
This is the **published version** of the bachelor thesis:

Sansa Fresnadillo, Marc; Sharifi Ahmadipour, Massