana	Madrid	España
9	Informante 9	Colombia	Entrevista	Cristiana	Madrid	España
10	Informante 10	Venezuela	Entrevista	Cristiana	París	Francia
11	Informante 11	Argentina	Entrevista	Atea	Madrid	España
12	Informante 12	Venezuela	Entrevista	Cristiana	Toulouse	Francia
13	Informante 13	Siria/Venezuela	Entrevista	Musulmana	Toulouse	Francia

14	Informante 14	Venezuela	Entrevista	Cristiana	Madrid	España
15	Informante 15	Perú	Entrevista	Cristiana	París	Francia

En resumen, se han entrevistado 3 mujeres de México (21%), 5 mujeres de Venezuela (33%), 2 mujeres de Perú (13%), 2 mujeres de Colombia (13%), 2 de Argentina (13%) y 1 de Nicaragua (7%).

Las mujeres de América Latina presentan grandes similitudes a la hora de abordar sus procesos migratorios y tienen patrones de comportamiento que han sido similares a lo largo del estudio, a pesar de no tener conexiones aparentes entre ellas y que se analizarán en el siguiente apartado para mostrar los principales hallazgos del estudio.

6.2. Trabajo de campo con mujeres migrantes procedentes del Magreb y Oriente Próximo

Este es el grupo de estudio más numeroso y que nos parece más heterogéneo y homogéneo al mismo tiempo, lo que ha sido realmente interesante y nos ha ofrecido mucha información.

Se puede decir que ha sido homogéneo porque todas ellas tienen elementos comunes que han sido relevantes durante su experiencia migratoria y que han manifestado en las entrevistas; como, por ejemplo, ser mujeres, la religión o las conexiones familiares. Pero, al mismo tiempo, también se ha considerado que es un grupo muy heterogéneo porque estos elementos comunes se manifiestan o influyen de formas muy diversas y con muy distintas finalidades. Esto es importante de resaltar cuando se analicen los resultados, porque al final podemos hacer una subdivisión dentro del grupo de estudio.

A la hora de hacer el trabajo de campo no fue sencillo empezar las entrevistas, que ha sido nuestra primera técnica de investigación, pero, sin embargo, sí que fue sencillo ir haciendo efecto llamada y que hubiera otras mujeres dispuestas a contar su historia con nosotros y a ofrecernos la oportunidad de conocer mejor el entorno de cada una de ellas.

En un primer momento no nos planteamos hacer focus group, porque con la información recogida durante las entrevistas nos parecía que cubríamos buena parte de nuestros objetivos y que la recogida de datos estaba completa. Sin embargo, se abrió la oportunidad de hacer dos focus group durante el proceso de recogida de datos.

- El primero de ellos se desarrolló con mujeres árabes de origen egipcio y de religión cristiana. Se hizo el focus group con 7 mujeres, lo que supone un 26% del total de las mujeres entrevistadas. Nos pareció muy interesante hacer este focus group porque nos ofrecía una visión fundamental en esta investigación, y es ver cómo la religión influye en la forma de relacionarse y si, verdaderamente, es un componente muy importante dentro del proceso de la construcción de la identidad. A este focus group tuvimos acceso gracias a una de las informantes, que nos propuso acudir un domingo a misa con ellas y donde nos las presentó. No teníamos tiempo de hacer una entrevista con cada una de ellas, y nos propusieron ir a tomar algo cuando acabara la misa. Es curioso, porque todas ellas después de la misa del domingo van al mismo bar a tomar algo, a compartir el tiempo juntas y a disfrutar después de toda la semana. Cada una de ellas aportaba algo de comer (a pesar de estar en un bar), que formaba parte de su cultura y de sus costumbres alimentarias. Además, junto con otra informante cristiana armenia, son las únicas personas entrevistadas que no son de religión musulmana.
- El segundo, al que accedimos a través de un conocido, nos dio la oportunidad de hablar con mujeres árabes-musulmanas saharauis y de Mauritania. Este segundo focus group ha sido verdaderamente interesante porque nos ha ofrecido una visión muy distinta. Las mujeres se conocían, eran familiares y amigas, se encontraban en un entorno cómodo, distendido, amigable y donde sentían plenamente confiadas. Ser amiga de uno de sus familiares, nos dio la oportunidad de que confiaran en nosotros desde el primer minuto, de que nos acogieran en su círculo y de que nos dieran la oportunidad de conocerlas en un entorno íntimo. Esta

conversación de forma personal, muy de tú a tú y en casa de una de ellas, hace que las mujeres tengan un tono muy diferente.

Es cierto que con los focus group hemos rechazado obtener alguna información que podríamos haber obtenido profundizando durante una entrevista individual, pero, sin embargo, han sido dos oportunidades de ampliar nuestro campo de estudio y nos ha ofrecido información muy relevante para puntos estratégicos dentro de nuestra investigación.

Los dos focus group nos aportan un total de 15 informantes, frente a las 12 entrevistas individuales que se han realizado, lo que es un 56% del total de mujeres entrevistadas.

La mayor parte de las entrevistas que hemos realizado ha sido con mujeres marroquíes (un 58%). Consideramos que es normal que tengamos un grupo mayoritario de marroquíes ya que es uno de los más numerosos en España, por cercanía y por relación a lo largo de los años. Además, a pesar de ser un grupo hermético, tal y como afirma Sierra (2016), es uno de los de más fácil acceso y que mayores niveles de integración y adaptación tienen a la cultura española.

Ha sido interesante, además, observar cómo, dentro de las mujeres procedentes del Magreb y Oriente Próximo, algunas mujeres ponen una distancia entre las mujeres procedentes de Marruecos y el resto de los países; incluso, mujeres saharauis nos comentaron que los marroquíes tienen una personalidad y una forma de vivir la vida que no se asemeja con muchos países musulmanes.

*“No podemos comparar [...] las mujeres marroquíes tienen una forma de vida distinta y no tienen los mismos principios religiosos. A veces es complicado vivir con ellas también, porque se consideran mejores”
(Informante 18)*

En este caso todas las entrevistas y los focus group fueron desarrollados en España, en distintas ciudades (Madrid, Barcelona, Alicante y Vitoria). Se descartó hacer entrevistas en Francia porque la migración por parte de países árabe-musulmanes es muy numerosa, con numerosas comunidades bien definidas y con espacios de convivencia muy claros. Además, no teníamos contactos en el

momento de partida y no era tan sencillo el contacto con ellas. A lo largo de la investigación pudimos acceder a varias de ellas, pero la información ya estaba repetida y saturada y decidimos centrarnos en la información que habíamos obtenido de todas ellas.

Consideramos que haciendo las entrevistas en España también podemos buscar ese choque cultural. Es decir, cambio en la cultura y tradiciones, cambio en la lengua, cambio en la forma de vida y no una red tan amplia de contactos como la que podríamos haber encontrado en Francia. Precismante esta ha sido una de las limitaciones al estudio, porque nos hubiera encantado hacer una comparación entre ambos países para valorar el tema de la integración (cuando ya existe una comunidad fuertemente establecida) y cómo afecta a los procesos de aculturación de las mujeres árabes en Europa.

La comparación entre religiones también nos parece extremadamente importante y nos va a dar mucha información sobre qué influencia ejerce la religión en sus hábitos de consumo, en su forma de integrarse, en la estrategia utilizada y en la forma en la que se conciben dentro de la sociedad de destino. Ha sido una gran sorpresa poder contar con mujeres cristianas (ortodoxas y armenia) para poder hacer una comparación con la comunidad musulmana mayoritaria.

Cuando comenzamos la investigación encontramos una limitación y una fuerte barrera para acceder a la información de las mujeres musulmanas, ya que se encontraban más limitadas o sentían una especie de rechazo a hablar de su vida privada con personas que no conocían, e incluso nos encontramos con que maridos e hijos buscaban acompañarlas a la entrevista, lo que hubiera hecho que estuviera fuertemente sesgada; pero, finalmente, hemos conseguido que sea el grupo más numeroso y que la información aportada sea distinta, sincera y con cantidad de rasgos diferenciadores.

En el grupo de estudio se incluyen dos mujeres procedentes de Afganistán. Es verdad que Afganistán no está dentro del grupo de estudio delimitado como tal (Magreb y Oriente Próximo), pero tuvimos la oportunidad de entrevistarlas y consideramos que es importante para nuestro estudio porque no hablan la lengua

árabe. Se ha considerado que, aunque no estén dentro del grupo de estudio fuertemente delimitado, sí que es interesante y sí que podemos encontrar justificación suficiente para añadirlas como informantes de la investigación.

1	Informante 16	Egipto	Entrevista	Ortodoxa	Madrid	España
2	Informante 17	Siria	Entrevista	Armenios	Madrid	España
3	Informante 18	Líbano	Entrevista	Musulmana	Alicante	España
4	Informante 19	Marruecos	Entrevista	Musulmana	Alicante	España
5	Informante 20	Marruecos	Entrevista	Musulmana	Madrid	España
6	Informante 21	Egipto	Entrevista	Ortodoxa	Madrid	España
7	Informante 22	Marruecos	Entrevista	Musulmana	Madrid	España
8	Informante 23	Marruecos	Entrevista	Musulmana	Madrid	España
9	Informante 24	Marruecos	Entrevista	Musulmana	Madrid	España
10	Informante 25	Marruecos	Entrevista	Musulmana	Madrid	España
11	Informante 26	Afganistán	Entrevista	Musulmana	Barcelona	España
12	Informante 27	Afganistán	Entrevista	Musulmana	Madrid	España
13	Informante 28	Ortodoxos egipcios	Focus Group 1	Ortodoxa	Madrid	España
14	Informante 29	Ortodoxos egipcios	Focus Group 1	Ortodoxa	Madrid	España
15	Informante 30	Ortodoxos egipcios	Focus Group 1	Ortodoxa	Madrid	España
16	Informante 31	Ortodoxos egipcios	Focus Group 1	Ortodoxa	Madrid	España
17	Informante 32	Ortodoxos egipcios	Focus Group 1	Ortodoxa	Madrid	España
18	Informante 33	Ortodoxos egipcios	Focus Group 1	Ortodoxa	Madrid	España
19	Informante 34	Ortodoxos egipcios	Focus Group 1	Ortodoxa	Madrid	España
20	Informante 35	Saharais en Vitoria	Focus Group 2	Musulmana	Vitoria	España
21	Informante 36	Saharais en Vitoria	Focus Group 2	Musulmana	Vitoria	España

22	Informante 37	Saharauis en Vitoria	Focus Group 2	Musulmana	Vitoria	España
23	Informante 38	Saharauis en Vitoria	Focus Group 2	Musulmana	Vitoria	España
24	Informante 39	Saharauis en Vitoria	Focus Group 2	Musulmana	Vitoria	España
25	Informante 40	Saharauis en Vitoria	Focus Group 2	Musulmana	Vitoria	España
26	Informante 41	Saharauis en Vitoria/ Mauritania	Focus Group 2	Musulmana	Vitoria	España
27	Informante 42	Saharauis en Vitoria/ Mauritania	Focus Group 2	Musulmana	Vitoria	España

6.3. Trabajo de campo con mujeres migrantes procedentes de África

Subsahariana

Sin duda ha sido el grupo de estudio más complejo y hermético al que nos hemos enfrentado durante la investigación. En un primer momento se pensó que podríamos acceder fácilmente a ellas a ser un grupo bastante numeroso en España y en Francia, pero la falta de contactos y de referencias nos dificultó mucho la tarea a la hora de recopilar información.

Si atendemos estrictamente a los datos, observamos que es el grupo minoritario y que la mayoría de la información ha sido recogida a través de un focus group al que tuvimos acceso gracias a una ONG, Yes Akademia, en París, que nos proporcionó el contacto de unas cuantas mujeres senegalesas que han sido parte de la asociación y que ha trabajado en diversos proyectos para que pudiéramos hablar con ella.

Se ha comentado anteriormente que todas las entrevistas del grupo de mujeres del Magreb y Oriente Próximo se han realizado en España, mientras que las entrevistas a las mujeres de África Subsahariana se han realizado en su mayoría en Francia (el 91%, correspondiendo solamente el resto a una entrevista realizada en Madrid). Podemos decir sin equivocarnos que nos hubiera encantado ampliar el grupo de estudio en España y que posiblemente sea uno de los puntos flojos de la

investigación porque no tenemos forma de comparar los datos; pero el acceso no ha sido posible.

Este hecho posiblemente nos dé una información que esté influenciada por la trayectoria migratoria de África Subsahariana a Francia, por la presencia de comunidades fuertemente establecidas, por la existencia de segundas, terceras e incluso cuartas generaciones, por una historia ligada a través del colonialismo y una lengua común, etc., pero al mismo tiempo nos sirve para remarcar que la migración se ve influenciada en muchas ocasiones por las experiencias previas de familiares y amigos, así como por las redes de contacto que se encuentran en cada país de destino. Se adjunta, al final del documento, distinto material fotográfico de distintas zonas de París donde se puede observar cuál es el grado de establecimiento de estas comunidades y cómo han sabido encontrar un hueco en la sociedad.

Es representativo, además, que mantienen su esencia, sus costumbres y muchas de sus tradiciones, por lo que podemos ver que se han establecido fuertemente buscando sus propias raíces y creando comunidades donde tengan acceso a todo lo necesario. Es decir, tienen sus propios negocios, cocinan y toman sus bebidas típicas, tienen espacios de diálogo y reunión social (como las peluquerías) y tienen tiendas de ropa especializadas donde comprar sus trajes típicos o donde vestirse con los colores tan vibrantes que suelen utilizar.

En total se hicieron 4 entrevistas y un focus group. En un primer momento incluso nos planteamos reconsiderar la investigación y suprimir a este grupo, porque no teníamos acceso a más entrevistas, pero esto también es algo destacable y a ser considerado, y debe suponer un punto de partida para futuras investigaciones. No podemos hablar de una saturación de datos, pero sí que podemos hacernos una imagen de cómo se comportan las mujeres subsaharianas y cuál es su pensamiento en las distintas sociedades de acogida.

África Subsahariana es una región tremendamente amplia que comprende una enorme extensión de terreno, por lo que nos hubiera gustado tener mayor diversidad de informantes, sobre todo de distintas nacionalidades, para poder

observar la diferencia entre ellas y poder ver si todas se comportan de la misma manera. Creemos que hay muchísima diferencia entre unas regiones y otras y que muchas de ellas se encuentran influenciadas todavía por el colonialismo y las relaciones postcoloniales que se siguen manteniendo.

Las mujeres entrevistadas son procedentes de Senegal (82%), Somalia (9%) y Cabo Verde (9%). Senegal dejó de ser colonia francesa en 1960, por lo que todavía es una desconexión reciente y el francés, junto con el wolof y otros idiomas de la región, son oficiales en Senegal. No es de extrañar, por tanto, que muchas mujeres senegalesas encuentren oportunidades en Francia y que Francia cuente con distintas comunidades en todas sus ciudades importantes. Como ya se ha comentado, la lengua es un fuerte punto de conexión porque te hace tener algo en común con la sociedad de destino y puede dar lugar a una integración mucho más llevadera. Por su parte, Somalia fue, la mayor parte del territorio, colonizado por británicos, por lo que no es tan frecuente encontrar mujeres somalíes en territorios de España o Francia. Y, por último, Cabo Verde era una colonia portuguesa y el portugués sigue siendo idioma oficial; lo explicaremos más adelante, pero la integración, a pesar de compartir raza con comunidades bien asentadas en Francia, no ha sido nada sencilla para la informante de Cabo Verde por la dificultad lingüística y por los fuertes puntos de conexión que tienen las otras comunidades.

La mayoría de las mujeres de África Subsahariana se consideran musulmanas (82%) y tienen unas fuertes creencias con la religión como centro de su vida privada y pública. Solamente un 18% de las informantes se consideran ateas y, sin embargo, tienen interiorizadas ciertas prácticas que bien podrían asemejarse a prácticas religiosas.

Sin embargo, la forma en la que las mujeres de África Subsahariana vienen la religión es algo distinta a la de países árabes. Además, las mujeres árabes encuentran muchos más apoyos y facilidades que las mujeres subsaharianas.

1	Informante 43	Senegal	Entrevista	Musulmana	El Escorial	España
2	Informante 44	Somalia	Entrevista	Musulmana	París	Francia

3	Informante 45	Cabo Verde	Entrevista	Atea	París	Francia
4	Informante 46	Senegal	Entrevista	Atea	París	Francia
5	Informante 47	Senegalesas París	Focus Group 3	Musulmana	París	Francia
6	Informante 48	Senegalesas París	Focus Group 3	Musulmana	París	Francia
7	Informante 49	Senegalesas París	Focus Group 3	Musulmana	París	Francia
8	Informante 50	Senegalesas París	Focus Group 3	Musulmana	París	Francia
9	Informante 51	Senegalesas París	Focus Group 3	Musulmana	París	Francia
10	Informante 52	Senegalesas París	Focus Group 3	Musulmana	Paría	Francia
11	Informante 53	Senegalesas París	Focus Group 3	Musulmana	París	Francia

La riqueza de datos recogida de estos países, donde tienen una larga historia, pero una corta historia desarrollándose de forma independiente de las colonias y con democracias débilmente establecidas (o inexistentes) y con una incertidumbre e inseguridad constante, nos da como resultados unos datos que resultan muy interesantes y que son importantes para poder distinguir entre los grupos estudiados.

La riqueza cultural, la raza, la etnia y las costumbres y tradiciones tan arraigadas son una gran riqueza para el desarrollo de la investigación, ya que tienen un fuerte impacto en la identidad y en los hábitos de consumo de las mujeres de África Subsahariana. Querer ser sin dejar de ser, es a veces muy complicado y no es tan sencillo encontrar el equilibrio sin sentir discriminación o racismo.

CAPÍTULO 7. DISCUSIÓN

Antes de comenzar con el propio análisis de la investigación, creemos que es conveniente recordar los objetivos de la investigación y las preguntas que se establecieron, ya que con el análisis queremos responder y cubrir tanto los objetivos como las preguntas de investigación.

En cuanto a los objetivos, quedaron definidos de la siguiente manera:

1. Presentar los diferentes grupos de interés para la investigación.
2. Definir los problemas que se encuentran las personas migrantes en su experiencia migratoria.
3. Explicar las diferencias migratorias existentes entre los grupos de estudio.
4. Mostrar las técnicas de investigación que se han utilizado en la investigación.
5. Establecer un hilo conductor para la investigación.
6. Mostrar los hábitos de consumo de las personas migrantes.
7. Definir los elementos que construyen la identidad de las personas migrantes.
8. Señalar las limitaciones del estudio.

Estos objetivos son en base a toda la investigación, en este apartado veremos cómo se conectan todos ellos, que ya hemos ido respondiendo en apartados anteriores de nuestro estudio y ver si verdaderamente el consumo genera identidad y cómo la ropa, o el consumo relacionado con la moda o la belleza es un factor determinante para la construcción de la identidad de las mujeres migrantes.

Ahora, podemos crear ese hilo conductor de la investigación y ver cómo todos los elementos se relacionan y se establece una conexión entre ellos, lo cual garantiza que la investigación tenga una relevancia y que pueda ser tenida en cuenta como elemento de estudio y de futuras investigaciones en el plano de la identidad y el consumo en personas migrantes.

En cuanto a las preguntas de investigación, se hicieron muchas preguntas de investigación que fueron relacionándose con cada uno de los objetivos y que intentaremos responder en este apartado de análisis.

Se ha ido explicando un poco la relevancia del estudio y de los grupos seleccionados, y por qué se ha pretendido hacer una comparativa de todos ellos. Muchas de las preguntas de investigación han quedado respondidas a lo largo de la propia investigación y en este apartado lo que haremos será dar orden y coherencia y relacionar las respuestas que se habían dado a través del marco teórico con las respuestas halladas tras el trabajo de campo realizado.

Las preguntas de investigación que se hicieron en un principio y que han de quedar debidamente resueltas en este capítulo, además de abordarlas anteriormente durante todo el desarrollo de la tesis son:

- ¿Por qué son interesantes los grupos de estudio seleccionados?
- ¿Qué valor nos aporta la comparación de tres grupos de estudio tan heterogéneos?
- ¿Cuál ha sido el factor que ha desencadenado la decisión de migrar?
- ¿Cómo ha sido el proceso migratorio?
- ¿Qué ha supuesto el proceso migratorio a la hora de integrarse en la sociedad receptora?
- ¿Todas las personas migrantes sufren un proceso de aculturación?
- ¿Qué técnicas han desarrollado para favorecer su integración en la sociedad de destino?
- ¿Todos los procesos migratorios han sido vividos de la misma forma?
- ¿Cómo ha influenciado el género en el proceso migratorio?
- ¿Podemos considerar que el lugar de procedencia marca un factor distintivo en la creación de la identidad?
- ¿Qué tipo de investigación es más relevante para nuestro estudio?
- ¿Cómo favorece la metodología cualitativa a nuestra investigación?
- ¿El consumo facilita o dificulta la construcción de la identidad?
- ¿Es el consumo un buen indicador para la construcción de la identidad?
- ¿El consumo genera identidad?
- ¿Los hábitos de consumo cómo se desarrollan en las mujeres migrantes?

- ¿Cuáles son los locales visitados frecuentemente por las mujeres migrantes para hacer sus compras?
- ¿Intentan buscar los productos que ya consumían previamente o se adaptan a los que encuentran fácilmente en la sociedad receptora?
- ¿Han cambiado su forma de vestir por adaptarse a lo que venden las tiendas en la sociedad receptora?
- ¿Buscan parecerse o diferenciarse a través de sus hábitos de consumo?
- ¿Cómo es el proceso de construcción de la identidad en mujeres migrantes?
- ¿Cuáles son los elementos que contribuyen a la creación de la identidad de las mujeres migrantes?
- ¿Se puede afirmar que el género es un indicador determinante en la creación de identidad en mujeres migrantes?
- ¿Cuáles han sido las limitaciones existentes?
- ¿Cuáles son las líneas de investigación que podríamos seguir para ampliar los resultados?

Las preguntas de investigación nos han servido como guía a la hora de elaborar la estructura de nuestras entrevistas y de los focus group. Las preguntas de investigación, posiblemente, no hayan podido quedar resueltas en su totalidad en esta investigación y nos servirán como guía para seguir investigando en la misma línea en futuras investigaciones.

A lo largo de toda la investigación se ha seguido la metodología de Maxwell (2019) por lo que se ha intentado combinar todo lo expuesto anteriormente con la visión y los valores propios, así como las motivaciones personales que han impulsado esta investigación. Esta visión ha llevado a la idea de cuáles son las variables que se deberían de analizar y por qué estas variables son las adecuadas para el estudio.

Según la metodología de Maxwell, todas las partes de la investigación están intrínsecamente relacionadas y se van modificando y adaptando constantemente según se van desarrollando unas y otras, por lo que la investigación no puede estar terminada parcialmente en ningún momento, ya que siempre entra la posibilidad de que se modifique a partir de otro de los apartados.

Las preguntas de investigación son el centro de nuestra investigación, pero para que los resultados arrojen algunas de las conclusiones esperadas o que sean útiles para nuestros objetivos, se ha diseñado el análisis de datos a través de ellas y con base a los objetivos personales.

En el apartado de discusión se va a hacer una comparativa entre todos los apartados expuestos en el apartado de resultados.

Lo que se pretende es corroborar la idea de que la construcción de la identidad, que es creada y (re)creada, se ve influenciada por los hábitos de consumo en las personas migrantes a través de los procesos de aculturación, anteriormente explicados.

Ha sido complicado decidir cómo se iba a hacer la discusión tras los resultados, ya que lo que se pretende es comprobar cuáles son los aspectos comunes y cuáles son aquellos diferentes en los distintos grupos de estudio. Como consideramos que era interesante hacer una discusión basada en las ideas principales obtenidas del trabajo de campo, sin hacer una distinción sistemática por grupos de estudio, se ha decidido hacer primero un apartado de resultados, donde fuera meramente por áreas geográficas y ahora un apartado de discusión donde se pongan en valor los datos recogidos de cada grupo de estudio.

En otras palabras, en este apartado lo que se va a hacer es describir las impresiones y testimonios de las mujeres entrevistadas en base a cada idea; y, posteriormente, se explicará cuáles elementos son comunes y cuáles elementos son exclusivos de cada grupo de estudio.

La discusión se convierte, de esta forma, en el apartado principal del presente trabajo de investigación, pues es donde se van a hacer todo el análisis de la investigación y donde se va a dar un sentido al trabajo, poniendo de manifiesto los puntos sobre los que se ha contribuido y los principales hallazgos que se han encontrado.

7.1. Elementos de la identidad

Diversos han sido los elementos dentro de la identidad que se han ido identificando en cada una de las mujeres migrantes entrevistadas. Es complejo identificar los mismos elementos en todas ellas, pero sí que hay muchos elementos que destacan por encima de todos y que las hace comportarse y relacionarse de una manera específica en la sociedad de origen y en la sociedad de destino.

A lo largo de la tesis, se han definido que los elementos de la identidad pueden ser individuales o colectivos y que muchos no son una elección personal, sino que vienen determinados por factores externos que marcan la identidad de cada individuo.

Hay elementos como religión, género, raza, etnia o nación que están fuertemente presentes en la identidad de las mujeres entrevistando, incluso cuando las mujeres no son conscientes de que están haciendo referencia a ellos.

“En Egipto me negaron muchas oportunidades. Por ser mujer, pues me creían menos capaz de hacer el mismo trabajo que un hombre y encontraba freno a mi trabajo y como cristiana. Los cristianos no tenemos las mismas oportunidades y sufrimos mucho por tener una fe distinta” (Informante 16).

“Nunca me he planteado cuál es mi papel en la sociedad, pero sí cuál es mi papel en la familia o qué es lo que mi familia espera de mí por ser mujer. No importa lo lejos que esté, siempre tengo que estar pendiente de todos ellos” (Informante 1).

Uno de los factores comunes, en general, es que las personas no nos paramos a pensar qué es lo que estamos cambiando ni por qué estamos cambiando. Tampoco se han planteado cuál es la importancia de sus acciones, la repercusión que pueden tener ni por qué se comportan de esa manera. La mayoría de los comportamientos vienen motivados por una imposición social que escapa al

entendimiento de las personas y que han sido generadas por la sociedad de residencia y por el contexto social, económico y político en el que se vive.

Para poder entender mejor el comportamiento de las mujeres migrantes y cuáles son los elementos intrínsecos de su identidad, se han seleccionado cinco elementos que consideramos clave a la hora de explicar la identidad de las personas y cómo estos elementos se relacionan entre sí para poder dar forma a una nueva identidad que viene determinada por multitud de factores externos y de contextos sociales que se encuentran continuamente en movimiento y en cambio.

Los elementos que se ha observado que confluyen en la mayoría de los testimonios (aunque no se mencionen explícitamente) son: el género, la religión, la nación/territorio, la raza/etnia y la cultura. No es una casualidad que estos sean los elementos más importantes para todas las personas, ya que precisamente pensando en estos elementos fue a través de los que decidimos cuáles iban a ser nuestros grupos de estudio.

1. Se quería comprobar si el género era un factor aislado o si, por el contrario, jugaba un papel determinante en todas las mujeres. En este sentido se decidió hacer una tesis centrada exclusivamente en el análisis de mujeres migrantes.
2. La religión como aspecto central de la vida social de muchas personas creyentes. Se escogieron grupos de estudio con mayorías religiosas diferentes para poder entender cómo la religión influía en sus comportamientos y qué lugar le daban a la religión dentro de sus vidas. Matizar que no todas las mujeres entrevistadas son creyentes, nos hemos encontrado también con mujeres agnósticas, con mujeres ateas y con aquellas que en ciertos momentos se encuentran en una crisis de fe por no encontrar su lugar.
3. La nación y el territorio. La nación, como idea abstracta del Estado, como el sentimiento de pertenencia, su lugar de origen y la idea romantizada de una unidad por encima del Estado y de las diferencias políticas de cada territorio. Esto es importante para saber cómo se comportan las personas lejos de su territorio. Da igual el tiempo que estés fuera o lo poco que hayas

pasado en tu lugar de origen, siempre hay una serie de conexiones que nos permiten sentirnos parte de su conjunto. En este punto podemos añadir también la lengua, pues supone una barrera en muchas ocasiones y una parte que nos conecta con nuestro lugar de origen que difícilmente vamos a perder.

4. La raza y la etnia nos ayudan a parecernos, a tener características físicas comunes fácilmente reconocibles e identificables, por lo que nos pueden ayudar a sentirnos parte de un grupo mucho más grande, de una parte, de la sociedad con la que compartimos algún rasgo distintivo.
5. Y, por último, la cultura. Es innegable que la cultura es fundamental a la hora de hablar de identidad y que es algo que está presente en cada aspecto social e individual, pues es la forma en la que has crecido, en la que has evolucionado, en la que te han educado y que tiene, por consecuencia, una forma de relacionarte con las personas y con el entorno. Además, la cultura es importante cuando hablamos de consumo, pues nuestros hábitos de consumo suelen ir orientados a aquellos hábitos que se han tenido a lo largo de los años. Uno de los conceptos más estudiados cuando hablamos de identidad es el de identidad cultural, ya que es algo muy importante para el desarrollo personal de cada individuo y que nos va a ayudar a comprender mejor el comportamiento de cada uno.

Nos hemos dejado fuera de los elementos de la identidad el hecho de ser migrantes, es decir, ser migrante condiciona en sí mismo la vida de las personas y hace que tengan que adaptarse a situaciones con las que no habían tenido que lidiar anteriormente. No se ha establecido una categoría separada porque se sobreentiende que todo el proceso de recreación de la identidad se debe, principalmente, por el hecho de ser migrantes.

No importa si se trata de migraciones internas, dentro del mismo territorio, o internacionales, ya que ambas implican una adaptación en mayor o en menor medida.

7.1.1. Género

Cuando se planteó el tema central de la tesis, se planteó una tesis con perspectiva de género, es decir, todas las personas informantes serían mujeres para analizar cómo el género influye en las decisiones y en las relaciones. Se decidió establecer la perspectiva de género, aún a riesgo de tener más limitaciones, porque se considera que el género incide directamente en la identidad de las mujeres, sin importar la procedencia ni la condición, el hecho de ser mujer es una condición en sí misma.

Las mujeres tienen mayores vulnerabilidades simplemente por el hecho de ser mujeres. Una mujer migrante tiene una doble condición de vulnerabilidad, por ser mujer y por ser migrante.

Como ya se ha establecido y se ha justificado anteriormente, el género constituye uno de los elementos de la identidad de las personas. De esos elementos que no se pueden seleccionar y que forman parte de la esfera individual de las personas, aunque se encuentra condicionado y forma parte, por ende, de la parte de la parte colectiva de la identidad, ya que entra en contacto con otros elementos de la esfera pública y nos hace pensarlos y relacionarnos de una forma determinada, quizás, solamente por el hecho de ser mujer.

El género juega un papel muy importante a nivel social, pues tenemos que adaptarnos y sobrevivir con el imaginario de género o con los roles de género que muchas veces están marcados en nuestras sociedades y que han establecido el papel que las mujeres tienen que desarrollar dentro de la sociedad, simplemente por el hecho de ser mujeres.

Cuando hablamos de mujeres migrantes, este hecho se acentúa todavía más, pues parten con una cultura de género diferente, posiblemente, a la que se tiene en sociedades occidentales y donde el rol de la mujer es distinto en muchos aspectos. Cuando las mujeres llegan a la sociedad de destino, es posible que estos patrones, que estos roles de género se refuercen o se creen nuevos imaginarios de la importancia del género en la sociedad.

“Por ser mujer he encontrado trabajo, ya que he podido acceder al sector de los cuidados. Ahora mismo tengo la oportunidad de cuidar niños, aunque no es algo que quiera hacer siempre” (Informante 3)

Este comentario justifica y ratifica la idea de que las mujeres, y en especial las mujeres migrantes que tienen menos posibilidades, quedan relegadas en muchas ocasiones al sector de los cuidados. Los cuidados han sido un sector puramente reservado para las mujeres y a los que los hombres tienen menor acceso. Esto puede suponer una oportunidad, pero también una limitación, porque este sector forma parte, en la mayoría de las ocasiones del sector informal, donde las mujeres trabajan sin un contrato, sin unas condiciones y que no les sirve para regular su situación en la sociedad de destino.

Además, esta inserción en el sector de la limpieza o el sector de los cuidados puede ratificar la idea de que las mujeres son las únicas que pueden desarrollar estas tareas y que, por tanto, también deberían de continuarlas en su país de origen, dando una sensación de que en algún momento tendrán que regresar para cuidar de sus familiares o que, por el contrario, tendrán que intentar hacer la reunificación familiar para que esas personas tengan la oportunidad de establecerse también.

“Tengo que aprovechar esta oportunidad porque no sé lo que va a durar, quizás tenga que volver para hacerme cargo de mis padres” (Informante 8).

Aunque también puede ejercer el efecto contrario cuando este imaginario o esta idea de la cultura previa entra en contacto y, posiblemente, en conflicto, con la imagen de la mujer que se tiene en otra cultura.

Este choque puede ocasionar una adaptación, o una remodelación de la conducta de las mujeres para intentar asemejarse al rol de las mujeres españolas o francesas. Este proceso puede ser complicado, angustioso o confuso, porque supone una ruptura con algunas tradiciones o costumbres, pero, sobre todo, porque tienes que cambiar todo el comportamiento que se había tenido anteriormente.

Además, entra en conflicto lo que la mujer quiere y lo que la sociedad (o su familia y relaciones más cercanas) esperan de ella.

“Me tuve que casar muy joven, porque era lo que se esperaba de mí. Aun estando en Alicante he tenido que hacer lo mismo que si estuviera en mi país. No me gusta la sensación porque no me sentí libre de tomar la decisión cuando yo quisiera. Pensaba que aquí la tendría” (Informante 18)

No es sencillo y ha sido fácilmente identificable el conflicto interno que surge en las mujeres entre lo que quieren ser y lo que deben ser (según su propia cultura) y no es sencillo cambiar ni modificar las tradiciones, a pesar de ir en contra de los deseos que se puedan tener en un momento concreto.

“Me vine a España mintiendo y con mucho esfuerzo, porque mis padres nunca hubieran consentido que me viniera. Finalmente pude venir porque me casé muy joven y mis padres entendieron que era una decisión por él, más que por mí” (Informante 20)

El género nos lleva a plantearnos muchas veces cuál es nuestro papel dentro de la sociedad y cómo ese papel puede ir evolucionando o cambiando a lo largo del tiempo. Las presiones que se sienten o los estereotipos contra los que debemos luchar son parte de este cambio constante.

Realmente en este punto no se han observado muchas diferencias entre los distintos grupos de estudio, porque el género es un factor importante para todas ellas, independientemente del lugar de origen. Es posible que el género influya de una forma u otra en los distintos grupos, dependiendo de su situación previa, de los ideales de cada una de ellas o lo que ellas mismas quieren en su vida, pero es evidente que el hecho de ser mujer siempre ha jugado un papel central en su desarrollo y en sus procesos de aculturación.

En ocasiones el género ha servido para buscar una estrategia de integración, en el que modificar algunos comportamientos relacionados con el género podría ser importante y, en otras ocasiones, puede ser que el género haya ayudado a la

separación de las mujeres migrantes de la sociedad receptora y a acercarse más a su cultura de origen. En ambos casos, es innegable que es importante para ellas y que en cualquier caso hay que luchar para adaptarse o para no colaborar en ratificar los distintos estereotipos.

“No entiendo que me hayan obligado a quitarme el pañuelo para empezar a trabajar, debería de ser libre de llevarlo. Siempre lo comparan a que no se permiten gorras, gorros u otros accesorios en la cabeza, pero es que no es un accesorio, es una elección y debería ser tomado con respeto” (Informante 22)

"Me quité el pañuelo de la misma forma que me lo puse cuando era pequeña, por elección propia. Sentía que me alejaba o que limitaba mis relaciones en España. Pero, sin embargo, cuando vuelvo a Marruecos me lo pongo para no tener problemas con mi familia porque no lo entenderían” (Informante 21)

A la pregunta, ¿es el género importante o ha marcado la vida de las mujeres en su proceso migratorio y posteriormente en su estrategia de adaptación? La respuesta debería ser, según nuestra observación, un claro sí. En los apartados posteriores veremos, además, que el género se relaciona con otros aspectos y que forma, de esta manera, una nueva perspectiva de cada una de ellas y de la forma que tienen de pensarse y concebirse dentro de la sociedad. La realidad de las mujeres migrantes es que viene determinada, en gran medida, en la forma que ellas se perciben y se desenvuelven en la sociedad debido al imaginario de género previamente establecido.

7.1.2. Religión

Otro de los puntos destacados cuando hablamos de los elementos que constituyen la identidad y que, consideramos es importante para nuestro estudio es la religión.

Nos ha parecido interesante ver cuál es el papel de la religión en los procesos de aculturación de las mujeres migrantes porque con ellos nos damos cuenta de hasta qué punto la religión está presente.

En primer lugar, muchas de las mujeres se han identificado como personas religiosas y han puesto a la religión como base de muchas de las decisiones que se han tomado en el destino, o en el país de origen, y nos han explicado cómo la religión ha influido de forma directa en este proceso migratorio.

Se ha intentado establecer cómo la religión puede ser determinante a la hora de modificar o (re)crear la identidad. La identidad es algo que está en continuo movimiento, en constante cambio y se ha intentado establecer y analizar si la religión influye en la forma en la que las mujeres se perciben, se relacionan o interactúan con el entorno y la sociedad.

En nuestro estudio se ha tratado, fundamentalmente, con 4 grupos de estudio basados en la religión:

- Cristianas católicas.
- Cristianas ortodoxas.
- Musulmanas.
- Ateas.

Estos grupos han sido establecidos en base a la información que las mujeres nos han proporcionado y han sido de gran ayuda para ver la diferencia entre ellas y cómo cada una de ellas pone el foco en un aspecto u otro. Lo iremos viendo a continuación, pero es cierto que aquellas religiones que tienen mayores diferencias con la religión mayoritaria de la sociedad de destino son aquellas que mayores dificultades han encontrado para adaptarse.

Se considera, por tanto, que la religión tiene una influencia, tanto si lo piensas como si no, porque hay multitud de elementos alrededor que dan a entender la importancia de la religión o el estilo de vida de las personas. Es decir, la religión forma parte de la vida comunitaria, marca muchas de las costumbres y tradiciones

y las personas han sido educadas en una serie de valores que son parte de las principales religiones.

El estudio se ha realizado en Francia y en España y ambos países se definen como estados seculares, es decir, no hay ninguna religión oficial y no puede haber una preferencia hacia una religión u otra; al mismo tiempo, las políticas públicas deben ser imparciales y no deben de estar motivadas por la religión.

Que un estado se defina como secular no quiere decir que en definitiva sea un estado secular en su totalidad, porque las sociedades actuales son la consecuencia de una serie de costumbres y tradiciones, de creencias y de valores, que en su mayoría vienen determinados por elementos religiosos. Aunque es un tema que nos daría para debatir ampliamente, no es el tema que nos ocupa y simplemente queríamos hacer una pequeña reflexión de la importancia de la religión en la vida social y pública de las personas; ya que esto podrían incidir directamente en la construcción de la identidad de las personas migrantes alrededor de la esfera religiosa.

Pero no solamente la idea de la importancia de la religión cuando una persona se considera religiosa y pone la religión como punto destacado de su vida pública y privada, sino también cuando la religión no forma parte de la esfera privada pero sí parece importante en la esfera pública con la que no te identificas.

Algunas de las mujeres a las que hemos entrevistado, aunque son una minoría, no se sienten identificadas con la religión y esto ha supuesto sentirse más lejos de su familia en momentos de incertidumbre y necesidad, ya que la familia no conecta de la misma forma con ellas o parece que no se comparten tantas cosas en común que se consideran importantes.

“No me identifico con ninguna religión y esto me ha traído problemas con mi familia, no entienden que no sienta esa llamada, que no tenga ese espíritu dentro de mí. Me hace estar todavía más lejos de ellos” (Informante 1)

La religión, más allá de los valores y los principios éticos que tenga, es una forma de conectar a las personas, es un punto de encuentro, es una forma de vivir la vida

de la misma manera y de sentirse más cercano y conectado a la comunidad, ya que muchos de ellos tienen los mismos principios.

Es controvertido poner en un mismo territorio a personas con diferente religión, sobre todo cuando existen prejuicios y estereotipos que avivan las diferencias y marca una clara separación entre el “nosotros y el ellos”. En los países occidentales existe una clara tendencia a establecer cuáles son las diferencias entre el cristianismo y el islam, así como a mostrar una parte del islam que no es parte de sus valores ni cultura, simplemente porque ayuda a seguir marcando la diferencia entre ambos. No existe un verdadero diálogo y no hay una conversación en la que se muestren y se acerquen las posturas de ambas partes de cara a buscar un diálogo y un entendimiento.

“Soy cristiana, no musulmana. Parece imposible que alguien de Siria pueda tener otra religión que no sea el islam, pero es así. He estado perseguida en mi país, sin embargo, en España, me siento mejor, pero me miran como si fuera a hacer algo malo” (Informante 17)

Esta diferencia nos muestra que la interculturalidad y las ciudades multiculturales no acaba de ser una realidad en muchas ocasiones y que las mujeres con una religión diferente a la mayoritaria (cristianismo en este caso) se sienten mucho más desconectadas de la sociedad y juzgadas por no tener una clara idea de lo que el islam significa.

“La gente se atreve a verme y a juzgarme a decirme lo que tengo que hacer y a decirme que no soy libre por llevar el velo, que es un signo de opresión. [...] Me puse el velo cuando empecé la universidad por decisión propia, mis padres nunca me obligaron, aunque se pusieron muy contentos. Mis amigos no me dijeron por qué lo había hecho simplemente me preguntaron que por qué mis padres me obligaban, y eran mis amigos... No me imagino lo que podrían decir otras personas del barrio” (Informante 23)

Cuando las personas se sienten lejos de su grupo de referencia intentan establecer lazos con otras personas con las que compartan aspectos relevantes, valores o aspectos culturales (tradiciones, lengua, etc.), esto nos lleva a observar que en este aspecto la religión crea una comunidad por sí misma. Una de las características de la religión es que se tiene el mismo conjunto de creencias y sitúan a Dios en el centro de todo. Cuando las personas migrantes no encuentran o no tienen un grupo social de referencia, por no tener esa red de contactos, intentan encontrarlo en los lugares de culto. Normalmente los lugares de culto prestan servicios y establece un lugar de contacto entre personas con similares casuísticas sociales.

“Mi Dios es mi centro, gracias a Dios estoy aquí. Como no conocía a nadie en España fui a la iglesia de al lado de mi casa para conocer a otras personas” (Informante 9)

Se ha observado que el tiempo que transcurre en la sociedad de destino no es especialmente significativo para que los valores y las creencias cambien, ya que normalmente son inculcados por la familia o el entorno social en el que se reside.

“He estudiado en la universidad ya en Alicante, pero mi familia es muy tradicional y la religión es importante, al final siempre me he relacionado con quienes ellos aprobaban. Siento que no sé cómo hacer amigos aquí” (Informante 19)

Aunque, por el contrario, hay momentos en los que se puede llegar a perder la conexión también con todo lo que has conocido, con tu familia o con todos los principios previos porque sientes que te encuentras entre dos mundos, con dos culturas diferentes y con elementos de ambas que podrían encajar en tu personalidad y con la persona con la que te puedes sentir cómoda sin traicionarte a ti misma.

Además, se ha podido observar la influencia de la religión y cómo ha sido importante durante el proceso migratorio y una vez en la sociedad de destino; sin embargo, también se puede llegar a observar que hay un cambio en la mentalidad de algunas mujeres y que la forma en la que viven en la religión es diferente.

Este cambio puede ser entendido como algo negativo para la familia, como si se desvinculara, como si se perdiera la conexión con la sociedad de origen y fuera una parte de traición, pero al mismo tiempo es una estrategia que permite un mayor acercamiento con la sociedad de destino que tiene una religión mayoritaria diferente.

A pesar de perder parte de las costumbres de la religión, o no hacer una interpretación tan fuerte de la misma, mantienen las raíces y la educación de sus hijos, de esas segundas generaciones (nacidas en Europa) sigue siendo en los fundamentos del islam.

“Salí de España por amor y mintiendo a mi familia, pues jamás lo hubiera consentido. Me casé, tuve una hija y me quedé en España. Nos hemos separado, pero sigo educando a mi hija en el islam, pero muy abierto y relajado” (Informante 20)

Como se ha comentado anteriormente, ambos países se denominan seculares y se esfuerzan (con más o menos acierto) en que haya una verdadera neutralidad en todos los aspectos. En Francia, está vigente la Laïcité, esta ley prohíbe que haya signos religiosos en los espacios públicos. Es decir, en espacios públicos (organismos públicos, escuelas, universidades públicas, etc.) no se permite que ninguna persona lleve de forma visible ningún elemento religioso. Es algo controvertido, porque también se entiende como una forma de atentar contra la libertad de las personas.

En personas musulmanas, esta prohibición se ve como una restricción o una limitación mucho más pronunciada y que no mantiene el respeto hacia su libre elección y que no es equitativa ni comparable. Es importante ver cómo religión y estado chocan una vez más y cómo se intenta convivir en un espacio donde las personas sientan respeto mutuo. Pero para las mujeres musulmanas se percibe como un recorte de sus libertades, ya que parece que ofende el hecho de que sean fácilmente reconocibles como musulmanas.

“En Francia no eres libre de ser creyente en un espacio público. Con la Laïcité no puedo llevar el velo en lugares públicos, ni pude llevarlo en la universidad. Sin embargo, nadie decía nada por llevar una cruz [...]. No me importa, no es que a mí me importe ver una cruz, es que no entiendo esa discriminación” (Focus group 3)

En resumen, es muy complicado hablar de religión sin tener un conocimiento precioso. Es complicado entender cuál es el sentimiento de una persona y cuál es el rol que la religión ha jugado o juega sobre su vida privada y social, donde confluyen educación, tradición y progreso y donde pretendes integrarte sin fallar a tus propios principios.

En cuanto al tema que nos ocupa, y sin profundizar mucho (ya que nos tenemos toda la información y seguramente nos perdamos detalles importantes), se ha podido observar que la religión es importante para todas las mujeres migrantes. Es posible que la percepción de la religión es diferente para cada una de ellas. Mientras que para las mujeres cristianas la religión se percibe como un grupo de apoyo, como una red de contactos y como una forma de integración, para las mujeres musulmanas es percibida como un símbolo de distinción, de separación, que aleja más que une y que te hace buscar lazos en aquellas personas que comparten tus mismos principios para sentirse más segura y respaldada.

En ambos casos la religión no es algo estático y se puede ver afectada o reforzada, según el entendimiento de las personas sobre lo que es importante o lo que no y lo que ellas pueden considerar el camino a seguir dentro de su propia vida.

La religión no es un elemento estático, pero entraña valores profundamente arraigados en las personas que no consideran que puedan verse verdaderamente afectados, sino más bien reforzados por una experiencia migratoria.

7.1.3. Nación y territorio

Es complicado hablar de nación y territorio, cuando son dos definiciones que confluyen pero que no significan esencialmente lo mismo. Pueden confundirse y

pueden situarse dentro de las mismas fronteras, pero la forma en la que se relacionan o interactúan, o influyen, en la vida de las personas es diferente.

Hablamos de que una nación es algo abstracto, algo que no se puede medir geográficamente porque no tiene límites, pero que podemos definir como el conjunto de personas que viven dentro de un mismo territorio y que comparten tradiciones, costumbres, cultura, lengua, etc., y que tienen rasgos comunes por tener un origen étnico común. Siguiendo a Weber (2001) podemos observar como ya se planteaba el eterno dilema sobre qué es la nación, cuáles son los límites de una nación y cuáles son los elementos que deben confluir cuando hablamos de nación. Una nación no es simplemente un territorio, porque hay personas fuera del territorio que pueden tener un sentimiento nacional; no es una lengua o una cultura, pues se han observado naciones donde confluyen distintas lenguas o culturas, no coincide con estado porque no está sujeto a unas fronteras naturales, etc. Weber (2001) confirma que el término nación no debería ser utilizado para explicar de una forma sociológica las causas o consecuencias de una acción determinada, porque debería de recoger multitud de aspectos diferentes que son meramente personales.⁹

Algo menos complejo se torna la definición de territorio, que no es más que las fronteras naturales de todos aquellos individuos que viven en una misma sociedad. Es posible que te puedas sentir arraigado a un territorio o no, o que por diversas causas no sientas o no te identifiques con el resto de los habitantes del mismo territorio porque no tienes lazos lo suficientemente fuertes que te puedan unir y acercar de una forma estratégica o necesaria.

Observamos que las personas se refieren a la nación como si fuera simplemente el territorio, su lugar de origen, pero lo que hace importante al lugar de origen es todo lo que esto representa, lo que conlleva, lo que se ha dejado atrás y lo que quieres

⁹ Weber, M. (2019). Prestigio del poder y sentimiento nacional (J. Abellán García, trad.). *Eunomia. Revista en Cultura de la Legalidad*, 17, 354-357. (Obra original publicada en 2001)

seguir teniendo presente en tu día a día (en la mayoría de los casos). Y, aunque en otros casos no sea así, siempre tienes un vínculo con aquello que conoces, donde has crecido, donde te has criado y donde se encuentra tu familia o tus seres queridos.

Damos mucha importancia a la nación por todo lo que representa, porque representa todo aquello que es conocido, todo aquello que es importante y todo aquello con lo que nos sentimos fácilmente representados e identificados. Muchos de los elementos que podemos incluir dentro de la definición de nación también podrían quedar recogidos dentro de cualquiera de los elementos de la identidad de las personas y, por tanto, se considera que es importante cuando hablamos de procesos de creación y (re)creación de las identidades y de todo lo que ello representa.

Es posible que por distintos motivos muchas de las mujeres migrantes que hemos entrevistados se hayan visto forzadas a dejar sus hogares huyendo de la vida que tenían, donde ponían en peligro su integridad física. Este proceso no es algo sencillo y posiblemente, independientemente de todo lo que haya pasado, siempre se tiene la necesidad de regresar a aquello que conoces, aquello que te representa. Posiblemente se tenga una visión idílica de lo que suponía la vida antes de dejar atrás su país de origen, aun cuando se ha hecho de forma voluntaria para buscar una vida mejor o por el motivo que haya impulsado la decisión de migrar.

“Mi familia está en Siria. Echo mucho de menos todo lo que teníamos, aunque de eso ya no queda nada. [...] Claro que me gustaría volver a Siria, pero si eso no es posible, lo que necesito es traerme a mi familia conmigo” (Informante 17)

En muchas ocasiones no importa el tiempo que se haya pasado en el país de origen o en el país de destino, porque siempre van a existir una serie de lazos o de conexiones con todo lo que se deja atrás. Más allá de porque te sientas parte de un territorio o de otro, posiblemente sea porque te resulte mucho más fácil identificarte o verte representada en aquellas personas con las que has compartido origen. Sin embargo, el tiempo también te ayuda a crear lazos y sentimientos hacia

la sociedad de destino, por lo que se entra en un momento de confusión en el que se intenta representar y sentirse cómoda con ambas naciones.

“Me siento española, muy española. Pero también me siento senegalesa, o intento sentirme senegalesa, ya que tengo que hacer grandes esfuerzos para seguir teniendo esa conexión con mi país” (Informante 43)

Pero esto no es tan sencillo, intentar que ambos sentimientos nacionales estén presentes en todos los momentos de tu vida no es algo que puedas llevar a cabo de una forma simple y autónoma. Influye y tiene mucha importancia no solo cómo te sientes tú, sino cómo te hacen sentir los demás y si te sientes parte de un grupo o no.

“En España me siento marroquí, me tratan como si no fuera igual a ellos. En Marruecos me dicen que parezco española, que me comporto diferente. Me hacen creer que no soy ni de aquí ni de allí” (Informante 22)

Es posible que en la sociedad de destino se identifiquen rasgos físicos o culturales que marquen la diferencia entre unos y otros, mientras que en la sociedad de origen empezarán a identificar elementos que has tomado de la sociedad de destino y que poco a poco has podido ir introduciendo en tu propia personalidad.

Esto será un proceso complejo, porque podrían empezar a sentirse poco identificadas o aceptadas en ambas culturas y, por tanto, podrían llegar a generar un rechazo o animadversión. Es un proceso complicado, pues hay que entender muy bien cada uno de los momentos en los que tienes que poner de relieve o manifestar aspectos muy concretos de tu personalidad o de tu identidad para poder sentirte lo más aceptada posible sin llegar a tener un sentimiento de rechazo. Pero, al mismo tiempo, no quieres fallar a nadie ni quieres perder esos rasgos propios de tu identidad nacional que te identifica y te define como al resto de habitantes de tu sociedad de origen.

En apartados posteriores hablaremos de la gestión de las identidades y cómo de complejo se puede volver este proceso que no permite un intercambio sencillo entre quién eras, quién eres y quién quieres ser.

7.1.4. Raza/etnia

Cuando hemos utilizado el término raza y etnia se nos ha hecho complejo su uso, primeramente, por su propia definición y por la diferenciación que esto supone con respecto al resto de individuos, y, seguidamente, porque muchas veces las personas tendemos a confundir ambos conceptos o a tratarlos con ambigüedad.

Hablamos de raza para referirnos a una serie de características físicas que son comunes en un grupo de la sociedad y que difiere del resto, mientras que hablamos de etnia cuando nos referimos al conjunto de características culturales compartidas, como pueden ser la lengua, las prácticas y las creencias.

En este apartado vamos a poner nuestro foco en el término de raza, porque finalmente el término de etnia puede estar incluido implícitamente en el resto de los apartados que se han analizado en el presente documento y que, por tanto, no tiene tanto sentido analizar aquí.

Es cierto, que muchas veces las personas entendemos este conjunto de características culturales como un mismo conjunto y no tendemos a separarlas ni a diferenciarlas tanto de otras características, porque parece que una no puede estar sin la otra.

En el inicio del diseño de la tesis doctoral nos planteamos introducir el término de raza para englobar a todas aquellas personas que han sido señaladas/discriminadas por su color de piel, por sus rasgos físicos, por todas aquellas características que los hacen especiales y diferentes en la sociedad de acogida, pero que posiblemente nunca habían supuesto un problema en otros lugares alrededor del mundo.

Sin embargo, la etnia se ha ido analizando detalladamente a lo largo de todo el apartado y seguirá estando muy presente cuando avancemos con la investigación, pues son estas características culturales las que han dado pie a que las mujeres

migrantes se puedan sentir más o menos identificadas o acompañadas en esta experiencia migratoria.

Analizando las conversaciones que hemos tenido con las mujeres migrantes nos hemos dado cuenta de que se han tratado ambos términos sin ser conscientes de que estábamos hablando de ello. Posiblemente ha sido en medio de una conversación hablando de otros aspectos clave, como puede ser la integración, el sentimiento de comunidad o cómo se han adaptado a la nueva cultura.

Por ejemplo, siempre se ha puesto muy en el centro el sentimiento religioso y como más allá de ser un signo que acerque culturas y posturas, lo que hace es diferenciarnos, dividirnos y alejarnos.

En este caso, se puede observar como una mujer cristiana, pero procedente del mundo árabe, se ha sentido alejada de la sociedad por los prejuicios contra los musulmanes y el islam como religión.

“Da igual que no sea musulmana, me discriminan por ser diferente. No importa cuantas veces haya dicho que no soy musulmana, ellos me siguen preguntando cosas del islam y cómo ha influido en mi vida siendo mujer” (Informante 21)

En este caso una serie de prejuicios asociados a la religión y a lo que el mundo musulmán representa en Europa, ha hecho que esta mujer no se pueda sentir representada o que sea juzgada dependiendo de su religión. Los rasgos físicos que, indudablemente la identifican como mujer árabe, ha hecho que automáticamente la identifiquen como musulmana también.

Este prejuicio, asociado a la religión, ha marcado su experiencia migratoria porque ella siempre ha intentado alejarse del mundo musulmán porque también se ha visto discriminada en su país de origen por el hecho de no seguir la religión mayoritaria y que sus creencias difieran de la mayoría.

En este sentido, podríamos decir que se ha sentido discriminada en Europa (España) por su raza, pero también en su propio país por un aspecto cultural (religioso) dentro de su país de origen, lo que la ha hecho no identificarse ni sentirse

parte de ninguna de las dos culturas y ha intentado crear su propia comunidad, que es su apoyo, dentro de la comunidad religiosa ortodoxa en Madrid.

Al mismo tiempo, podemos encontrar que estas diferencias físicas se pongan de manifiesto en situaciones concretas activando los lazos de unión con la cultura de origen.

“Echo de menos mi país, echo de menos todo lo que tenga que ver con nosotros. Soy muy diferente, y me gusta, no me malentiendas, pero si pudiera, regresaría” (Informante 27)

La definición de diferente no tiene por qué ser algo negativo, pero cuando estas diferencias no son percibidas como parte de la riqueza cultural de los países multiculturales hacen que las personas migrantes, pertenecientes, en muchas ocasiones, a minorías, se sienten desplazados por condiciones que no pueden cambiar y ellos mismo empiezan a generar un sentimiento de rechazo hacia la cultura dominante. Este fenómeno también será analizado más adelante cuando hablemos de los procesos de aculturación y de las distintas estrategias que las personas migrantes pueden seguir como parte de su proceso identitario y de integración. Esto genera que en muchas ocasiones no se vea en la sociedad de destino como un lugar permanente, sino como un momento transitorio en la vida de las personas esperando su momento para regresar a sus lugares de origen.

Estos sentimientos se ven acentuados cuando más alejadas se sienten las características culturales y cuando las diferencias físicas son fácilmente reconocibles y asociadas con imaginarios negativos de estas sociedades.

Además, no hablamos en esta ocasión solamente de cómo te vean, sino de cómo te veas a ti misma (autopercepción) Posiblemente tengas unos rasgos muy occidentalizados y que fácilmente puedan ser asociados con europeos (bien sea por descender de europeos o por simple coincidencia), pero esto no te hace ser parte de la sociedad de acogida y sentirte parte de ella, porque, una vez más, las diferencias culturales y las características propias, hacen que te sientas lejos de ellos.

“Tengo pasaporte italiano, soy europea. Sin embargo, no me siento para nada de aquí, yo soy argentina, ser argentina es todo lo que conozco y con lo que me identifico” (Informante 11)

Es curioso cómo, en muchas ocasiones, se piensa que una vez que se obtiene la ciudadanía o la nacionalidad te puedes sentir parte activa de una sociedad, pero, sin embargo, esto no sucede automáticamente y las diferencias arraigadas a cada uno hace que las diferencias sean marcadas de forma subjetiva, interiorizando la idea de que nunca vas a ser parte de la sociedad de acogida, sino que siempre serás parte de tu cultura de origen.

Y, si estas ideas son extrapolables a las diferencias físicas que son fácilmente identificables. Sin embargo, es posible que, aunque físicamente seas (de primeras, porque ya no podríamos seguir hablando en los mismos términos en las sociedades multiculturales en las que vivimos) te puedes sentir más reconocido, integrado e identificado que otra persona que sea más similar físicamente.

“Me alegro de estar en Francia, porque en otro país de Europa posiblemente ser negra hubiera sido un problema” (Informante 45)

En este caso, por ejemplo, el color de piel no es un impedimento para sentirse una parte activa de la sociedad de acogida y que, en cierta medida, la haga sentirse agradecida por estar donde está. Estas diferencias físicas pasan a un segundo plano cuando la sociedad se acostumbra a ellas, reduciéndolas y haciéndolas más insignificantes. Esta realidad sucede en algunas ciudades de Europa por la trayectoria migratoria que tienen y por las comunidades que van creciendo en número progresivamente.

Esto puede ser un factor decisivo a la hora de elegir una sociedad de destino, porque posiblemente tengas ciertas conexiones o tengas ciertas conexiones que tienden a pensar que el proceso de integración va a ser mucho más sencillo y llevadero.

Estas conexiones, que se han mencionado y desarrollado anteriormente, han favorecido la creación de comunidades que progresivamente han dejado de ser minorías y que intentan encontrar su parte en la sociedad.

Podemos pensar que el color de piel es uno de los rasgos más diferenciadores, pero, al mismo momento, posiblemente no sea uno de los que más “miedo” da a la sociedad de acogida, temiendo, en estos momentos, mucho más el poder o la influencia de las religiones y de lo que ellas representan.

Y, por último, comentar un caso en el que la mujer identifica que se siente discriminada no solamente por el hecho de ser musulmana, sino por el hecho de ser árabe. Considera que estos rasgos físicos que la asemejan con los árabes hacen que sufra un doble rechazo.

*“No es solo ser musulmana, es que soy árabe. Creo que un musulmán de otra parte del mundo no se le trata igual”
(Informante 25)*

En este caso, raza y etnia se unen para hacer que la persona migrante se sienta rechazada por dos aspectos clave de su propia identidad y que para ella son fundamentales y tan importantes.

Considera que se la discrimina, no solamente por el hecho de ser musulmana (lo cual es reconocible físicamente), sino por el hecho de ser árabe, porque se asocia a una serie de prejuicios que los musulmanes de otro lugar del mundo no sienten cuando llegan a países occidentales.

En resumen, estos dos elementos son clave para poder favorecer a los procesos de integración o que, por el contrario, lo dificulten y haga que las diferencias sean capaces de hacer una separación real.

A pesar de tener un origen muy distinto, ambos conceptos tienen una forma de relacionarse y de actuar entre ellos muy significativa en los procesos de aculturación de las personas migrantes y se ven estrechamente relacionados a lo largo de las trayectorias personales.

7.1.4. Cultura

Por último, vamos a definir y a hablar de la cultura como parte de la identidad de las mujeres migrantes.

Consideramos que la cultura es uno de los elementos más importantes de la identidad de las personas porque nos conecta con todo lo que nos identifica y con todos los elementos que conocemos de antes y que pensamos que serán inmutables para siempre.

Sin embargo, vamos a tratar el tema cultural más adelante con todos los procesos de aculturación, por lo que vamos a ver pinceladas de la cultura como elemento de la identidad, porque sin la identidad cultural no podríamos hablar de procesos de aculturación y sin los procesos de aculturación no podríamos entrelazar identidad y consumo como parte central de nuestro trabajo de investigación.

Es cierto que definir la cultura, o ver qué está implícito dentro de la cultura es confuso, difuso o complicado de definir límites, ya que otros elementos se pueden encontrar fuertemente ligados a los elementos culturales y pueden ser parte de ella.

A grandes rasgos, definimos la cultura como un conjunto de comportamientos, creencias y valores que comparten un grupo social determinado. Esto arroja que son actos a los que estamos fuertemente acostumbrados y que, en muchas ocasiones, intentamos mantener cuando no estamos en nuestra sociedad de origen.

Esto es más o menos complicado dependiendo del grado de similitud de una cultura a otra, lo que hace que la elección del país de destino se vea determinada, siempre que sea posible, por el compartimiento de elementos culturales de ambas.

Aunque, en otras ocasiones hay muchos más elementos que entran en juego con la decisión, si es que se tiene, de país de destino y no siempre es posible estar en un país con el que se compartan muchos elementos culturales.

Cuando esto sucede, la persona inevitablemente se siente menos identificada con la sociedad de destino y fuerza una conexión con su país de origen a pesar de no tener la oportunidad de ir habitualmente.

“Me vine a París con mi hijo cuando tenía meses, obviamente él no ha tenido la oportunidad de comprender lo que significa ser venezolano. Pero en casa siempre mantenemos las tradiciones de Venezuela, comemos su comida, celebramos sus fiestas. Además, sigo sin hablar bien francés, por lo que me siento conectada con mi cultura, con mi gente, y todo lo que eso representa” (Informante 4)

Es curioso, además, observar cómo estas personas intentan mantener y fortalecer esta cultura y estas relaciones con sus hijos, haciendo que segundas y terceras generaciones tengan una conexión con el país de origen de sus padres, cuando a lo mejor ellos no han tenido la oportunidad de visitar el país ni de conocer a muchos de sus familiares.

Esto sería un punto interesante para analizar en futuras investigaciones, como segundas y terceras generaciones hacen que la identidad cultural siga viviendo y estando muy presente a través de las vivencias y de lo que los padres o abuelos comparten con ellos cada día.

Además, hay muchos elementos de la cultura que juegan un papel decisivo en el proceso de adaptación e integración de una persona, y no es solamente cómo esa persona se sienta o las ganas que tenga de integrarse y de ser parte activa de la sociedad de acogida, es también como la sociedad de acogida responda a esa iniciativa y de cómo contribuya a la consecución de sus objetivos.

“Tuve la suerte de ir a un colegio francés. Sin embargo, me han discriminado y me han restringido el acceso a ciertos trabajos por mi acento” (Informante 5)

Consideramos que es algo que depende de ambas partes y que posiblemente frustra y rompe expectativas, esto hace que la implicación sea menor o que sientas un rechazo por elementos culturales. La lengua es un elemento cultural muy fuerte,

posiblemente uno de los más representativos, porque da la oportunidad de comunicarse entre unas personas y otras, pero muchas veces hablar la misma lengua no es suficiente y aun así se requieren otras características.

Intentar replicar la cultura de origen en el país de destino te hace mantener lazos y conexiones, te hace sentir que aún queda algo de ese “antiguo yo” y que puedes seguir siendo la persona que siempre has sido, aunque el entorno sea distinto y las circunstancias hayan cambiado.

*“He pasado más tiempo en España que en Marruecos, pero mi familia me ha hecho abrazar nuestra cultura, celebrar todas nuestras fiestas, ser fiel a nuestras tradiciones”
(Informante 24)*

Las familias y las relaciones hacen que la cultura se mantenga viva en aquellas personas que no han tenido contacto con el país de origen y que sientan que tienen mayores conexiones con ellos que con la sociedad de destino.

Esto no es un acto aislado, es algo que también se encuentra relacionado con otros elementos como puede ser la religión (si en la sociedad de acogida no es la mayoritaria), con la raza o la etnia, además de con la cultura.

La identidad cultural es una de las más importantes cuando estamos hablando de identidad personal, porque te hace identificarte fácilmente y te hace sentirte cómodo en un ambiente distinto al tuyo. Este elemento cultural puede forzar a las personas a establecer lazos con personas con las que compartan cultura, con las que poder celebrar, compartir y con las que sientan que pueden ser ellos mismos en un ambiente que ya es conocido.

7.1.5. Elementos de la identidad en mujeres migrantes

Nos gustaría hacer, antes de continuar, un pequeño resumen de forma gráfica de cuáles son los elementos que han sido importantes para cada una de las personas informantes. En el apartado anterior hemos hecho un análisis por cada uno de los elementos que forman parte de la identidad de las mujeres migrantes, independientemente de su lugar de origen. Sin embargo, nos gustaría hacer un

resumen por grupo de estudio, por darle un sentido y una visión global a cada grupo para poder sacar unas conclusiones globales y ver si las similitudes culturales tienen luego la misma incidencia o si, por el contrario, a pesar de tener una cultura similar luego se comportan de forma distinta.

7.1.5.1. Mujeres procedentes de América Latina.

Podemos ver que es un grupo bastante heterogéneo, no todas las informantes tienen las mismas inquietudes, no todas se comportan de la misma manera y no para todas ellas son importantes los mismos elementos identitarios.

La religión es algo a tener en cuenta, algo que ha marcado el desarrollo de su trayectoria en el país de destino, pero que solamente es importante para las mujeres que se consideran creyentes, porque en el momento en el que la religión no está presente en sus vidas, no se conectan tanto con este elemento y pasa a un segundo plano. Posiblemente hubiera sido más importante la religión si los países de destino hubieran sido de mayoría musulmana, por ejemplo, posiblemente se hubieran sentido más lejos culturalmente hablando, pero es cierto que ambos países de mayoría cristiana invitan a que la religión esté en un segundo lugar para las mujeres agnósticas.

La cultura es otro elemento relevante, aunque no común para todas, pero sí que está bastante presente. Las tradiciones culturales es algo que se intenta mantener, aunque no se encuentren en su país de origen. Quizás no se sientan tan apegadas a la nación (aunque se observa que sí), pero siempre hay costumbres y tradiciones que se intentan replicar estés donde estés, y para esto es importante que las relaciones sociales, la red de apoyo comparta contigo parte de la cultura de la sociedad de origen, por lo que muchas mujeres de América Latina se sienten cómodas en ambientes latinos donde puedan compartir y celebrar.

	País	Género	Religión	Nación	Raza	Cultura
Informante 1	México	Sí	Sí	No	No	No
Informante 2	México	Sí	No	Sí	No	Sí

Informante 3	México	Sí	No	Sí	No	Sí
Informante 4	Venezuela	Sí	Sí	Sí	No	Sí
Informante 5	Argentina	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Informante 6	Colombia	Sí	Sí	Sí	No	Sí
Informante 7	Perú	Sí	Sí	Sí	No	No
Informante 8	Nicaragua	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Informante 9	Colombia	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Informante 10	Venezuela	Sí	Sí	Sí	No	Sí
Informante 11	Argentina	Sí	No	Sí	No	Sí
Informante 12	Venezuela	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Informante 13	Venezuela	Sí	Sí	Sí	No	Sí
Informante 14	Venezuela	Sí	No	No	No	Sí
Informante 15	Perú	Sí	No	No	No	No

Ahora sí, algo que es común para todas y que es relevante, y que apoya nuestra idea de que es bueno analizarlo con perspectiva de género es que el hecho de ser mujer tiene una influencia sobre todas ellas. No hablamos de que sea algo negativo, simplemente que es algo que todas ellas ponen de manifiesto en algún momento y que todas piensan que de una forma u otra ha influido o influye en su trayectoria, pasada y presente, así como en su futuro.

El género ha influido, como hemos analizado anteriormente, en la forma también que ellas se relacionan con su familia en su país de origen, en las expectativas que se tienen puestas sobre ellas. Aunque directamente ellas no consideren que existe una influencia sobre ellas o sobre su identidad, sí que ha generado un impacto en todas las decisiones que han tomado.

7.1.5.2. Mujeres procedentes del Magreb y Oriente Próximo.

En este grupo de estudio podemos observar una mayor homogeneidad en cuanto a los elementos que son importantes, pero no podemos hablar de que haya tanta homogeneidad en cuanto a su comportamiento, porque hemos observado que aunque hay una homogeneidad en la influencia, cada una lo interpreta de una forma distinta y cada una realiza las acciones dependiendo de cuál sea su principal objetivo.

Veamos la importancia del género, de la religión, de la raza o de la cultura. Todos estos elementos han tenido una repercusión directa en sus estrategias de aculturación en los distintos países de destino.

Las mujeres árabes, y en especial las mujeres musulmanas, han sentido un lazo muy fuerte con todas las mujeres en su misma condición y aunque en algunos casos han buscado adaptarse y cambiar algunos aspectos, la tendencia es que siempre mantienen sus raíces.

	País	Género	Religión	Nación	Raza	Cultura
Informante 16	Egipto	Sí	Sí	Sí	No	Sí
Informante 17	Siria	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Informante 18	Argelia	Sí	Sí	No	Sí	Sí
Informante 19	Marruecos	Sí	Sí	No	Sí	Sí
Informante 20	Marruecos	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Informante 21	Egipto	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Informante 22	Marruecos	Sí	Sí	No	Sí	Sí
Informante 23	Marruecos	Sí	Sí	No	Sí	Sí
Informante 24	Marruecos	Sí	Sí	No	Sí	Sí
Informante 25	Marruecos	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Informante 26	Afganistán	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Informante 27	Afganistán	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

Además, lo más destacable es que hacen entre ellas un nuevo grupo, una nueva red social y es más complicado relacionarse con mujeres de otras religiones o culturas.

No hacemos distinción en este caso entre musulmanas y cristianas, ambas religiones analizadas, porque en ambos casos hemos corroborado que su grupo de apoyo más importante son mujeres con las que comparten cultura y religión y que, por tanto, donde se encuentran en un lugar seguro.

Nos parece un grupo muy interesante y, sobre todo, que podemos seguir explotando en el futuro porque tiene muchísimas más condiciones que ofrecernos.

7.1.5.3. Mujeres procedentes de África Subsahariana.

Como se puede apreciar, es el grupo más minoritario dentro de este estudio. No ha sido tan sencillo acceder a ellas y no hemos contado con una gran red de contactos.

Podemos observar que en la mayoría de los casos es un grupo bastante homogéneo en sus respuestas, pero también en la forma en la que interaccionan y se relacionan o a las cosas que le dan importancia.

Como son países bastante distintos, con características muy diversas, no podemos tampoco hacer consideraciones generales porque la situación es mucho más compleja, pero sí que nos gustaría resaltar que para todas ellas es muy importante la raza.

En este caso la raza juega un papel importante debido al color de piel, que de primeras hace una clara distinción entre el grupo minoritario y mayoritario, y que además también es mucho más visible debido al cuidado que dedican al pelo, a la ropa o a la forma en la que atienden a los cuidados personales.

	País	Género	Religión	Nación	Raza	Cultura
Informante 43	Senegal	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Informante 44	Somalia	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

Informante 45	Cabo Verde	Sí	No	Sí	Sí	Sí
Informante 46	Senegal	Sí	Sí	No	Sí	Sí

Por último, nos gustaría señalar que no se incluyen los datos de los focus group porque no podemos tener información específica de cada componente, por lo que se siente que es más una opinión generalizada que específica y que, por tanto, no podemos especificar para cada una de ellas.

7.2. Procesos de aculturación

Otro de los puntos básicos que hemos analizado y que ha sido un foco dentro de nuestro estudio es ver cuáles son los procesos de aculturación a los que se someten las personas migrantes.

Como hemos comentado, en multitud de ocasiones anteriormente, la identidad de las personas es pensada y (re)creada, pues se encuentra en constante cambio y evolución, pues busca adaptarse a los nuevos retos y realidades, a las nuevas circunstancias y al contexto social que les rodea. Cuando hablamos de estos cambios, de estas circunstancias en constante movimiento, es lo que se ha descrito como procesos de aculturación.

Estos procesos de aculturación, descritos por Berry (1991), son herramientas que tienen las personas para adaptarse a nuevas realidades. Muchas veces las personas son capaces de ver estos cambios en su identidad, lo hacen conscientemente, pero en otras ocasiones las personas no son conscientes de que hay algo dentro de ellas que está cambiando, que está adaptándose y que te hace ser una persona diferente en algunos aspectos de tu día a día.

Se ha hablado mucho de procesos de aculturación en personas migrantes porque son el ejemplo más claro de adaptación que vemos, ya que el cambio de cultura obliga a las personas a cambiar aspectos, sobre todo a nivel cultural, para integrarse e intentar ser parte de la nueva sociedad receptora.

*“Hay cosas que he ido dejando atrás, simplemente porque me tenía que adaptar a la nueva cultura española”
(Informante 25)*

Durante las entrevistas que hemos ido realizando, muchas veces no hablábamos directamente de procesos de aculturación, no se utilizaban tecnicismos y no se abordaba la complejidad de las identidades si la persona que teníamos delante no era consciente de este cambio. Se ha podido ir observando este comportamiento a través de los comentarios sacados de la conversación, se ha preguntado sobre qué han hecho para adaptarse y qué han tenido que hacer para sentirse parte de la nueva sociedad.

Pero no solamente hablamos de aspectos de la personalidad, también estaríamos hablando de aspectos estéticos, de la apariencia física, de intentar eliminar las barreras visuales entre una sociedad y otra, que ha sido algo muy importante para gran parte de nuestro grupo de estudio. Si cambiamos aspectos de nuestra apariencia física podemos intentar asimilarnos al estilo, a la forma de vestir de las personas de la sociedad dominante y nos acerca un poco a lo que se considera “normal”.

“He cambiado mucho desde que estoy en España. Ahora llevo pantalones vaqueros, camisetas más ajustadas... Decidí quitarme el velo cuando me prohibieron utilizarlo en el trabajo. No me gustaba la sensación de ponérmelo y quitármelo todo el tiempo, porque no me hacía sentir cómoda. Rechacé mi primer trabajo en el hotel por esta exigencia, pero al final lo he aceptado y decidí quitármelo de forma definitiva. Ha sido algo muy progresivo, pero me hace sentir parte de la cultura española” (Informante 20)

Nos hemos encontrado con los ejemplos más claros en el grupo de estudio de mujeres árabes, y además musulmanas, ya que han sentido que muchas veces se les ha desplazado y juzgado simplemente por lo que las personas de la sociedad

de destino han pensado, ha establecido y el imaginario que se ha creado alrededor de ellas.

“Parece que las mujeres musulmanas tengamos que explicar todo el tiempo que hacemos las cosas libremente, que no hay una presión sobre nosotras y que tenemos opción de elegir” (Informante 23)

Pero no solo podemos observarlo en mujeres procedentes del Magreb, sino que nos hemos encontrado con que hay otros aspectos que también son importantes y destacan las mujeres de América Latina o de África Subsahariana.

“La forma en la que los franceses se relacionan es completamente distinta. Son más distantes, no es fácil hacer amigos, tengo que hacer muchos esfuerzos por tener un grupo” (Informante 1)

Todo lo relacionado con la cultura supone una barrera para las personas migrantes que buscan establecerse y relacionarse con la sociedad de destino. Estas barreras pueden ser fácilmente superables o, sin embargo, constituir un aspecto que no va a poder ser superable en el corto plazo de tiempo. Estas barreras, además, supone que las personas migrantes se adapten de una forma u otra. Es posible que elijan cambiar aspectos de su identidad para que sea más sencillo, que decidan beber de la cultura, aprender el idioma, celebrar sus fiestas o guardar sus tradiciones, o es posible que, por el contrario, estas barreras supongan finalmente un distanciamiento difícilmente superable.

“No siento que ahora mismo esté haciendo un esfuerzo, porque he interiorizado la cultura española. Sin embargo, me ha costado muchos años. Me gustaría mantener y transmitir también aspectos de mi cultura, no me gustaría perder todo o no sentirme identificada con ellos” (Informante 43)

“No hablo francés, no tengo amigos franceses y echo de menos a mi familia y a mis amigos. Al final todo se reduce a

*mi círculo más cercano con mis mismos valores”
(Informante 4)*

“No he cambiado, al revés, me he reforzado” (Informante 7)

Como se ha comentado anteriormente, hay algunos aspectos de la identidad de las personas que hacen que la experiencia migratoria o su red de apoyos se vea consolidada atendiendo a estos aspectos.

“La iglesia ha sido mi refugio. Cuando llegué a España empecé a ir a una iglesia y a su grupo de apoyo. Ellos me ayudaron con todos los papeles, con todas las condiciones. Me ayudaron a establecerme e hice mis primeros amigos. Esto ha hecho que todo sea más sencillo” (Informante 8)

“Nos juntamos en la iglesia los domingos y después de misa siempre salimos a tomar algo, es el momento de sentirnos como en casa. Cada uno lleva algo de comer y vamos a un bar cercano a la iglesia a compartir la comida. Ya nos conocen y nos reservan una mesa” (Informante 16)

“Soy árabe, pero no soy musulmana. Creo que es algo que no se concibe en la sociedad española. Parece imposible. Me he sentido discriminada en mi país por ser cristiana y aquí por ser considerada musulmana” (Informante 16)

Se puede afirmar, por tanto, que la religión, por ejemplo, es un elemento muy importante que marca las relaciones y que hace que las mujeres se sientan parte de un conjunto con el que comparten una característica importante. Este aspecto podría limitar y marcar su grupo de apoyo, pero al mismo tiempo también es la primera forma de acercamiento, ya que te hace sentir parte de algo y te ayudan con distintos aspectos de la vida pública.

“Vivo en España y me encanta. Creo que los españoles son muy abiertos, simpáticos y que nos han recibido con los brazos abiertos. Sin embargo, soy marroquí y quiero que mis

hijos (nacidos en España) sientan que son marroquíes también. Mi marido y yo educamos a nuestros hijos en base al Corán” (Informante 22)

“No sigo todos los criterios de la vida musulmana y posiblemente muchos pensarán que no soy una verdadera musulmana; pero me molesta que no respeten mis decisiones en el colegio de mis hijos, por ejemplo, que les den cerdo de comer. Son niños, muchas veces no saben ni lo que es, no pueden decir que no” (Informante 20)

La religión incide en distintos aspectos de la vida social y cotidiana de las mujeres migrantes, no solo a la hora de relacionarse o de entender la sociedad que las rodea, si no, además, de vivir y guardar sus tradiciones y sus costumbres. En las sociedades occidentales actuales donde la multiculturalidad está a la orden del día, todavía sigue siendo complicado entender algunos aspectos de otras religiones o culturas y poder integrarlas o hacerlas sentir cómodas en el entorno social actual.

“Durante el ramadán es cuando más problemas he tenido, tenía que adaptarme al ritmo de la cultura francesa y guardar mis tradiciones y mis creencias. Esto me ha supuesto sacrificar algunas cosas y a tener que compensar los días que no he podido cumplir con el ramadán” (Focus group 3)

Una de las consecuencias de los procesos de aculturación de las personas migrantes es el sentimiento de perder parte de su identidad y no conseguir sentirse identificado con la cultura de la sociedad de destino.

“No me siento siria, porque me fui muy pequeña, pero tampoco soy venezolana, porque nunca me lo han hecho sentir así, y ahora tampoco soy alemana, porque es una situación de emergencia” (Informante 13)

“Cuando voy a Marruecos me llaman la españolita, cuando estoy en España me consideran una marroquí a la que

apartan o señalan. Es complicado, porque al final no sabes quién eres ni de quién eres parte” (Informante 25)

“Las sociedades occidentales no están preparadas para convivir con culturas completamente distintas, y esto es una realidad” (Focus group 2)

Se ha observado que las personas a las que se han hecho entrevistas individuales tenían una mentalidad mucho más abierta hacia el cambio y la integración, mientras que aquellas conversaciones que han tenido lugar en los focus group se veían opiniones reforzadas por las propias componentes del grupo y que no se ha podido acceder a lo que verdaderamente sentía cada una de ellas, porque su opinión se tenía que ver reforzada por la opinión de la mayoría.

Estos comportamientos son propios de personas que al llegar a la sociedad de destino ya tienen una red de apoyo o que se la construyen a través de aquellas personas con las que comparten una serie de características (lengua, cultura, religión, etc.).

“Ellas son mi familia, al final es donde me siento en casa. Nos encanta sentarnos en el salón a conversar mientras bebemos té. Es mi lugar seguro” (Focus group 2a)

“Hemos hecho esfuerzos, como aprender la lengua para poder relacionarnos; pero no nos sentimos parte de la sociedad española y tampoco tengo muy claro que queramos ser parte de ella de otro modo del que formamos parte ahora. Aquí en España me he dado cuenta de lo importante que es para mí mi familia y mis amigos (todo el mundo es familia de otras personas que viven aquí), por lo que todos estamos conectados” (Focus group 2)

“Un francés, o un verdadero francés como ellos dicen, nunca vendrían a vivir a un barrio de negros. Desde el minuto 0 nos han apartado y nos han relegado a un segundo plano de la

sociedad. ¿Qué podemos hacer? Aceptarlo y seguir adelante” (Informante 46)

Las mujeres árabes-musulmanas, por ejemplo, en la mayoría de las ocasiones (tanto en España como en Francia) cuentan con una amplia red de apoyo, la mayoría de las veces incluso con lazos familiares, esto hace que se afiance y se refuerce su posición frente a la sociedad de destino. No siempre es así, porque nos hemos encontrado también casos en los que han hecho otra red de apoyo, pero hasta en estas ocasiones la red de apoyo principal sigue siendo las mujeres con las que comparten cultura, lengua y religión.

Hemos podido observar, que incluso cuando amplían su red de contactos incluyendo personas del país de destino, siempre encuentran un punto que las desconecta de la cultura dominante y tienen que volver al “lugar seguro”. En este sentido, podemos ver que se complica el proceso de integración, que se complica el sentirse parte de la sociedad de acogida y que lo que se busca es reforzar todos los elementos de la cultura de origen. Esto mismo puede ser replicado hacia la comunidad negra, tanto en España como en Francia, que siente que hay cierta discriminación. Posiblemente no podamos hablar de racismo sistematizado, y no queremos que las palabras se malinterpreten, pero se ha visto que las personas negras tienden a sentirse parte de la comunidad negra y que tienen una cultura con unas características diferenciadoras que los empuja a juntarse y diferenciarse.

En este sentido, los procesos de aculturación son diferentes y se encuentran diferenciados por aquellos elementos que se destaquen, pero sobre todo por las principales características que las personas desean mantener o cambiar. Aunque hemos hablado de la teoría “Curva U de aprendizaje cultural” de Lysgaard (1955) donde se observa que los migrantes acaban llegando a un aprendizaje y aceptación, se observa que en muchas ocasiones no es la voluntad de las personas migrantes.

7.3. Identidad y consumo

Este es el punto central de nuestra investigación y donde queremos aunar todo lo que hemos comentado anteriormente para poder centrarnos y analizar cómo las

mujeres migrantes gestionan la identidad y el consumo, o, específicamente, cómo el consumo genera identidad.

Como se ha comentado, en este caso nos hemos centrado en ver si los hábitos de consumo de ropa y maquillaje (belleza en general) para ver si generaban identidad o cómo tenían un impacto directo en la identidad de las mujeres migrantes.

En estudios previos ya se ha demostrado que el consumo está estrechamente ligado a la identidad de las personas (Sierra, 2016) y que era capaz de construir una identidad, pero se ha hablado desde el consumo alimentario en la mayoría de las ocasiones y no se ha prestado tanta atención al consumo de belleza.

Por este motivo, además, se seleccionó a las mujeres como grupo de estudio, porque estamos más expuestas al consumo o a los patrones de belleza marcados por la sociedad. Patrones que se están revirtiendo y que evolucionan y cambian, pero que, sin embargo, siguen siendo una parte importante en nuestro día a día.

Los distintos grupos de estudio, además, son importantes y están seleccionados de forma que nos proporcionen información diferenciada para cada una de ellas, o no. Es decir, cada uno de estos grupos de estudio son diferentes y tienen hábitos de consumo o de moda completamente distintos, por eso son tan importantes.

Además, hemos querido ver la relación que existe entre los distintos elementos de la identidad (que ya hemos analizado anteriormente) y el impacto que tienen en la creación o (re)creación de la identidad y cómo, posteriormente, esto tendrá un impacto directo o indirecto en sus hábitos de consumo.

Y, por último, los procesos de aculturación a los que se han sometido las mujeres migrantes y que han sido completamente distintos a raíz de las circunstancias, harán que sus hábitos de consumo cambien o que se mantengan intactos a pesar de estar en una nueva realidad.

Todo esto es importante para entender cómo se relacionan y cuál es la influencia de un elemento sobre otro para poder comprender a las mujeres migrantes en un nuevo entorno.

No es sencillo, pues difiere mucho de unas mujeres a otras, pero podemos observar patrones de conducta que nos arrojan una idea sobre cómo es el grupo a nivel mayoritario o cuáles son las distintas estrategias que utilizan.

La estrategia de aculturación seleccionada (inconscientemente en muchos casos) se ve apoyada por los hábitos de consumo de las mujeres migrantes. Es decir, tienen una repercusión directa en el consumo que realizan de forma habitual y de cuál es el mensaje que quieren transmitir con sus hábitos de consumo.

En muchas ocasiones, es complicado saber si estos cambios que se han realizado (si es que se han realizado) vienen determinadas por un cambio en la identidad o simplemente por el deseo de que algo cambie en el resto de las personas. Es decir, en la forma en la que te juzgan o en la que te hacen partícipe de la vida pública.

Cuando la moda es diferente a la de sociedad de destino, y pueden entrar en conflicto con las tradiciones, es posible que el cambio sea poco significativo de cara a la sociedad, pero muy significativo a nivel personal.

“¡Claro que he cambiado! A ver, quizás para un español no he cambiado, pero yo me lo noto y es lo que cuenta para mí. Es complicado encontrar un balance entre la moda y las tradiciones” (Focus group 1)

Para muchas mujeres, encontrar un punto de equilibrio entre lo que quieres ser, o cómo quieres que otros te vean, y cómo has sido siempre o lo que consideras que es adecuado, es complicado. Esto podría dar lugar a conflictos personales, ya que posiblemente se haya hecho un esfuerzo personal que no es percibido por la sociedad y que no tiene las consecuencias esperadas y que, por tanto, no modifica tu estatus en la sociedad de acogida.

Esto es visible en el caso de mujeres árabes, aunque en el ejemplo anterior no se trataba de una mujer musulmana, que podrían ser lo que consideramos más tradicionales en algunos aspectos. Esta tradición puede ser percibida por las mujeres migrantes, como parte de atraso, como no estar en el mismo nivel de desarrollo del grupo mayoritario y podría hacer sentir a las mujeres que no sirven de nada sus esfuerzos.

Hablamos de un grupo muy concreto, pero esto se puede extrapolar a todos los grupos de estudio dependiendo de la situación personal de cada persona. No podemos, por tanto, hacer una generalización para todas ellas, ya que variará en función de otros elementos, tal y como hemos señalado al inicio de este apartado.

“Es complicado encontrar en España ropa en verano que sea adecuada. Hay muchas camisetas para llevar sin sujetador, hay muchos pantalones cortos, vestidos o faldas. No me gusta verme así, no considero que sea apropiado [...] Cuando voy a la iglesia necesito ir bien.” (Informante 6)

En este caso, a pesar de que en un principio podríamos pensar que culturalmente hablando estamos más cerca (sobre todo si hacemos referencia a España), también podemos encontrarnos muy lejos, porque depende de cómo sea interpretada la relación entre ambos. En este caso, la religión está jugando un papel fundamental en los hábitos de consumo de esta mujer, ya que identifica que no es sencillo encontrar toda la ropa que necesita en verano porque la moda en España es mucho más atrevida de lo que ella considera que está bien.

Esto puede generar un conflicto interno, ya que por un lado le gustaría poder acercarse más a la cultura española, pero no se siente identificada con la moda ni con las costumbres en España, por lo que busca seguir vistiendo como lo hacía anteriormente y que esta forma de vestir corresponda más a su comunidad religiosa que a la sociedad en general. Esto es una forma de reforzar sus lazos y sus creencias y de sentirse nuevamente parte de una pequeña comunidad que le da un refuerzo positivo. En este caso, además, esta chica nos comentó que su primer contacto cuando había llegado a España había sido la iglesia, porque es donde se sentía fácilmente identificada, lo que no supone tan extraño que a través de su comportamiento refuerce esta idea.

Esta misma idea se ve trasladada en el siguiente comentario que sacamos de una mujer marroquí residente en Madrid.

*“Me encanta cuidarme y verme guapa, para mí el velo es un complemento a todo lo demás, me hace sentirme guapa”
(Informante 23)*

“Mi familia nunca me ha pedido que me pusiera el velo. Nunca ha sido una imposición, ha sido una opción. Ha sido totalmente voluntario y lo hice en el momento que yo consideraba que era el apropiado, simplemente porque me sentía contenta haciéndolo” (Informante 25)

El velo, asociado a un elemento religioso, es un complemento a la vestimenta de muchas mujeres musulmanas y puede ser visto y entendido por cada una de ellas de una forma distinta. Es una forma de reivindicar una identidad religiosa, es una forma de ser fiel a su cultura de origen, es una forma de mostrar su feminidad y ser entendido como un complemento... Es decir, no podemos asociar el velo con una única opción, sino que se abre un abanico de posibilidades para cada una de ellas.

Esto también hace que las mujeres musulmanas se puedan sentir identificadas con su grupo, pero al mismo es una forma de que se sientan excluidas o discriminadas de otros grupos mayoritarios de la sociedad.

Cuando hablamos del velo, es importante tener en cuenta que muchas personas sienten que se las trata de manera distinta por el hecho de mostrar abiertamente su religión, pero no se sienten abiertamente aceptadas por la mayoría de las sociedades occidentales. Hay lugares donde está mucho más aceptado, simplemente porque tienen una mayor representación o porque tienen una historia mucho más larga que en otras, pero, aun así, en la mayoría de los casos no se sienten representadas.

Por ejemplo, en Francia hay una fuerte dispuesta con la libertad religiosa a raíz de la ley de la Laïcité. Esta ley prohíbe que se lleven en lugares públicos de trabajo (escuelas, universidades, hospitales, organismos públicos, etc.) elementos religiosos (como por ejemplo el velo, una cruz, etc.), y esto es fuertemente criticado por la sociedad porque ve limitadas sus opciones de trabajo simplemente por una expresión religiosa que debería de ser libre. No entramos a debatir si esto es algo

positivo o negativo, o cómo es percibido por todas ellas, sino que es un reflejo del pensamiento occidental.

Por otro lado, para las mujeres árabes también es muy importante seguir sus tradiciones o sus costumbres a la hora de arreglarse a diario, pero sobre todo para los eventos sociales a los que acuden habitualmente. Las sociedades árabes tienen una vida social muy activa, debido a los fuertes lazos familiares y de proximidad que tienen unos con otros y que hacen que participen activamente de estos eventos. Para ellas es muy importante tener una tienda de referencia donde poder acudir de forma regular para hacerse sus vestidos. Estos vestidos son muy característicos, son muy elaborados y tienen que seguir una serie de requisitos para cada evento.

Las mujeres árabes cuidan muchísimo su imagen para cada una de las situaciones y, sobre todo, intentan que el código de vestimenta sea adecuado para cada una de ellas.

“Aquí en Madrid encuentras muchas tiendas donde ir a comprar ropa para mujeres árabes. Sobre todo, acudimos a ellas para todos los eventos que tenemos (que no son pocos), ya que es donde nos pueden hacer nuestros vestidos.” (Informante 23)

En el ejemplo anterior podíamos ver un claro ejemplo de cómo la religión influía en las decisiones de compra de las mujeres musulmanas, y en este caso no es una cuestión religiosa, sino más bien ligada a la raza y a la etnia. A la raza porque es algo propio de las mujeres árabes, y a la etnia porque forma parte de sus costumbres y tradiciones, lo cual se entremezcla con elementos culturales representativos de cada país de origen.

Estas tiendas se encuentran fácilmente en barrios o ciudades con una fuerte presencia de mujeres extranjeras, en este caso de mujeres árabe-musulmanas, donde suelen residir estos grupos. Sin embargo, no se encuentran fácilmente en los centros urbanos o en áreas donde la representación de estos grupos está mucho más limitada.

Al final, esto tendrá un impacto posteriormente en el diseño de las ciudades y en la elección del barrio en el que residir, ya que se crean lazos con la comunidad. Este diseño de las ciudades, a su vez, tiene una influencia directa con la integración de las mujeres migrantes y con su representatividad en la sociedad.

Pero, no siempre es igual. En otros casos podemos observar que las mujeres migrantes no sienten que su vida haya cambiado ni que se hayan visto influenciadas por la sociedad de destino ni de origen. Sus hábitos de consumo se mantienen estáticos.

“La respuesta es clara, Zara. Zara en México y Zara en España. Siempre encuentro todo lo que quiero y va mucho con mi personalidad” (Informante 2)

Cuando ya tienes un lugar para ir de compras de referencia y esta tienda está presente en ambos países todo es mucho más sencillo. Al mismo tiempo esto quiere decir que tu forma de vestirte es aceptada por la sociedad occidental y que, por tanto, tienes muchos puntos comunes en los que te puedes sentir cómoda e identificada.

Esta libertad de elección, que concuerda con la personalidad y con la identidad de las personas, se puede observar mucho más en mujeres en las que los elementos religiosos no son tan importantes o donde su religión no requiera ciertos elementos distintivos del resto.

Además, a través de la ropa podemos expresarnos y podemos sentir que tenemos la posibilidad de mostrarnos al mundo como somos o como queremos ser. Esto es, es una forma de expresión y te puede ayudar a sentirte libre en muchas ocasiones, sobre todo cuando tomas las decisiones libremente y no hay nadie influyendo en la decisión.

“En París me he sentido mucho más libre, además es la capital de la moda. No tengo la influencia de mi familia y he podido ser un poco más yo” (Informante 3)

La ropa, es una seña de identidad, es una forma de expresarte, es una forma de decirle a las demás personas cómo eres, cómo te sientes. Esta forma de expresión cuando es tan representativa de una cultura de origen te lleva a buscar en la sociedad de destino lazos que sean fácilmente identificables. Posiblemente sea algo que choque o que resulte novedoso, pero al mismo es una forma de continuar tus tradiciones, tus costumbres y de no perder eso que tan característico resulta.

*“Tengo una tienda donde vendo cosas de Senegal y telas de allí. Es muy distinto. El color es nuestra seña de identidad y los tejidos, los dibujos, los colores, es que no hay nada igual”
(Informante 43)*

En este caso, las mujeres de África Subsahariana tienden a vestir con colores muy vivos, muy fuertes, vibrantes, con estampados atrevidos y con combinaciones que, posiblemente, no sean tan característicos en las sociedades de destino. Esto ha hecho que muchas de ellas busquen sitios donde ir, donde poder realizarse sus trajes, sus vestidos, o donde poder añadir algún elemento a su estilo más occidentalizado.

Por otro lado, a lo largo de estos años de investigación se ha podido observar que las mujeres de África Subsahariana, además, le dan mucha importancia al cuidado de su pelo y hacen mucha vida en la calle alrededor de las peluquerías. Esto hace que haya zonas de la ciudad, barrios, donde haya una mayor concentración de personas procedentes de África Subsahariana y que, por tanto, no solamente se encuentren peluquerías, sino que también se encuentran tiendas y restaurantes. Esto es algo representativo, ya que llama la atención que son zonas exclusivamente reservadas para su cuidado.

Es una forma de seguir manteniendo las tradiciones, de cuidar lo que ha sido importante y de hacer vida social. Posiblemente no se vea de forma tan clara con otras comunidades o, no tengan estas zonas sociales tan relacionadas con el consumo y cuidado.

Por ejemplo, a través de uno de los focus group, observamos que las mujeres árabes-musulmanas daban mucha importancia a la vida social en las casas, donde

se podían mostrar de forma más auténtica y despreocupada y que era, en efecto, en el ámbito privado donde se arreglaban más y daban más importancia a su imagen.

Mientras que, para las mujeres cristianas (árabes o latinas) son las iglesias el punto de reunión y de vida social en la comunidad.

Es por ello, que en cada uno de estos ámbitos es necesario vestir de acuerdo con los principios y a las tradiciones, cuidando cada detalle para no destacar con respecto al resto.

Por tanto, el consumo impacta directamente en la identidad de la persona, no solamente porque genera identidad, sino porque potencia elementos de la identidad que son fundamentales para las personas y que las reafirma y las identifica con otros individuos en la misma situación.

7.4. Gestión de las identidades

Todo esto parece sencillo en teoría, o cuando una persona tiene las ideas muy claras y sabe perfectamente analizar cada decisión, pero es muy complejo y complicado en la práctica, porque entra en juego distintas categorías relacionadas con la identidad: “quién soy”, “quién quiero ser”, “cómo me ven los demás” o “cómo quiero que me vean los demás”. Esto nos hace tomar decisiones orientadas a conseguir nuestros objetivos a nivel social y cómo podemos encajar mejor en la sociedad.

Poder gestionar, además, los distintos cambios personales con sus éxitos y fracasos es otra tarea compleja, porque muchas veces las acciones no tienen la repercusión esperada y es complicado gestionar también las emociones relativas a las decisiones tomadas anteriormente.

Muchas personas son capaces de gestionar todas estas emociones y estas dobles personalidades que favorecen su adaptación en la sociedad de destino, intentando que ambas partes de la identidad confluyan en una personalidad que se adapta al medio con el que se relaciona.

“Soy dos personas diferentes, o muchas personas diferentes, depende de con quién me relacione” (Informante 1)

En este sentido, observamos que las mujeres migrantes experimentan un cambio de personalidad (asociada a la identidad) que muestran de una forma u otra dependiendo de la persona con la que se relacionen.

Esto es muy importante de destacar, porque no se da solamente el caso de que una persona se pueda sentir identificada con parte de la cultura de origen y con parte de la cultura de destino, sino que puede darse la situación de que una persona no sea capaz de identificarse con ninguna de las dos.

“A veces no me identifico con nada, es posible que sienta rechazo por todo lo que me ha tocado vivir” (Informante 13)

Por ejemplo, en esta situación, la experiencia previa (en el país de origen) y la experiencia actual (en la sociedad de acogida) hace que esta mujer se haya tenido que enfrentar a situaciones complicadas que han tenido un impacto directo en su personalidad y en su identidad. Los conflictos sufridos anteriormente y el hecho de tener que abandonar su país (perdiendo la relación con familiares y amigos en muchos casos) y que en la sociedad de destino no se haya sentido acogida, acompañada o comprendida ha hecho que sienta un rechazo por ambas culturas, por ambas partes. No se encuentra representada en ninguna de ellas.

Esta situación es difícil de revertir porque implicaría un cambio de mentalidad de la mujer migrante seguida de una serie de acciones que la llevaría a la consecución de sus objetivos personales y sociales. Por lo que, no solamente depende de ella, sino que también dependería de la respuesta de la sociedad de acogida para facilitarle el proceso de adaptación.

En otras ocasiones, encontramos ambivalencias. Te sientes forzado, por los lazos familiares en su mayoría, a mantener un contacto con el país de origen cuando realmente te sientes mucho mejor en la sociedad de destino.

“Por mi familia mantengo mi relación con Argelia, pero, sin embargo, también me gusta mucho la persona que soy cuando estoy lejos de todo eso” (Informante 18)

Realmente, en algunas ocasiones lo que sucede es que, al cortar los lazos con familiares y amigos, al menos de forma física, las mujeres migrantes experimentan una sensación de libertad que no habían tenido antes.

Esta sensación de libertad da la impresión de que la persona, por primera vez posiblemente, tiene la posibilidad de elegir quién quiere ser y cómo quiere ser. Esto la llevará a un proceso de transformación mucho más profunda, porque no solamente es cómo se sienta la persona sino cómo sea capaz de gestionar todo lo que era anteriormente y todo lo que quiere ser a partir de ahora.

Esto sucede, sobre todo, cuando las mujeres han estado viviendo en sociedades donde se ejercía un mayor control sobre ellas o sobre sus decisiones, por lo que las decisiones previas siempre han estado vinculadas a los intereses familiares o sociales, más que a los intereses personales de cada una de ellas.

Además, a lo largo de la vida de las mujeres migrantes se van dando ocasiones que hacen que te cuestiones todo lo que antes creías bien establecido y construido. Y posiblemente lo estaba, solo que un nuevo acontecimiento de diversa envergadura hace que los cimientos de todo lo que creías se tambaleen.

“Ahora voy a ser madre aquí en París, lejos de mi familia y de mis amigos, lejos de todo el apoyo. Ahora tengo que lidiar con las diferencias entre mi novio y yo. Por ejemplo, yo quiero mantener ambos apellidos para nuestro hijo y en Francia solo se pone uno. Me dice que pongamos solo el mío, pero eso tampoco es una opción porque en Argentina se van a pensar que el niño no tiene padre o que no tenemos una buena relación” (Informante 5)

Cuando hablamos de gestión de las identidades, principalmente tendemos a pensar en cómo las mujeres migrantes, en este caso, gestionan las distintas identidades que surgen a raíz de su proceso migratorio, y es cierto, pero también

tendríamos que aprender a lidiar con las identidades de las personas que nos rodean y que se relacionan con nosotros.

En este punto, entraría lo que hemos comentado al principio del apartado, la diferencia entre quién soy y cómo me ven los demás. A lo mejor no sea solamente cómo te concibes tú a ti misma, sino que también tendrás que evaluar cuál es la imagen que los demás tienen de ti, y qué es lo que quieres transmitir. Para lograr esto tendrás que (re)evaluar todos los principios identitarios y cómo están influyendo para que los demás tengan esa imagen de ti.

Además, cuando hablamos de relaciones entre personas con distintas culturas, tenemos que pensar que los enfoques y la forma de enfrentarse a la misma situación no son las mismas para ambos y que, en el mejor de los casos, tendrán que encontrar un equilibrio que satisfaga el sentimiento de ambos.

Es, en estas situaciones, cuando somos plenamente conscientes de que una relación personal entre personas con distintas culturas encontrará a lo largo de su trayectoria distintos momentos en los que pondrá a prueba su entendimiento y su capacidad de resiliencia para afrontar distintos conflictos.

Cuando se dan estas situaciones, muchas veces, las mujeres migrantes tienden a sacar a relucir su identidad previa, quiénes eran o cómo eran en su país de origen, poniendo así de manifiesto y haciendo valer su identidad cultural previa.

“Es curioso, me siento más colombiana fuera de mi propio país” (Informante 6)

Cuando formamos parte de la cultura mayoritaria o dominante no sentimos la necesidad de replantearnos quiénes somos ni por qué somos así, porque no tenemos apenas puntos diferenciadores con el resto de la población. Sin embargo, cuando te conviertes en parte de la minoría sacas a relucir aspectos culturales de los que te sientes orgullosos y que, sin pretenderlo, siempre han tenido un papel destacado en tu vida. Esto hará que te conectes mucho más con tu sociedad de origen.

Pero, al mismo tiempo, para otras personas sufrirán el efecto contrario. Pueden ser una persona que se adapte mucho más a sus intereses y necesidades en la sociedad actual, pero que, sin embargo, no quieren que esto se plasme en la sociedad de origen cuando regresan.

“Cuando vuelvo a Marruecos me pongo el velo, cambio por completo” (Informante 25)

Esta doble personalidad es una tarea más de la gestión de las identidades, porque posiblemente tengas que ser una persona a la que ya no reconoces y con la que ya no te identificas, pero no quieres dañar a nadie ni hacer pensar que han cambiado por culpa de terceras personas y no por una decisión personal como consecuencia de su proceso migratorio.

Estos cambios pueden ser el resultado de un proceso lento, y que se ha ido dando de forma natural. Muchas mujeres migrantes, sobre todo aquellas de origen musulmán, han sentido que han sido rechazadas de ciertas esferas y ámbito por no ser como la sociedad de acogida.

“Tuve que hacer ciertos cambios para adaptarme a la sociedad española, ya que viví episodios de discriminación y racismo. Para que me valoren, tengo que ser como ellos” (Informante 20)

Esto ha provocado que vayan haciendo cambios caminando hacia una asimilación de la cultura dominante, interiorizando y haciendo propios todos aquellos principios de la sociedad de acogida que son diferentes a los propios.

Esta elección, en la mayoría de los casos voluntaria, es una elección que lleva implícitos muchos riesgos, porque puede parecer que estás fallando a aquellas personas de la sociedad de origen que confían en ti y que siempre buscan tener contacto.

Por supuesto, toda acción espera tener una respuesta, y, como ya hemos comentado, puede ser la que no esperabas.

Las mujeres migrantes han tenido que demostrar doblemente su valía para acceder a los mismos trabajos que otras personas, quedando muchas veces relegadas a trabajos de la economía informal.

Tener un reconocimiento laboral, también hace tener un reconocimiento personal. Es decir, cuando tienes recompensa por tus acciones y te sientes posicionada dentro del entorno laboral, entrando en la economía formal y teniendo ingresos propios, te proporciona una sensación de estabilidad y de seguridad que siempre se puede trasladar a otros ámbitos personales.

“Vivo en París y sé que es un entorno muy multicultural. Trabajo con personas migrantes en una ONG, coordino proyectos de desarrollo. Mis compañeros son franceses, pero mis amigos son de origen extranjero musulmanes. Me entienden y me comprenden mejor” (Informante 44)

Aunque, como se observa, hasta cuando formas parte de un grupo, tienes la posibilidad de relacionarte con personas autóctonas y de convivir diariamente con ellas, la elección de las personas para pasar el tiempo libre y mantener relaciones personales más profundas, siempre van a estar motivadas por aquellas personas con las que te sientas más identificada.

Esto es una realidad, independientemente de cuál sea tu lugar de origen, siempre tiendes a buscar y a relacionarte con personas del mismo lugar y en la misma situación que tú, porque cubres esa parte de nostalgia y al mismo tiempo te sientes mucho más cómodo y en un ambiente más seguro.

Existe una barrera, en muchos casos, donde las mujeres migrantes no consiguen establecer conexiones más profundas y que, por tanto, no consiguen sentirse del todo cómodas en ambientes mucho más relajados.

“En París tengo un grupo de baile donde mostramos los bailes tradicionales de nuestra región” (Informante 45)

Las personas siempre tendemos a buscar actividades que nos hagan sentir parte de un grupo, de un todo. Esto se vería motivado por compartir gustos o intereses y,

por tanto, te llevaría a tener muchos más puntos en común. Además, pueden estar relacionadas con la cultura de origen, siendo, al mismo tiempo, una forma de manifestar tu identidad previa y de poner en valor todos los elementos culturales identitarios que constituyen quién has sido, quién eres y quién, probablemente, serás en el futuro.

Aunque, también es posible que la vida y los cambios que ha ido dando te haga no saber muy bien quién eres ni quién quieres ser. Estos problemas son problemas de sociedades multiculturales y el resultado de todos los procesos migratorios.

“Soy siria que ha crecido en Venezuela, y ahora soy refugiada venezolana en Alemania [...] es confuso. Muchas veces no sé cómo reaccionar ni con quién me siento mejor. Ahora me voy a casar con un estadounidense, lo cual es todavía más confuso” (Informante 13)

En este caso, por ejemplo, aunque es una persona refugiada venezolana, físicamente es una mujer árabe, con rasgos muy marcados y con el árabe como una de sus lenguas principales, junto con el español. Esto hace que no se identifique del todo con la sociedad venezolana, porque una vez que dejó Venezuela con su familia ya no tiene más conexiones ahí, ni con la sociedad siria porque no ha crecido ahí ni tiene recuerdos de esta etapa de su vida.

El resultado es que tengas sentimientos encontrados y que simplemente busques una estabilidad personal y emocional que te haga sentir conforme en la sociedad de acogida, que esto no tiene por qué ser, en ningún caso, adoptando rasgos culturales nuevos.

Es como una forma de sentirse parte de todo y de nada al mismo tiempo, lo cual es una situación que supone un reto para la persona migrante y la hace vivir situaciones confusas.

“Soy lo que quieren los demás que sea...” (Focus group 3)

Esto puede dar como consecuencia que no seas una persona que tú quieres ser, sino que te dejes llevar por las influencias externas que te lleguen y que tu personalidad sea el resultado de una mezcla de influencias.

Para evitar estas situaciones, o intentando que las personas migrantes se sientan un poco más identificadas y representadas,

En el focus group de mujeres egipcias ortodoxas se llegó a la conclusión de que ellas han sido las que han buscado su grupo de apoyo donde ellas se sienten cómodas. Fueron a buscar su apoyo a la iglesia ortodoxa donde nació su grupo. Comparten cultura, lengua y religión, aspectos fundamentales para su propio desarrollo.

En cuanto a las mujeres musulmanas del Sáhara Occidental y Mauritania nos comentaron que la vida social la organizan en la intimidad de sus casas. En Mauritania y en el Sáhara las casas son muy grandes, tienen amplios salones donde hacen la vida común. Es donde ellas se sienten ellas, donde pueden estar libremente y donde se juntan con todo su entorno. Es verdad que se sienten muy arraigadas a sus tradiciones, a su cultura, a la forma en la que siempre han vivido la vida. Hay cosas de la cultura española que sienten muy lejos de su forma de ver y hacer las cosas y que sienten que no pueden llegar a acostumbrarse.

“Nosotros siempre estamos haciendo vida social. Nos acostamos tarde, bebemos té. Las puertas de nuestra casa siempre están abiertas. Aquí no hemos encontrado esa solidaridad, o esa forma de entender las relaciones” (Focus group 2)

“Al final todas estamos emparentadas, todas somos familia. El concepto de familia es mucho más amplio, y no hay una red de apoyo mejor que la nuestra propia” (Focus group 2)

Las redes de apoyo son importantísimas para sentirse parte de una sociedad y para poder encontrar su lugar. Estas redes de apoyo son, además, un sustento cuando no se tienen los recursos necesarios. Pueden ser a nivel personal y emocional, pero también a nivel legal o económico.

Una vez más, observamos que las redes de apoyo se constituyen alrededor de aquellos elementos identitarios que se consideran más importantes y que sea su zona de paz o de confort.

“Si algo he adoptado de la cultura española es porque lo he aprendido por mis hijos, ellos sí que están mucho más relacionados con la cultura occidental” (Focus group 2)

Uno de los aspectos que no se han estudiado en esta investigación, pero que es interesante, es poder observar cómo avanzan las relaciones con las segundas y terceras generaciones y como la primera generación se ve obligada a relacionarse con la cultura dominante a través de sus hijos.

7..5. Futuro

Igual que ha sido importante hablar de gestión de las identidades y que, consideramos que es un punto central cuando hablamos de personas migrantes, de cara a observar sus procesos de aculturación y de todas aquellas herramientas que tienen para adaptarse/diferenciarse (como el consumo), es importante hablar de cuál es su idea a futuro.

Consideramos que ha sido importante hablar sobre el futuro porque ayuda a posicionarse a las personas en la sociedad y a proyectarse a largo plazo en la sociedad.

Depende de cuáles sean tus aspiraciones o tus deseos, las acciones o las estrategias que utilices son completamente distintas. Si una persona se proyecta a largo plazo en la sociedad de acogida, posiblemente, intenten asemejarse e integrar elementos culturales que faciliten su desarrollo dentro de la sociedad; mientras que, si piensas que te vas a ir en corto plazo, posiblemente te de igual relacionarte o ser parte activa de la sociedad y simplemente busques pasar el tiempo de la mejor forma posible.

Aunque el futuro siempre es incierto y todo puede cambiar, nos va a proporcionar mucha información para entender el momento presente.

“Me gustaría seguir en España, conocerla mejor. Me gusta conocer la cultura, me gusta la comida, la cultura... quizás algún día hasta aprenda el idioma [se ríe]” (Focus group 1)

En este caso, por ejemplo, su proyección personal y profesional es en España, por lo que ella intentará integrar dentro de su día a día elementos culturales que sean fácilmente adaptables y con los que las personas se sientan cómodas.

Dependerá mucho, no solamente de sus intereses, sino también de cómo se sientan en el momento presente, porque esto puede cambiar la forma de visualizarte en el futuro. Si la persona se puede identificar con la cultura dominante, posiblemente su experiencia sea distinta.

“No me veo en Francia, es un país muy hostil. Si no vuelvo a México, me iría a España, pero simplemente porque me parece un país muy parecido a México” (Informante 3)

Por eso, los migrantes en muchas ocasiones buscan lugares de destino con los que se puedan identificar y con los que compartan algún elemento significativo que facilite su vida. Cuando las personas están lejos de sus seres queridos intentan buscar en las personas que tienen cerca características que le recuerden a todo lo que dejan atrás, porque de esta forma este proceso se vuelve más llevadero y sencillo en cierta medida.

“Si fuera una opción, me iría a Siria, pero no lo es. El problema es que en Siria tengo a mi familia, a mis amigos, es una pena todo lo que ha pasado” (Informante 17)

Pero, a pesar de todos los inconvenientes u hostilidades que pueden tener las mujeres migrantes, también ponen en valor todo lo que han sacrificado y todo lo que han crecido personal y profesionalmente para tomar la decisión de no querer regresar.

Aunque se tenga claro que no se va a regresar, también es cierto que hay momentos cruciales en la vida de una persona y que la enfermedad o la necesidad de sus seres queridos pueden cambiar el rumbo de su vida de un momento para otro. Las

relaciones familiares siempre están en el centro de la vida de una persona, sobre todo, observamos este hecho en las mujeres, ya que sienten la responsabilidad de hacerse cargo de los cuidados.

“Solo regresaría a Colombia si mi familia me necesitara. Si mis padres están enfermos o no tienen posibilidad de cuidarse solos” (Informante 6)

El sector de los cuidados ha estado tradicionalmente reservado a las mujeres, por lo que las mujeres tienen esa responsabilidad intrínseca de hacerse cargo del cuidado de los padres/seres queridos, aunque no sean las únicas personas disponibles para desarrollar esta tarea o aunque para ellas signifique sacrificar mucho más que para otras personas.

Y, por último, podemos analizar a aquellas mujeres que se vinieron con una situación inicial que ha cambiado y evolucionado con el tiempo pero que han creado una nueva vida en la sociedad de destino y que, por tanto, ya es toda la realidad que las mujeres conocen.

“Me vine a España por amor, me casé y aquí nació mi hija. Ya no estoy casada, pero aquí tengo todo. Años después vinieron mis hermanas, ahora también están mis sobrinos. Lo que me gustaría es que mis padres quisieran venirse a España, en Casablanca ya no tenemos tantos contactos” (Informante 20)

Es complicado tomar la decisión de qué vas a hacer a futuro cuando todo es demasiado incierto, y, por tanto, posiblemente todo venga determinado por las circunstancias actuales de cada una de ellas.

7.6. Integración y opciones de compra en las principales ciudades de referencia.

Este punto no lo hemos analizado en las entrevistas como un punto diferente al de consumo e identidad, sino que ha sido parte de ese apartado y que, por tanto, tenemos una información limitada.

Sin embargo, nos ha parecido importante hacer una mención especial y ver hasta qué punto a través de sus sentimientos, sus emociones y sus posibilidades las mujeres procedentes de otras culturas pueden sentirse representadas en la sociedad de destino.

Estas oportunidades o estas opciones son una clara muestra de si las sociedades pueden ser un buen lugar de acogida y hacer que las personas se sientan una parte fuerte y representada o si, por el contrario, todavía una serie de casos a analizar y a trabajar sobre ellos.

Tener opciones de compra y que no se encuentren en barrios alejados, marginados o en las afueras de las ciudades, puede ser una buena referencia para poder observar la presencia de culturas distintas siendo parte de nuestras culturas.

“Tienes que saber dónde ir, pero opciones hay muchas. Es verdad que no verás tiendas con ropa de Senegal en el centro de la ciudad, pero lo puedes encontrar en otros barrios, donde vivimos” (Focus group 3)

Esto es importante porque marca que las ciudades no están integrando a las personas de otras culturas/religiones, sino que se desplazan hacia otros enclaves más alejados del centro.

En el centro de las grandes ciudades encontramos la ropa comercial occidental, que no se corresponde con las necesidades de todas las personas, pero que se puede comprender e interpretar como una necesidad de aprendizaje, de evolución y de cambio. Sin embargo, cada vez más se pueden observar más opciones para mujeres de todas las características en las tiendas.

Las mujeres árabes-musulmanas declaran que les gusta consumir ropa de tiendas como Zara, ya que tienen un estilo que puede encajar perfectamente con su forma de vestirse. Además, se ha observado que son unas grandes consumidoras de ropa, ya que les gusta sentirse guapas y que utilizan en la intimidad de su casa o en espacios privados donde no es necesario que se cubran o donde ellas quieren sentirse guapas.

“Aunque no lo parezca, a mí me encanta ir a Zara, me gusta comprarme ropa interior bonita o el maquillaje, es algo que me ayuda a sentirme mejor conmigo misma cuando puedo lucirla” (Focus group 2)

Aparentemente podría parecer una oportunidad de crecimiento, una ventana a una nueva forma de entender las relaciones. Sin embargo, esto confirma que las ciudades han sido diseñadas para un grupo social adaptado a unas características concretas y que reafirma la idea del nosotros y el ellos. Esta separación que se hace automáticamente en las sociedades sin haber sido planeada y que es fruto de las relaciones y de la cultura, es lo que empuja a las mujeres migrantes (y migrantes en general) a buscar otros espacios donde se puedan sentir más identificados y donde la vida se simplifique en general.

En las dos grandes ciudades que se han analizado, Madrid y París, se ha hecho una serie de observación para ver en qué zonas encontramos negocios donde las mujeres migrantes puedan encontrar ropa adaptada a su estilo.

Por ejemplo, se considera que París es una ciudad multicultural donde se pueden encontrar barrios de amplia mayoría musulmana o de personas procedentes de países de África Subsahariana, donde no observamos que haya presencia de otras razas. Estas personas no solamente son migrantes, sino que se trata de segundas y terceras generaciones, por lo que son franceses que han quedado relegadas a un lugar apartado del centro de la ciudad. Hay zonas de París, como pueden ser los alrededores de las grandes estaciones de tren (Gare de Lyon, Gare de l’Est o Gare d’Austerlitz), o en barrios de las afueras, que ya no pertenecen a París (Saint Denis, Saint-Ouen, Aubevilliers, etc.). Es un fenómeno curioso, además, que normalmente se congregan en la parte norte de la ciudad, cuando tradicionalmente ha correspondido al sur de las ciudades estas zonas. Este fenómeno ocurre así en Francia porque el norte era la parte más industrial y donde las personas migrantes fueron residiendo durante la época de la industrialización y ha ido consolidando sus núcleos alrededor de estas áreas.

En Madrid ocurre algo similar, hay barrios dentro de Madrid donde es más sencillo encontrar carnicerías Halal, o comercios donde puedan encontrar velos, ropa adaptada o donde se hacen la ropa para los distintos eventos sociales que se celebran en la cultura árabe. Sin embargo, creemos que es un fenómeno menos consolidado y que es mucho más fácilmente identificable en pueblos próximos a Madrid, que te permiten tener una relación directa con la ciudad, pero donde no te estableces dentro de ella como lugar de residencia.

Además, se observa que está ocurriendo el fenómeno de la gentrificación. A raíz de este fenómeno se observa como a través de procesos de renovación o de urbanización, estas zonas se vuelven de interés para la clase media-alta y que, por tanto, desplaza a los habitantes con menos recursos hacia otras áreas más alejadas de los núcleos urbanos por no poder permitirse la zona. La zona se revaloriza y empieza a ser de gran interés.

Este fenómeno se da en grandes ciudades y es fácilmente observable en algunas ciudades de Europa ya, como pueden ser París o Madrid. Este hecho hace que las personas con menores recursos nunca puedan acceder a un núcleo urbano cada vez más costoso y empuja a las personas hacia la exclusión o marginalización.

No es el fenómeno que tratamos en esta tesis y no es parte central de ella, pero sí que se ha considerado importante mencionarlo porque esto hace que las mujeres sientan un rechazo hacia la sociedad de acogida que no les da la oportunidad de integrarse o de ser parte activa de la sociedad dominante.

“No puedo vivir en el centro, no hay muchas personas que puedan hacerlo y eso no importa; pero es que cada vez mi zona es más cara y posiblemente me tenga que mudar pronto. Muchos de los comercios del barrio están cerrando porque los precios están subiendo y no pueden pagar el alquiler” (Informante 15)

Un buen punto a tener en cuenta para futuras investigaciones y que aquí no se ha analizado, es si la consecuencia de estos fenómenos sociales puede afectar de forma directa a los procesos de aculturación de las mujeres migrantes y a la

estrategia de adaptación utilizada por cada una de ellas para preservar o modificar su identidad en base a los procesos sociales que sufren en distintos ámbitos cotidianos.

Posiblemente tenga una repercusión directa, porque son alejados de los núcleos urbanos y privados de una relación cercana y personal de forma cotidiana y recurrente, sino que se reserva a momentos y situaciones concretas, por lo que puede tener una estrecha causa/consecuencia.

Las mujeres migrantes, por su parte, perciben estos fenómenos porque ya tienen que ir a áreas concretas dentro de la ciudad o los alrededores para buscar la ropa que ponerse, para poder acceder a sus comercios habituales o para encontrar cosas de su cultura que mantienen en su día a día y que no están dispuestas a renunciar a ellas.

CAPÍTULO 8. CONCLUSIONES

Siguiendo por última vez la metodología de Joseph A. Maxwell, las conclusiones han sido construidas siguiendo las preguntas de investigación. Tal y como se ha ido explicando a lo largo de la tesis, se seleccionó la metodología de Maxwell porque permite la interacción de todas las partes de la tesis, el ajuste de ellas en base a los intereses académicos, particulares y profesionales. Las preguntas de investigación constituyen el centro de la investigación y toda la tesis ha sido diseñada a través de ellas. Las conclusiones suponen el final de nuestra investigación, por lo que se intentarán cerrar todos los temas que son relevantes y por los que hemos estado trabajando, del mismo modo que se intentará aportar a la teoría y se intentará corroborar la hipótesis planteada.

Nuestra hipótesis, recordando, se basa en poder demostrar si el consumo genera identidad o cómo el consumo puede modificar la identidad de las personas migrantes. Para acotar el tema de estudio, se decidió hacer la investigación con mujeres migrantes, para intentar demostrar si tanto el género y el hecho de ser migrantes tienen una implicación directa en la (re)creación de las identidades.

Para ello, se han intentado abordar los procesos de aculturación desde una perspectiva de género y centrándonos en analizar la influencia del consumo en las decisiones que las mujeres migrantes han tomado.

Para comprobar cuáles son las similitudes y las diferencias entre las mujeres migrantes, se escogieron tres grupos de estudio diferenciados: mujeres migrantes procedentes de América Latina, del Magreb y de Oriente Próximo y de África Subsahariana. Una vez realizada la investigación, podemos afirmar que hay elementos de la identidad que son comunes para todas y que tienen una fuerte influencia en los procesos de identidad en las mujeres migrantes.

A nivel académico se ha desarrollado la investigación para poder aportar nueva información sobre procesos de aculturación de las personas migrantes, esta vez inter-seccionando los elementos de género y consumo, para arrojar nuevos resultados y nuevas formas de abordar la gestión de las identidades que tan importante es para los procesos de integración de las personas migrantes.

Esta investigación no solamente intenta aportar en el plano académico, sino que además intenta tener un impacto social, intentando construir una sociedad donde se tengan presentes los intereses y las necesidades de las mujeres migrantes para poder entenderlas, para poder apreciar y abrazar las diferencias y para poder construir una sociedad mucho más inclusiva e intercultural.

La investigación se dividió en 8 objetivos principales, estableciendo preguntas concretas para cada objetivo descrito. En las conclusiones lo que vamos a hacer es intentar responder si se han cubierto estos objetivos, en qué medida, y qué es lo que aportamos después de haber realizado toda la investigación.

Me vais a permitir empezar compartiendo el objetivo número cuatro, ya que se basaba en mostrar las técnicas de investigación que se iban a utilizar durante la investigación. Y considero que es importante empezar por aquí porque ayuda a comprender todo lo que se muestra a continuación y nos va a ayudar a encontrar los mejores resultados de nuestra investigación.

Se ha llevado a cabo una investigación de tipo cualitativo. Se eligió una metodología cualitativa porque nuestra pregunta de investigación no iba a poder ser respondida a través de una metodología cuantitativa, porque no nos interesaba tanto un dato numérico, sino más bien esa experiencia de vida que evidencia los procesos de aculturación y los cambios de identidad de las mujeres migrantes en pro de un proceso de integración mucho más llevadero.

La elección de una metodología cualitativa nos ha ayudado a entender y comprender mejor la vida de las mujeres migrantes y poder ahondar en cada una de las casuísticas que se han ido mostrando para cada una de ellas.

Esto es muy relevante, porque si no nos hubiéramos perdido parte del proceso y hubiera carecido de un valor sociológico. Lo que hemos buscado es intentar ser parte de la vida de las mujeres migrantes, poder entender cuál es su experiencia y cómo se relacionan con la sociedad actual, cuáles son sus redes de apoyo y cómo todos estos elementos confluyen y conviven con su identidad anterior de cara a formar una identidad nueva en la sociedad de destino.

Todo esto no hubiéramos podido medirlo exclusivamente de forma cuantitativa.

Hay distintas técnicas que se incluyen dentro de la investigación cualitativa y todas aquellas que hemos seleccionado nos ayudan a tener un conocimiento global y nos han permitido llegar a un grupo de mujeres mucho más amplio de lo que hubiéramos conseguido llegar con otras técnicas. Las técnicas utilizadas han sido el focus group, las entrevistas semiestructuradas y la observación participante.

Es cierto, visto ahora, que los relatos de vida nos hubieran ofrecido una información mucho más profunda y detallada, pero posiblemente no hubiéramos podido ahondar con tanta facilidad en los puntos que verdaderamente nos interesaban.

Es importante señalar, que hemos tenido una serie de limitaciones al acceso a las mujeres informantes y que, por tanto, hemos tenido que ir adaptándonos a las características de cada momento.

En otro lugar, el objetivo número uno era relativo a intentar presentar los distintos grupos de interés para la investigación, mostrando las características diferenciadoras de cada una de ellas.

Los tres grupos seleccionados son interesantes porque nos ofrecen resultados distintos y homogéneos. A través de la investigación se ha visto que no es tan importante de dónde vengas, sino cuál sea la situación que tengas actualmente en la sociedad receptora y que te ayude a tener una mejor integración. Toda la identidad cultural previa ha jugado un papel definitivo en la creación/modificación de la identidad de las mujeres migrantes.

Con un estudio tan amplio geográficamente hablando nos ha dado la oportunidad de hacer una comparación y de poder observar qué es importante para cada una de ellas. Si no hubiéramos hecho una comparativa ampliada, posiblemente no hubiéramos tenido información suficiente para dar respuesta a la hipótesis, pues nos habríamos quedado en un nivel mucho más básico.

Aunque, al mismo tiempo, hemos podido ver que hubiera estado bien también incluir un grupo procedente de Asia, que también tienen una cultura fuerte y marcada y completamente diferenciada. Esta sería una de las limitaciones a nuestro estudio y nos podría servir como una futura línea de investigación.

Esto nos aporta un gran valor añadido, porque empezamos la tesis hablando de la heterogeneidad de los grupos estudiados, y obviamente no podemos decir que sean homogéneos en todos los aspectos, pero sí que se ha visto que no son tan diferentes cuando hablamos de la construcción o reconstrucción de la identidad. Posiblemente sean heterogéneos en la base, pero homogéneos, en muchos casos, en los procesos de aculturación vividos a través de su experiencia migratoria.

Se ha observado, que las diferencias mostradas en los resultados no dependen tanto del grupo al que pertenezcan, sino a la forma en la que se conciben a sí mismas y a qué elementos son importantes para cada una de ellas.

Por eso mismo, aunque sean heterogéneas se ha encontrado mayor similitud en mujeres migrantes de dos grupos distintos que en mujeres migrantes del mismo grupo si ponían énfasis en elementos de la identidad diferentes para construir su identidad en la sociedad receptora.

Esto es algo muy representativo de la investigación, pues aumenta la complejidad de la realidad de las identidades al no poder hablar por grupos cerrados y homogéneos, ya que la identidad cultural previa se ve fuertemente representada o subrepresentada dependiendo de la persona a la que estemos entrevistando.

El objetivo número dos se basaba en definir los problemas que se encuentran las personas migrantes en su experiencia migratoria, con todos los elementos que influyen en la migración, así como la capacidad de adaptación al nuevo contexto cultural y social.

Después de haber realizado nuestra investigación, no podemos hablar de un factor común que haya desencadenado la migración, pues las personas entrevistadas muestran que la decisión que tomaron de abandonar sus hogares fue motivada por multitud de circunstancias, pero podemos decir que, de manera general, en la mayoría de las ocasiones las mujeres migrantes tenían la necesidad de progresar, de mejorar, de tener una vida mejor.

Aunque también nos hemos encontrado con procesos migratorios involuntarios, que han sido motivados por los padres o por distintos familiares y que ellas se han adaptado según las necesidades o la voluntad de sus familiares. Esto podríamos

pensar que ayudaría a que las mujeres migrantes que han crecido en España o en Francia tuvieran más apego a la sociedad receptora, pero, en los casos que hemos visto hemos podido apreciar que los lazos culturales y familiares han hecho que sean fuertemente partícipes de la cultura de origen y que sigan teniendo una estrecha relación con sus raíces.

De esta forma se observa la importancia de la identidad nacional y cultural, que implica mucho más de lo que podríamos observar en un principio.

Aunque es cierto que durante la investigación no centramos la conversación en las entrevistas en el proceso migratorio de las mujeres, fue algo que se comentó pero que no fue la parte más relevante.

En la mayoría de los casos el proceso migratorio fue sencillo, planificado y con una red de contactos en la sociedad receptora. No hemos estado en contacto con mujeres migrantes que tuvieran un proceso migratorio complicado ni que haya tenido un impacto negativo directo en la integración de las mujeres en la sociedad receptora.

Ahora bien, sí que se ha podido corroborar que todas las mujeres migrantes han sufrido procesos de aculturación. Se ha podido observar que en mayor o en menor medida todas las mujeres migrantes han tenido un proceso de aculturación una vez que han llegado a la sociedad de acogida.

En la mayoría de los casos estos procesos no se han hecho de forma consciente y las mujeres no eran del todo conscientes de que los cambios que estaban adoptando en su vida eran parte de una (re)creación de su identidad. Esto es importante, porque no lo han hecho en base a una estrategia deliberada, sino que con pequeñas acciones han intentado acercarse, en la mayoría de los casos, a la sociedad receptora.

Los procesos de aculturación no tienen por qué ser procesos estables ni premeditados, sino que son pequeñas acciones que se van haciendo en el día a día que permiten que las personas tengan una mejor estrategia de integración o que pongan en valor todo lo que han dejado en la sociedad de origen.

En este caso, se han observado ambos extremos. Hemos podido observar que la mayoría de las mujeres han optado por una estrategia similar a la asimilación para intentar tener más oportunidades en la sociedad receptora.

Sin embargo, no hay una homogeneidad a la hora de hablar de las estrategias que han utilizado para su adaptación y aceptación dentro de la sociedad de destino.

- Algunas de las mujeres musulmanas han optado por quitarse el velo y llevar ropa más occidental para poder acceder a distintos puestos de trabajo o para que sus hijos no sufrieran discriminación en el colegio.
- Se ha observado que las mujeres musulmanas de África Subsahariana y del Magreb optan por irse a Francia antes que a España por el tema del idioma. Con esto tienen un primer acercamiento a la sociedad receptora.
- Buscar redes de apoyo. Estas redes de apoyo en la sociedad de destino es uno de los puntos en los que más énfasis se ha puesto durante la investigación porque han supuesto un cambio radical entre una experiencia y otra. En mayor o en menor medida todas han buscado su lugar seguro con personas con las que compartieran características culturales que las acercaran unas a otras.
- Las mujeres de América Latina han sentido que su proceso de integración ha sido algo más llevadero porque se asemejan físicamente a las personas europeas y porque, en algunos casos, ya hablaban la lengua oficial del país de destino.
- Todas han manifestado la dificultad de crear un grupo de amigos exclusivamente de la cultura dominante, lo que las ha llevado a enfatizar en aspectos culturales previos.

En el objetivo 3 buscábamos trabajar cómo han influido el género, la raza, la etnia, la religión, la cuestión política y todos los elementos internos de cada una de ellas en su experiencia migratoria y en su proceso de adaptación en el país de destino.

Como desde el principio hemos elaborado la tesis con un enfoque de género, ha sido un factor importantísimo que ha querido ser justificado en cada paso de la investigación.

Se ha comprobado que el género es un factor clave en el proceso migratorio, ya que sitúa a las mujeres en una posición de mayor vulnerabilidad, normalmente. Pero a lo largo de nuestra investigación hemos visto que podemos tener un poco de todos los casos. El ser mujer influye, en mayor medida, para sentir el sentimiento de abandono hacia la familia, a tener mayores dificultades para integrarse, de tener mayor miedo a lo desconocido, o a contar con las mismas herramientas sociales que los hombres.

Pero, aunque esto pueda ser un factor, no es una norma; al menos no en nuestro caso.

Las mujeres sienten que el género ha sido influyente y desencadenante de su situación actual en el país de destino, pero no tanto como un condicionante de mayor vulnerabilidad (al menos explícitamente percibida) durante el proceso migratorio.

Posteriormente nos planteamos si el lugar de procedencia era importante, porque esto nos ayudaría a justificar la necesidad de tener tres grupos de estudio principalmente diferenciados. En un principio, creo que la respuesta a esta cuestión la tenía absolutamente clara y era un sí. Pero, sin embargo, después de toda la investigación hemos llegado a la conclusión de que depende.

Como se ha comentado anteriormente, buscábamos analizar grupos heterogéneos y nos hemos dado cuenta de que son mucho más homogéneos de lo que pensábamos. Entonces, la respuesta viene más bien determinada por la mujer que haya sido analizada, de cuáles hayan sido sus estrategias de aculturación, de la facilidad de adaptación, etc., mucho más que por su lugar de procedencia.

Es posible que haya colectivos que por cercanía cultural se sientan mayormente identificados con la sociedad de destino y que esto beneficie su proyecto de adaptación e integración, pero, al mismo tiempo, hemos observado que estos mismos colectivos se pueden sentir igualmente lejos y desconectados de su cultura de origen y, por tanto, mucho más de la sociedad de destino.

Esto es muy interesante, porque esta conexión o desconexión que muestran las personas migrantes la observamos, además, en la forma en la que se refieren a

ambos lugares, en la forma que tienen de relacionarse o dónde y cómo han buscado su lugar seguro, su grupo de apoyo.

En un primer momento pensamos, y tampoco estábamos tan equivocados, que el grupo de mujeres de América Latina tendría una integración más dulce o sencilla, pero, sin embargo, nos hemos encontrado con mujeres de África Subsahariana o del Magreb y Oriente Próximo que se sienten muy cómodas en los ambientes occidentales y que han ido adaptando costumbres, formas de vida y vestimenta al país de destino.

Por lo que, aunque sí que influye, no podemos afirmar que las mujeres de un mismo grupo se comportan de forma homogénea solamente por su lugar de origen.

A partir del objetivo número cinco vimos la necesidad de hacer un hilo conductor para nuestra investigación, y no podríamos haberlo hecho de otra forma que utilizando el consumo como generador de identidad. Esta es la idea central de la investigación y lo que hemos intentado revisar en cada paso de la investigación.

Nos preguntamos si era justo afirmar que el consumo facilita la creación de identidad y, finalmente, creo que sería justo afirmar que el consumo ni facilita ni dificulta, sino que es un medio, una forma escogida de acercarte o alejarte a una u otra cultura.

¿Favorece la construcción de la identidad? Pues creo que más bien la reafirma o reafirma todas las decisiones que las mujeres migrantes ya habían tomado anteriormente consciente o inconscientemente.

Pero sí que podemos decir que el consumo es un buen indicador para la construcción de la identidad. ¿Por qué? Pues porque el consumo nos ayuda a entender cuál es la estrategia que las mujeres migrantes han elegido de cara a integrarse en la sociedad de destino o en la cultura dominante. Muchas veces estas elecciones no vienen ligadas a procesos predeterminados ni ellas buscan justificar con estos procesos de compra su identidad, se dan de manera natural y creo que esto los hace todavía mucho más interesantes y necesarios de ser analizados, porque aportan mucha información que de otra forma pasaría desapercibida.

Es importante señalar, que para que el consumo sea indicador de la construcción de la identidad, tenemos que ver qué es lo que compraban antes y lo que compran ahora. Este cambio es el que nos muestra cuáles son los cambios llevados a cabo por las mujeres migrantes.

Analizar sus hábitos de consumo nos ha ayudado a entender a las mujeres migrantes en sus procesos de integración. Posiblemente ellas ni fueran conscientes de este cambio, habían normalizado estas pequeñas acciones, pero demuestra y muestra al resto qué es lo que se quiere mostrar.

Por tanto, podemos afirmar que el consumo te posiciona, te asemeja o diferencia, te ayuda a ser parte del grupo dominante asemejándote y te ayuda en una estrategia u otra.

Posiblemente sea una serie de acciones que se hacen inconscientemente y que da mucha información sobre cada una de las personas, porque no solo es cómo tú te sientes, sino qué es lo que quieres transmitir al resto de las personas.

Es algo muy personal, pero, sobre todo, es una forma de ser parte de un grupo mucho más grande, de una parte del todo. Al mismo tiempo, esto te puede perjudicar con tu red de la comunidad de origen, porque pueden ver un cambio o un distanciamiento y las mujeres migrantes se pueden sentir desconectadas de ambas culturas. Es complejo.

Anteriormente se había analizado en distintos estudios el consumo entendido desde la alimentación, por ejemplo, pero ver cuál es el cambio estético, lo hace mucho más visual de lo que podemos pensar.

Una vez que mantuvimos mantener el consumo como hilo conductor de nuestra investigación, a través del objetivo 6 se intentó mostrar los distintos hábitos de consumo de las mujeres migrantes y cuáles son las limitaciones que se encuentran.

Es cierto que lo primero que hemos observado es que los procesos de compra en la mayoría de las mujeres migrantes se desarrollan por inercia, por una consecuencia lógica de las decisiones que se han ido tomando lentamente. Es algo

que es distinto para cada una de las mujeres migrantes, no podemos decir que todas tengan el mismo patrón de compras, sino que depende de la situación, depende del momento en el que se encuentren, dependen de su círculo social cercano y dependiendo de cuál sea su experiencia previa, tomarán una decisión u otra de cara a los hábitos de consumo, en términos de moda.

Es importante mostrar que la moda es una forma de comunicar en qué punto te encuentras, cómo quieres que los demás te conciban y cómo quieres que te vean, porque eso dará una imagen (al menos ficticia) de quién eres y de cuáles son tus intenciones. Dice mucho más de ti de lo que quieres que diga.

De igual forma no podemos hablar de que todas las mujeres migrantes, hablando por grupos geográficos, tengan lugares fijos de compra. Nos hemos encontrado de todo. Nos hemos encontrado con personas que nos han dicho que en cualquier lugar encuentran algo que puede servir, que siempre hay alternativas y que hay tiendas de referencia que siguen siendo las mismas en su lugar de procedencia y en el de destino, como puede ser Zara.

Pero, al mismo tiempo, sí que nos hemos dado cuenta de que hay mujeres que buscan tiendas especializadas para eventos especiales. Esto sí que es muy significativo, porque los momentos sociales siguen siendo tremendamente importantes para ellas y sí que quieren ir identificadas con su cultura de origen. Estas tiendas especializadas normalmente no se encuentran en los centros históricos de las ciudades, sino en las áreas donde hay mayor concentración de personas migrantes y donde son lugares de referencia.

Hay mujeres que siguen reproduciendo los mismos patrones que tenían anteriormente y hay otras que han decidido cambiar sus hábitos.

Aunque esta cuestión puede resultar un poco ambigua dependiendo de a qué estemos haciendo referencia. Podemos ver que hay muchas mujeres que siguen intentando mantener sus costumbres, sus tradiciones a través de sus hábitos de consumo, pero que, también introducen nuevos elementos que las acercan a la nueva cultura.

Hemos intentado situar el centro de nuestra investigación en torno al consumo, pero sobre todo en torno a la moda. Por lo que hemos intentado observar y entender qué han mantenido y qué han cambiado en sus patrones relacionados con la moda. Muchas de estas mujeres siguen buscando tiendas donde realicen o vendan trajes más tradicionales o donde puedan encontrar complementos adaptados a su cultura/religión. Y, en otras ocasiones, las mujeres han realizado cambios sutiles, quizás sea para momentos determinados, quizás no sea un cambio permanente.

Sobre todo, creo que lo más importante que hemos extraído es que las mujeres migrantes distinguen muy bien qué deben (o pueden) ponerse en su día a día y qué deben llevar en eventos sociales, donde guardan mucho más sus raíces y sus tradiciones.

Esto es lo más representativo, no podemos generalizar, pero tanto las mujeres de África Subsahariana y del Magreb y Oriente Próximo guardan mucho sus raíces para los eventos sociales y cuando comparten con personas de su mismo origen o con las que tienen mayores lazos culturales. Aquí muestran más su identidad de origen.

En este sentido, mujeres del Magreb nos han indicado (y llevado) a tiendas donde se confeccionan los vestidos que llevarán a las bodas, a momentos importantes, etc., y las mujeres de África Subsahariana nos han mostrado que no es algo que lleven todo el tiempo, pero que se confeccionan vestidos con sus telas, colores, estampados, etc., para momentos concretos. Esto es muy representativo.

Creo que es la forma de mantener ambas culturas siendo una misma persona, manteniendo ambos roles.

Por lo que las mujeres migrantes, dependiendo de su lugar de origen, buscan diferenciarse y asemejarse a la sociedad receptora, ambas estrategias se encuentran presentes en cada una de ellas. Pero lo más importante es que los actos son la consecuencia visible de esos cambios interiores a través de las estrategias de aculturación.

Se ha hablado mucho a lo largo de la tesis de que todas estas estrategias de aculturación y todas estas decisiones de compra no hubieran sido posibles si no analizamos primero cuáles son los elementos que generan identidad, o que están

presentes en la identidad de las mujeres migrantes. Es cierto que a lo largo del documento hemos ido dejando conclusiones que bien podrían formar parte de este apartado, pero que consideramos relevante de haberlas mencionado anteriormente y de corroborarnos en este apartado.

Se ha visto, o al menos eso hemos percibido, que el proceso de creación, o (re)creación, de identidad de las mujeres migrantes es un proceso que se da de forma natural, no nos hemos encontrado con ninguna mujer (al menos en nuestro estudio) que deliberadamente haya buscado una estrategia u otra, sino que han ido llevando a cabo acciones que han ido encaminándolas hacia una readaptación de su identidad, aunque posiblemente ni hayan reparado en que algo dentro de ellas estaba cambiando.

Muchos de estos cambios son una respuesta natural a momentos o situaciones que han vivido en su nueva realidad y que las ha hecho, de alguna forma, reaccionar y tomar decisiones de cara a tener una mejor sensación o una mayor estabilidad.

No hablamos solamente a nivel social, también nos referimos a todas las estrategias o acciones que se han puesto en práctica para tener una mayor estabilidad económica.

Hemos observado, sobre todo en mujeres musulmanas, como ellas mismas han identificado que el uso del velo es una barrera a la hora de encontrar trabajo, que supone una limitación, aunque no verbalizada y que han perdido oportunidades laborales por el miedo que muchas personas de la sociedad de destino tiene hacia este accesorio. Este hecho ha podido desencadenar en una reafirmación de su identidad como musulmana o en una adaptación a la sociedad receptora dejando de llevar el velo (en el lugar de trabajo o de forma permanente).

Pero al mismo tiempo esto luego supone un problema, una desconexión con su cultura de origen que puede ver en ella que no es la misma persona y la puede desplazar. Por lo que, normalmente, las mujeres migrantes en esta situación desarrollan dos personalidades o dos identidades, escogiendo la más conveniente en el momento social o vital en el que se encuentre.

Entendemos, que tener un trabajo en la economía formal, ser parte de la sociedad receptora amplía la red de contactos y es un signo de estatus fuera y dentro de su comunidad. Las posiciona a un nivel diferente.

Muchos son los elementos que ayudan a esta creación de identidad y que son enfatizados u olvidados en función de las necesidades de las mujeres migrantes. Sin duda, y sin equivocarnos, podemos afirmar que género, religión, nación, raza, etnia, o cultura son elementos clave a la hora de hablar de identidad, porque fácilmente nos relacionan y nos posicionan y nos hacen parte de un conjunto mucho más amplio.

Ahora bien, ha sido el género el elemento que más hemos tratado, porque al final nuestro trabajo de investigación tenía un enfoque de género y hemos sido especialmente sensibles a esta cuestión. No se ha ahondado en el género como un elemento diferenciador para cada una de ellas, sino que hemos abordado el género desde el inicio, seleccionando nuestra muestra e intentando obtener información interseccional para cada una de ellas en todos los aspectos. Y sí, el género es uno de los factores determinantes de la identidad de las personas, independientemente de si la mujer ha tenido una experiencia migratoria o no.

El género supone una diferenciación, un distinto punto de partida, una situación diferente y una forma de enfrentar las realidades distinta.

El género puede estar ligado, además, a otros elementos que marquen todavía más su carácter diferenciador y que, una vez en la sociedad de destino, influyan de manera determinante a la hora de integrarse o de desenvolverse.

Es por esto por lo que pusimos el género como eje central de nuestro estudio, porque consideramos que las mujeres migrantes sufren una doble vulnerabilidad, por ser mujeres y por ser migrantes y esto tiene un impacto en sus acciones. Es posible que hubiera estado bien ampliar el estudio también a hombres, pero hubiera sido demasiado complejo y nos lo reservamos como una futura línea de investigación.

Toda esta narrativa que hemos tenido a lo largo del documento nos ha ayudado a construir nuestra investigación, a tener claras las líneas de actuación y a poder

centrar nuestros esfuerzos en obtener los resultados esperados de esta investigación.

Una vez analizadas las preguntas de investigación y observado la coherencia de todas ellas una vez expuestas y resueltas de forma conjunta se ha hecho tremendamente necesario ver si nuestra hipótesis, o el objetivo principal de esta investigación se ha cumplido.

Efectivamente, como ya se había demostrado anteriormente, el consumo genera identidad y el consumo es un buen indicador de identidad, pero en esta ocasión, además, podemos afirmar que el consumo en mujeres migrantes es un proceso homogéneo y heterogéneo para cada una de ellas al mismo tiempo. Es un proceso homogéneo porque a través de sus hábitos de consumo muestran al resto de la sociedad aquello que es importante para ellas y cómo se sienten, además de cómo quieren ser vistas, pero es un proceso heterogéneo porque no se utiliza de la misma forma en todas ellas.

Es complicado, sin embargo, observar que dividir a las mujeres en grupos diferenciados nos haya ayudado a obtener resultados diferentes. Lo cierto es que la mayoría de nuestros resultados son generales para todas ellas, son homogéneos, y los patrones son casi los mismos. Poco importa cuál sea la estrategia que elijan, sino que actúan todas reafirmando aspectos culturales que son importantes para ellas y sobreponiéndose al choque cultural a través de acciones que tengan una repercusión directa.

Ni siquiera las mujeres del mismo grupo tienen estrategias iguales, sino que depende de cada persona y del momento vital en el que se encuentre, así como de lo que es importante para ella y cómo quiere ser percibida.

Por otro lado, sí que tenemos que afirmar que hay un factor común, y es que el género ha sido algo determinante para cada una de ellas. Al principio seleccionábamos cada grupo de estudio en base a aquellos elementos que pensábamos que podían arrojarnos distintos resultados: religión para las mujeres árabes, raza para las mujeres de África Subsahariana y cultura para las mujeres de América Latina. Sin embargo, no hemos podido demostrar que estos sean los

elementos principales para estos grupos, sino que se encuentran más o menos presentes en todos los grupos analizados y que forman parte de la identidad de cada una de las mujeres. Bien sea para diferenciarlas, bien sea para asimilarse a la sociedad receptora.

CAPÍTULO 9. LIMITACIONES DEL ESTUDIO Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Es prácticamente imposible, afirmar que el estudio se ha realizado sin ninguna complicación o limitación, ya que no estaríamos siendo fieles a la realidad que se han vivido durante los años que ha durado esta investigación.

En primer lugar, una limitación por mi parte, ya que he tenido que ir adaptando a la investigación a la propia realidad que a mí me estaba tocando vivir y que, por tanto, tendría que modificar mis propios objetivos, ampliándolos o reduciéndolos, para poder desarrollar la investigación en base a mi realidad personal. Desde el inicio de la investigación se ha mencionado que se seguía la metodología de J. A. Maxwell (2019), donde se pone al investigador en el centro de la investigación y se hace partícipe de la propia investigación; por esto mismo, se ha ido adaptando el contexto a la realidad personal y se ha ido viendo a que la investigación también respondiera a los intereses de los investigadores con la presente investigación.

Durante mis años de doctorado he tenido que mudarme de Madrid a París por motivos personales, por lo que se decidió que podía ampliar el ámbito de estudio y hacer una comparación entre los dos países. Esto fue un desafío en un primer momento, sobre todo por no manejar el idioma completamente, lo cual es una limitación y por no tener un control amplio sobre la cultura francesa o la historia de las migraciones en Francia. Pero lo cierto es, que me ha permitido ver cómo las mujeres se integran de manera distinta cuando en el país de destino ya cuentan con una amplia comunidad, cuando tienen mayores apoyos o cuando se comparten elementos culturales que facilitan el proceso de integración.

Por otro lado, vivimos una pandemia, la Covid-19, y tuvimos que adaptarnos y reorganizar todas nuestras prioridades durante un tiempo más largo del pensado en un principio y, verdaderamente, del deseado. Esto supuso un freno, un parón y una reorientación de la investigación, ya que la realidad y el mundo se paralizó completamente. Esta situación fue más larga de lo esperado e hizo que el comienzo del trabajo de campo se fuera retrasando y se fuera modificando conforme pasaba el tiempo, pues se observaban nuevas variables que podrían ser igualmente interesantes para el estudio de nuestra investigación.

Todas estas limitaciones podrían estar encuadradas dentro del aspecto personal del investigador y también han sido muy importantes las limitaciones no personales del estudio y que son encuadradas dentro del plano académico.

1. Falta de informantes por parte del grupo de África Subsahariana. Es el grupo menos numeroso dentro de nuestra investigación y fue muy complicado acceder a ellas por falta de una red que apoyara las conversaciones y que nos pudiera servir como punto de partida para la investigación. Finalmente pudo quedar un grupo representativo gracias al Focus Group realizado con mujeres senegalesas en París. Este Focus Group tuvo lugar gracias al Proyecto Erasmus+ Yama en el que se participó en el verano de 2023. Aun así, nos hubiera gustado acceder a mujeres procedentes de otros países y con una experiencia migratoria distinta, así como tener mayor representatividad de mujeres subsaharianas en España que nos permitiera comprender y analizar la diferencia, en el caso de haberla, entre ambos países de acogida.
2. Dificultad de acceso a las mujeres del Magreb y Oriente Próximo. A lo largo de la investigación ha sido el grupo más hermético, ya lo apuntaba Sierra (2016), es un grupo de difícil acceso y muchas veces viene caracterizado por la falta de confianza. En un principio nos costó acceder, pero luego tuvimos la suerte de ir teniendo muchos contactos que nos facilitaban el acceso a otras mujeres tras la experiencia de la entrevista. Muchas de las mujeres a las que entrevistábamos se mostraban en un principio esquivas, nos preguntaban si podían ir acompañadas de maridos/hijos, o no veían qué es lo que podían aportar ellas a la investigación. Finalmente llegó a ser el grupo analizado más numeroso, con diferencia, pero con la sensación de que hay matices, datos que nos hemos perdido o que no han sido compartidos del todo.
3. Presencia del marido/hijos. Como se ha comentado, en algunas ocasiones hemos perdido la oportunidad de entrevistar a mujeres del Magreb y Oriente Próximo, en su mayoría musulmanas, por no permitir la presencia de los maridos o de un familiar directo varón. Básicamente se tomó la decisión de

no permitir que hubiera otro familiar para no condicionar las respuestas de la entrevistada, porque si no corríamos el riesgo de que la entrevista estuviera fuertemente sesgada. Sin embargo, cuando no se realizó entrevista y se hizo un Focus Group nos dimos cuenta de que las mujeres se sentían mucho más cómodas, apoyadas y respaldadas por otras amigas y con una mayor predisposición al diálogo y a pasar un rato agradable.

4. Barreras con el idioma. El idioma ha sido una barrera en ambas direcciones, en algunas ocasiones. Por un lado, el francés no es nuestra primera lengua y, por otro lado, hay muchas informantes que no hablaban bien ni español ni francés y que se ha tenido que recurrir a una tercera lengua, como el inglés, o se ha tenido que buscar la comunicación de una forma alternativa (como con el uso del traductor). Esta barrera lingüística hace que, en algunas ocasiones, se pierda el hilo de la conversación y que la conexión entre la entrevistadora y la entrevistada sea un poco más fría y menos cercana. No ha sido un impedimento para realizar ninguna entrevista, pero posiblemente se han perdido datos relevantes por falta de comunicación.
5. Percepción de sentirse analizadas y juzgadas. Esto ha sido una limitación en sí misma, porque el lenguaje corporal de las entrevistadas, en contadas ocasiones, denotaba que tenían miedo de decir las cosas tal cual las sienten o las piensan por si se puede tener una concepción negativa hacia ellas. Posiblemente este comportamiento venga desencadenado por situaciones o experiencias previas, o incluso por aquellos prejuicios que ellas mismas tienen hacia los ciudadanos de las sociedades de acogida. Ha sido muy importante para nosotros crear un clima de entendimiento, de comodidad, donde cada una de las mujeres encontrara el espacio en el que se encontraban cómodas y seguras, pues sin esto no hubiera sido posible recoger toda la información que se ha recogido durante las entrevistas ni los Focus Group. Se ha observado que, del mismo modo que nosotros podemos tener ciertos prejuicios hacia algunas culturas, ellas tenían la sensación de que no podían llegar a ser comprendidas y que, por tanto, no merecía la pena abrirse tanto.

6. Hacer frente a estereotipos. Ligado al punto anterior, lo primero que las mujeres migrantes han intentado es deshacerse de los estereotipos que han sentido a través de su experiencia migratoria. Esta barrera que se ha ido creando a lo largo del tiempo ha hecho que la percepción que ellas tienen de ellas mismas y que se ha reflejado en su cambio de identidad sea algo a tener en cuenta cuando nos sentamos con ellas a intentar entender su identidad.
7. Superar y romper con la barrera que las personas nos ponemos de forma natural para no mostrar nuestros sentimientos. Ha sido complicado acceder verdaderamente a lo que ellas piensan o sienten, hemos tenido a lo largo de la investigación la impresión de que nos estábamos perdiendo algunos detalles. Esto ha mostrado que las mujeres migrantes intentan protegerse de factores externos que puedan afectarles o hacerles daño, por lo que a la hora de establecer una conexión con las informantes teníamos que intentar desterrar o apartar todos los miedos que ellas tenían para que pudieran darnos la mayor información y lo más fiable posible.
8. Falta de comprensión de los procesos de aculturación. Las mujeres migrantes no son conscientes de todos los procesos que de forma natural sucede cuando se enfrentan a nuevos entornos, con cambios culturales y donde tienen que adaptarse para poder integrarse. Como no son conscientes de lo que sucede, de lo que están viviendo ni de cómo poco a poco adaptan su identidad y su forma de ser para poder parecerse o asumir comportamientos culturales de la cultura dominante, no pueden llegar a comprender el proceso en el que se encuentran y poder manejarlo siendo conscientes de toda la información que el entorno les proporciona y les ofrece de cara a tomar las mejores decisiones posibles.
9. No comprensión del significado de identidad. Las personas migrantes, en su mayoría, nunca se han parado a pensar qué era la identidad, qué aspectos son relevantes o significativos para ellas y, sobre todo, porque esos aspectos son importantes para ellas y cómo pueden manejarlo. Es importante conocernos a nosotros mismos para poder hacer frente a todas las situaciones diarias. Las mujeres migrantes que no han tenido la

oportunidad de reflexionar sobre estos aspectos tienen menos probabilidades de comprender porque se encuentran atrapadas entre dos realidades, entre quienes han sido hasta ahora y quiénes son a partir de su experiencia migratoria; entre quién son y quiénes querrían ser. Es complicado aceptar, además, ciertos cambios que se producen y que pueden no ser agradables para todas las personas que están a su alrededor, porque no son capaces de entender el porqué de cada situación.

10. Falta de apoyo/financiación. Se considera que lo más importante para que las personas se sintieran integradas se debe basar en proyectos que fomenten la integración, que se basen en las necesidades y que sean capaces de entender a cada colectivo con el que se trabaja. Esta falta de apoyo, o incluso, de financiación, hace que las mujeres migrantes se sientan en una situación de desventaja que las hace no estar dentro del grupo dominante y no tener acceso a muchos recursos o a distintas esferas.
11. Falta de una amplia red de contactos. Al no contar con una red de contactos, las mujeres migrantes no tienen acceso a recursos ni a una red fuerte que les ayude con distintos aspectos de su vida diaria. Si las mujeres migrantes contaran con una red de contactos posiblemente tendrían mayores oportunidades y una cantidad más amplia de recursos que serían proporcionados por las personas cercanas. Tener una fuerte red de contactos, además, te hace sentir más protegido, seguro y con la sensación de que siempre habrá alguien para apoyarte o aconsejarte. Hay muchas organizaciones que hacen este trabajo y que están pendientes de las necesidades de las mujeres migrantes, pero, sin embargo, no llegan a ser tan cercanas como para sentirse plenamente seguras y no se encuentran presentes en cada momento del día a día para que no tengan ninguna necesidad sin satisfacer.

A pesar de las limitaciones que se han encontrado, todo este trabajo de campo también ha dejado de manifiesto multitud de aspectos que no se han podido abordar, por falta de tiempo o porque simplemente no formaban parte del objeto de estudio y que se tendrán en cuenta para futuras investigaciones. Ha sido muy

enriquecedor poder ver que esta investigación es una punta de toda la información que se puede extraer en temas de identidad, ya que es un concepto que da para multitud de aspectos.

1. Investigar y comparar mujeres y hombres. Cuando se estableció la investigación se decidió abordarla con perspectiva de género, ya que consideramos que las mujeres son un grupo más vulnerable y que tienen una doble limitación, ser mujeres y migrantes. Sin embargo, a lo largo de la investigación se ha observado que podría ser interesante hacer una comparación entre hombres y mujeres, ya que nos dejaría ver si verdaderamente el género es tan determinante como parece.
2. Diferenciar entre países del Magreb y Oriente Próximo. Sería interesante focalizarnos más en los países del Magreb y Oriente Próximo, ya que son completamente distintos y muchas veces hemos tenido la sensación de que los hemos metido en el mismo grupo cuando nos hubiera gustado dividirlos en más categorías, ya que no son tan parecidos como podríamos pensar. Además, con la situación actual que hay ahora en Europa, con el aumento significativo de migrantes procedentes de esta región y con la hostilidad, que, en muchas ocasiones, se demuestra por parte de la sociedad de acogida, sería necesario ver qué es determinante para cada uno de ellos y por qué de estas diferencias. Si esto es, a su vez, comparado entre hombres y mujeres, tendríamos una riqueza de datos que sería muy positiva para las investigaciones futuras.
3. Atender a los antecedentes culturales o a la clase social de los informantes. Se ha notado que las oportunidades que han tenido cada uno de los informantes ha sido completamente distinto dependiendo de su vida previa, de su clase social, de sus estudios, de su nivel económico o social, así como de su educación y de su dominio con otras lenguas. No se ha tenido en cuenta los antecedentes ni la situación previa de cada una de las mujeres migrantes y sería interesante hacerlo para poder ver por qué se comportan de esa manera y cuáles son los motivos y las razones que hay en cada una de ellas.

4. Segundas y terceras generaciones. No se han atendido a las segundas y terceras generaciones, porque se hubiera hecho la investigación muy amplia y habría que habernos centrado, quizás, en un único grupo de estudio. Estudiar las segundas y las terceras generaciones nos proporcionaría el conocimiento necesario y cómo se comparten las personas migrantes cuando ya tienen establecida una red de contactos. Las segundas y las terceras generaciones están teniendo un papel determinante en los países europeos y están haciendo que la mezcla de culturas y los valores y distintivos culturales estén teniendo un giro para posicionarse en situaciones que sean más inclusivas para todas las culturas que habitan en un territorio.
5. Ampliar los grupos de estudio a mujeres procedentes de Asia. Actualmente la migración procedente de Asia es más numerosa de lo que era anteriormente y consideramos que podría ser interesante ver cómo se comporta la migración asiática en cuanto a procesos de aculturación se refiere.

Agradecimientos

La presente investigación ha sido un camino largo, complicado y con multitud de altibajos que no hubiera sido posible sin el apoyo constante de todas aquellas personas que siempre creyeron en mi trabajo y en que esto algún día sería posible.

A la primera persona que quiero agradecer, y sin la que todo esto no hubiera sido posible, es mi director de tesis, Carlos Ballesteros. Carlos, muchas gracias por tu infinita paciencia, por las buenas palabras a pesar de mi falta de palabra en algunas ocasiones, por aguantar y soportar todos mis retrasos, todas mis desapariciones y todas las veces que no cumplí los plazos, y por hacerlo con una sonrisa y con las palabras adecuadas para darme el empujón que necesitaba. Gracias por ser soporte y guía, por tu buen hacer, por compartir todo tu conocimiento y por llevarme siempre por el buen camino. Desde luego, este trabajo es tanto tuyo como mío.

Y, por supuesto a la Universidad Pontificia Comillas y en especial al Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones. Por darme la oportunidad de haber empezado esta investigación con ellos hace ya casi 5 años, por darme la oportunidad de seguir cuando ya había pasado el plazo. Estas prórrogas han sido lo que necesitaba para compaginar la vida personal y laboral con la investigación. En todos vosotros, y en Mercedes, su directora, especialmente, he encontrado siempre un lugar seguro y una guía en mi investigación. Gracias por poner a la disposición de vuestros doctorandos todos los recursos que tenéis disponibles, por ofrecernos jornadas, cursos, seminarios, conferencias, que nos nutren y nos hacen crecer cada día. He sido muy afortunada de compartir esta experiencia con todo el equipo.

A todos los investigadores con los que he compartido esta maravillosa experiencia que me han hecho crecer como persona y como profesional, pues todos ellos han aportado su granito de arena con sus recomendaciones y enseñanzas en esta investigación.

Y, por último, a mi familia. Gracias por apoyarme, por darme tanto espacio y por entender todo este trabajo.

Bibliografía

Abdallah-Pretceille, M. (1996a). Vers une pédagogie interculturelle. París: Anthropos.

Abdallah-Pretceille, M. (1996b). Pour un autre paradigme de la culture : de la culture à la culturalité, pour en finir avec 'Babel'. En M. Abdallah-Pretceille & L. Porcher. Education et communication interculturelle (pp. 60-69). París: puf.

Abdallah-Pretceille, M. (2011). La pédagogie interculturelle: entre multiculturalisme et universalisme. *Linguarum Arena*, 2 : 91-101.

Ahuvia, A. C. (2005). Beyond the extended self: Loved objects and consumers' identity narratives. *Journal of Consumer Research*, 32(1), 171-184.

Álvarez-Ossorio, et al., "Movilizaciones populares tras las Primaveras Árabes (2011-2021). Catarata, 2021.

Amin, A. (2012). Stratégies identitaires et stratégies d'acculturation : deux modèles complémentaires. *Alterstice*, 2(2), 103-116.

Anderson, B. (1991). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso, trad. Frances: (1996) *L'imaginaire national. Réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*. Paris: La découverte.

Arbib, M. A., & Hesse, M. B. (1986). *The construction of reality*. Cambridge University Press.

Ares Mateos, A. (2015). "Integración, ¿utopía o realidad? El eterno dilema: estudio crítico sobre los modelos de integración", *Revista Estudios Empresariales*, Universidad de Deusto, ISSN 04253698, (147), 26-46., 2015

Ares, A. (2013). El eterno dilema de los modelos de integración: Hacia un modelo de integración mixto desde la perspectiva de las personas migrantes. Universidad Pontificia Comillas.

Baker, S. M., Gentry, J. W., & Rittenburg, T. L. (2005). Building understanding of the domain of consumer vulnerability. *Journal of macromarketing*, 25(2), 128-139.

Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of consumer research*, 15(2), 139-168.

Belkaïd, N., & Guerraoui, Z. (2003). La transmission culturelle: Le regard de la psychologie interculturelle. *Empan*, (4), 124-128.

Bernal, A. (2005). Reconceptualización de la identidad personal y educación para la autodeterminación posible. Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla, Ediciones Universidad de Salamanca.

Berry, J. W. (1980). Acculturation as varieties of adaptation. En A. M. Padilla (Ed.), *Acculturation: Theory, models, and some new findings* (págs. 9-25). Boulder, CO, Westview.

Berry, J. W. (1991). Managing the process of acculturation for problem prevention. En J. Westermeyer, C. L. Williams, A. N. Nguyen, J. Westermeyer, C. L. Williams, y A. N. Nguyen (Edits.), *Mental health services for refugees* (págs. 189-204). Washington, DC: US Government Publishing House.

Berry, J. W. (1997). Immigration, acculturation and adaptation. *International Journal of Applied Psychology*, 46(1), 5-68.

Berry, J. W. (2003). Conceptual approaches to acculturation. En K. Chung, P. Balls-Organista, y G. Marin (Edits.), *Acculturation: Advances in theory, measurement, and applied research* (págs. 17-37). Washington: APA.

Berry, J. W., Kim, U., Power, S., Young, M., y Bujaki, M. (1989). Acculturation attitudes in plural societies. *Applied Psychology*, 38, 185-206.

Berry, J. W., Phinney, J. S., Kwak, K., y Sam, D. L. (2006). Introduction: Goals and research framework for studying immigrant youth. En J. W. Berry, J. S. Phinney, D. L. Sam, y P. Vedder (Edits.), *Immigrant youth in cultural transition: Acculturation, identity, and adaptation across national contexts* (págs. 1-14). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Berry, J. W., Phinney, J. S., Sam, D., y Vedder, P. (2006). Immigrant youth: Acculturation, identity, and adaptation. *Applied Psychology: An International Review*, 55(3), 303-332.

Berry, J. W., Poortinga, Y. H., Segall, M. H., y Dasen, P. R. (2002). *Cross-cultural psychology: Research and applications* (2 ed.). New York: Cambridge University Press.

Blackwell, R., Miniard, P., y Engels, J. (2001). *Consumer Behavior* (9th edition). Mason, OH. Southwestern.

Brewer, M. B. (2001). Ingroup identification and intergroup conflict. *Social identity, intergroup conflict, and conflict reduction*, 3, 17-41.

Brubaker, R., & Cooper, F. (2000). Beyond "identity". *Theory and society*, 29(1), 1-47.

Burke, P. (2006). Lenguas e identidades en los comienzos de la Europa moderna. *Arbor*, 182 (722): 825-829. doi:10.3989/arbor. 2006.i722.70

Camilleri, C. (1989). La culture et l'identité: champ notionnel et devenir. En C. Camilleri & M. Cohen-Emerique (dirs.). Choc de cultures. Concepts et enjeux pratiques de l'interculturel (pp. 21-73). París: L'Harmattan.

Camilleri, C. (1996). Les stratégies identitaires des immigrés. Sciences Humaines. Hors Série, (15): 32-34.

Castells, M. (2005). Globalización e identidad. Cuadernos del Mediterráneo. Barcelona.

Côté, J. E. (2005). Identity capital, social capital, and the wider benefits of learning: Generating resources facilitative of social cohesion. London Review of Education, 3(3), 221-237.

Côté, J. E. & Levine, C. (2002). Identity formation, agency, and cultura. A social psychological synthesis. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

De Fina, A. (2003). Identity in narrative. A study of immigrant discourse. Ámsterdam: John Benjamins.

deschamps, j. c. & p. moliner (2008). L'identité en psychologie sociale. Des processus identitaires aux représentations sociales. París: Armand Colin.

Dere, E., Easton, A., Nadel, L. y Huston, J. P. (comps.) (2008). Handbook of Episodic Memory, Ámsterdam, Elsevier.

Devereux, G. (1972). Ethnopsychanalyse complémentariste. París: Flammarion.

Fournier, S. (1998). Consumers and their brands: Developing relationship theory in consumer research. Journal of consumer research, 24(4), 343-373.

Giddens, A. (2002). Modernidade e identidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

Giménez, G. (1997). *Materiales para una teoría de las Identidades Sociales*. Instituto de Investigaciones Sociales, México: UNAM. Acceso en 02 de febrero, 2022, en <http://www.gimenez.com.mx/index.html>

Giménez, G. (2004). Culturas e identidades. *Revista Mexicana de Sociología*, 66 (n. spe.), 77-99.

Grondin Augustin, G., & Velázquez Vilchis, V. (2015). Análisis de procesos de construcción identitaria en historias de vida. *Estudios de Lingüística Aplicada*, 0(61), 105-138. doi:<https://doi.org/10.22201/enallt.01852647p.2015.61.154>

Gullahorn, J. T. (1963). An extension of the U-curve hypothesis. *Journal of Social Issues*, 19(3): 33-47. doi: 10.1111/j. 1540-4560.1963.tb00447.x

Hammersley, M. y Atkinson, P. (1994). *Etnografía: Métodos de investigación*. Barcelona, Paidós Ibérica.

Hiernaux, D. (2004). ¿Identidades móviles o movilidad sin identidad? El individuo moderno en transformación. *Revista de Geografía Norte Grande*, 34: 5-17. [Versión electrónica. Consulta: 12 de febrero de 2024 en <<http://www.redalyc.org/pdf/300/30003401.pdf>>]

Holt, D. B., & Thompson, C. J. (2004). Man-of-action heroes: The pursuit of heroic masculinity in everyday consumption. *Journal of Consumer research*, 31(2), 425-440.

Jenkins, R. (2004). *Social identity*. London: Routledge.

Joseph, J. E. (2004). *Language and identity: national, ethnic, religious*. Nueva York: Palgrave Macmillan.

Lambert, W E. & Taylor, D. M. (1990). *Coping with Cultural and Racial Diversity in Urban America*. New York: Praeger.

Lee, J., & Soberon-Ferrer, H. (1997). Consumer vulnerability to fraud: Influencing factors. *Journal of consumer affairs*, 31(1), 70-89.

Liberona, N. y Pagnotta, C. (2012). La construcción de una nueva identidad en contexto migratorio. *Imagonautas* 1(2). ISSN: 07190166

Licata, L., & Heine, A. (2012). Introduction à la psychologie interculturelle. De Boeck.

Lombera, R. (1996). La participación social en el ejercicio de gobierno y en la construcción de poder local. Programa de Desarrollo y Gestión Municipal del COPEVI. Democracia, desarrollo y autonomía municipales. Experiencias y propuestas, pp. 13-21.

Lüsebrink, H-J. (1998). Les concepts de "Culture" et d'"Interculturalité". Approches de définitions et enjeux pour la recherche en communication interculturelle. *Bulletin*, 30. Saarbrücken: L'Université de la Sarre.

Lüsebrink, H. J. (1998). Les concepts de "Culture" et d'"Interculturalité". Approches de définitions et enjeux pour la recherche en communication interculturelle. *Bulletin de l'ARIC*, 30.

Lysgaard, S. (1955). Adjustment in a Foreign Society: Norwegian Fulbright Grantees Visiting the United States. *International Social Science Bulletin*, 7, 45-51.

Maxwell, J. A. (1992). "Understanding and Validity in Qualitative Research", *Harvard Educational Review*, 62, págs. 279-300.

Maxwell, J. A. (2019). *Diseño de investigación cualitativa*, Barcelona (España), Editorial Gedisa.

Merton, R. K. (1949). The role of applied social science in the formation of policy: a research memorandum. *Philosophy of Science*, 16(3), 161-181.

Navas, M., García, M. C., Rojas, A., Pumares, P., y Cuadrado, I. (2006). Actitudes de aculturación y prejuicio: La perspectiva de autóctonos e inmigrantes. *Psicothema*, 18, 187-193.

Navas, M., Rojas, A., García, M. C., y Pumares, P. (2007). Acculturation strategies and attitudes according to the Relative Extended Model (REAM): The perspective of native versus immigrants. *International Journal of Intercultural Relations*, 31, 67-86.

O'Driscoll, D., Bourhrous, A., Maddah, M., & Fazil, S. (2020). Protest and State-Society Relations in the Middle East and North Africa.

Pavlenko, A. & Blackledge, A. (eds.) (2004). *Negotiation of identities in multilingual contexts*. Clevedon: Multilingual Matters.

Peñaloza, L. (1994). Atravesando Fronteras/Border Crossings: A Critical Ethnographic Exploration of the Consumer Acculturation of Mexican Immigrants, *Journal of Consumer Research*, Volume 21, Issue 1, June 1994, Pages 32–54, <https://doi.org/10.1086/209381>

Peñaloza, L. (1995). Immigrant consumers: Marketing and public policy considerations in the global economy. *Journal of Public Policy & Marketing*, 14(1), 83-94.

Peñaloza, L. (2010). *Consumer Acculturation*.
<https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem03004>

Peñaloza, L. (2020). Multiculturalism in the new world order: Implications for the study of consumer behaviour. In *Elusive consumption* (pp. 87-109). Routledge.

Peñaloza, L. N. (1989). Immigrant Consumer Acculturation. *Advances in consumer research*, 16(1).

Pérez-Agote, A. (1994). Un modelo fenomenológico-genético para el análisis comparativo de la dimensión política de las identidades colectivas en el Estado de las Autonomías. *Nationalism in Europe. Past and Present. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago*, 307-323.

Peter, J., y Olson, J. (2005). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (7th edition). New York, NY. McGraw-Hill.

Piontkowski, U., Florack, A., Hoelker, P., & Obdržálek, P. (2000). Predicting acculturation attitudes of dominant and non-dominant groups. *International Journal of Intercultural Relations*, 24(1), 1-26.

Reisinger, Y. (2009). *International tourism: culture and behavior*. Oxford: Elsevier.

Saavedra, J. (2007). Adquirir la identidad en una comunidad de objetos: la identidad social dentro de la sociedad de consumo. *Nómadas*, julio-septiembre, número 016. Universidad Complutense de Madrid.

Salazar, j. m. & m. a. salazar (1998). Estudios recientes acerca de identidades nacionales en América Latina. *Psicología Política*, 16: 75-93. [Versión electrónica. Consulta: 28 de julio de 2023 en <<http://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N16-4.pdf>>]

Saldaña, D. (2008). *La aculturación en el consumo. El caso de las familias biculturales México-españolas en la comunidad de Madrid*. (Tesis doctoral inédita). Departamento de Marketing, Universidad Pontificia Comillas.

Sassen, S. (2003). The state and globalization. *Interventions*, 5(2), 241-248.

Schank, R. & Abelson, R. (1987). Guiones, planes, metas y entendimiento. Madrid: Paidós Ibérica.

Schwartz, S. (1992). Universals in the content and structure of values. Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. En M. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 1-65). Orlando, FL: Academic Press.

Schwartz, S. (2001). The Evolution of Eriksonian and Neo- -Eriksonian identity theory and research: A Review and Integration. *Identity: An International Journal of Theory and Research*, 1(1), 7-58.

Schwartz, S. (2004). The tyranny of choice. *The Chronicle of Higher Education*, 50(20), B6.

Schwartz, S. (2007). The structure of identity consolidation: multiple correlated constructs or one supraordinate construct. *Identity: An International Journal of Theory and Research*, 7(1), 27-49.

Schwartz, S. H. (1990). Individualism-collectivism: Critique and proposed refinements. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 21, 139-157.

Sierra Moral, L., & Ballesteros García, C. (2016). Características del consumidor musulmán de nacionalidad marroquí en España.

Sierra, L., Vela, C., & Ballesteros, C. (2013). Musulmanes, judíos y cristianos en la cesta de la compra: Lo profano y lo sagrado a través del consumo. In *Casos de comportamiento del consumidor: reflexiones para la dirección de marketing* (pp. 70-77). Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC. ISBN 978-84-7356-956-9, págs. 70-77

Smith-Castro, V. (2011). La psicología social de las relaciones intergrupales: modelos e hipótesis. *Actualidades En Psicología*, 20(107), 45–71. <https://doi.org/10.15517/ap.v20i107.37>

Smith-Castro, V. (2011). La psicología social de las relaciones intergrupales: modelos e hipótesis. *Actualidades En Psicología*, 20(107), 45–71. <https://doi.org/10.15517/ap.v20i107.37>

Talmy, L. (2003). *Toward a cognitive semantics*. Vols. I y II. Cambridge, MA: mit Press.

Thompson, C. J. (2014). The politics of consumer identity work. *Journal of Consumer Research*, 40(5), iii-vii.

Torregrosa Peris, J. R. (2017). Sobre la identidad personal como identidad social. In *Perspectivas y contextos de la psicología social*. Hispano Europea, Barcelona, pp. 217-240. ISBN 842550659x

Trifonovitch, G. J. (1977). Culture Learning/Culture Teaching. *Educational Perspectives*, 16(4), 18-22.

Van Dijk, T. A. (1999) *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.

Vela, C., & Ballesteros, C. (2012). La influencia de las creencias religiosas en el consumo. Una aproximación desde las tres religiones del Libro. *ICADE. Revista De La Facultad De Derecho*, (83-84), 393–411. Recuperado a partir de <https://revistas.comillas.edu/index.php/revistaicade/article/view/153>

Vertovec, S. (2006). Transnacionalismo migrante y modos de transformación. *Repensando las migraciones. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas*, 157-182.

Weber, M. (1922). *Wirtschaft und Gesellschaft*. Tübingen: Mohr, 1922. Trad. Esp (1944) *Economía y sociedad*. México: FCE.

Zehraoui, A. (1994) *L'immigration de l'homme seul à la falie*. Paris : CIEMI L'Harmattan.

Zimmermann, K. (1994). *Política del lenguaje y planificación para los pueblos amerindios*. Madrid: Vervuert Iberoamericana.

Anexo 1. Interacción de todos los componentes analizados en la investigación.

	Identidad	Elementos de la identidad	Migración	Procesos de aculturación	Consumo	Integración
Identidad			La identidad y la migración son dos elementos que están intrínsecamente relacionados. Se considera que la experiencia migratoria a la que se someten las personas en un momento concreto modifica su comportamiento y les hace tener una perspectiva distinta de quiénes son, qué es lo verdaderamente	Los procesos de aculturación modifican la identidad de las personas. No podemos hablar de procesos de aculturación si no hablamos primero de identidad y de cómo las personas se conciben a sí mismas. Un proceso de aculturación es un proceso por el cual las personas seleccionan aquellos elementos de la identidad y	Es el tema central de nuestro trabajo de investigación, ya que se considera que la identidad y el consumo están intrínsecamente relacionados. El consumo genera identidad, porque la manera en la que consumimos nos ofrece información sobre cómo eres, cómo te defines o cómo te gustaría ser o ser visto. Esto es muy important	Cuando hablamos de integración, hablamos de que una persona se sienta parte de una sociedad, con la que comparte ciertas características y con la que se siente parte activa del grupo dominante. Muchas personas necesitan modificar o adaptar su identidad para poder integrars

			<p>important e para cada uno y cómo se pueden adaptar a la nueva realidad que tienen frente a ellos.</p>	<p>de su realidad que son importantes y modifican su identidad, sus características para adaptarse a las nuevas realidades.</p>	<p>e cuando interrelaciona en contextos de vulnerabilidad, en personas migrantes y cómo modifican su conducta a través de sus hábitos de consumo para adaptarse o integrarse .</p>	<p>e en la sociedad de acogida, pero realmente es un trabajo por ambos lados, ya que la sociedad de acogida tiene que estar dispuesta a acoger a las personas migrantes.</p>
<p>Elementos de la identidad</p>	<p>En la construcción de la identidad de las personas migrantes se integran todos los elementos que conscientemente se escogen para crear y (re)crear la identidad adaptándose a</p>		<p>El proceso migratorio tiene un impacto directo en la identidad de las personas migrantes porque impacta realmente en la gestión de uno mismo para adaptarse a un nuevo</p>	<p>En un proceso de aculturación, se escogen y se descartan elementos de la identidad para poder adaptarse al nuevo contexto social. Los elementos de la identidad que permanecen o que se integran,</p>	<p>El consumo está relacionado con los elementos que integran la identidad, porque cada elemento nos hará tomar una decisión de compra determinada y explicará nuestro</p>	<p>Los elementos de la identidad que seleccionamos y que queremos mantener en su identidad harán que las personas migrantes puedan integrarse mejor en unos contextos</p>

	distintos contextos.		contexto social.	harán que la estrategia utilizada sea distinta en unas personas u otras.	comportamiento como consumidores.	sociales que en otros. Sobre todo, cuando hablamos de integrar elementos de la identidad que sean parecidos o similares a los de la sociedad de acogida.
Migración				Las personas migrantes, voluntaria o involuntariamente, se someten a procesos de aculturación cuando la realidad que les rodea cambia. Tienen una nueva realidad, una nueva cultura, que puede ser más o menos parecida a	Cuando las personas migrantes están en un nuevo contexto, con unas nuevas costumbres, con nuevas tradiciones, con nuevas formas de relacionarse, también se ven obligados a cambiar sus hábitos de	Cuando una persona se enfrenta a la experiencia migratoria, tiene que convivir con las expectativas de lo que espera encontrarse antes del viaje, con lo que realmente sucede una vez

				<p>su cultura y que, por tanto, han de seleccionar qué estrategia quieren seguir para poder adaptarse a la nueva sociedad. Se ha comentado , a lo largo del trabajo, que hay cuatro estrategias de aculturación asociadas a las personas migrantes, y que varían en función del grado en el que las personas decidan mantener o cambiar su cultura original en favor de la cultura de acogida.</p>	<p>consumo. El consumo es un claro indicador de cómo la persona se ha adaptado a la nueva sociedad o si intenta seguir manteniendo costumbres y tradiciones, para no perder esa esencia tras la experiencia migratoria .</p>	<p>que llega a destino. Las personas migrantes buscan sentirse aceptadas e integradas para poder sentirse cómodos en la nueva realidad.</p>
<p>Procesos de aculturación</p>					<p>Los procesos de aculturación y el consumo</p>	<p>Los procesos de aculturación acercan</p>

					<p>están estrechamente relacionados, porque podemos observar a través de los hábitos de consumo de las personas migrantes cuáles son los procesos de aculturación que están experimentando y cómo buscan adaptarse a la sociedad de acogida y a sus costumbres y hábitos. Los procesos de aculturación pueden modificar los hábitos de consumo</p>	<p>a las personas migrantes (posiblemente) hacia procesos de integración. Muchas de las personas migrantes utilizan los procesos de aculturación para compartir más aspectos culturales importantes con la sociedad de acogida y tener mayores puntos en común para ser integrados. Es importante establecer, que no debemos de</p>
--	--	--	--	--	--	---

					<p>para que las personas puedan parecerse en mayor medida a la cultura dominante.</p> <p>En este contexto, observamos el consumo de ropa y de bienes de belleza que claramente acercan o acentúan las diferencias entre ambas culturas.</p>	<p>asimilarnos, sino simplemente encontrar puntos de conexión que acerquen ambas realidades y que permitan un mayor acercamiento</p>
Consumo						<p>El consumo puede significar integración, o puede ayudarnos a mejorar nuestro acercamiento a la nueva sociedad, ya que nos permite comparti</p>

						<p>r con las personas de la sociedad de acogida nuevas características e integrarlas en nuestra forma de ver las cosas y en nuestra forma de relacionarnos con el entorno. El consumo no garantiza una integración, pero ayuda a que las personas puedan sentir que compart en mayores características con el grupo mayoritario.</p>
Integración						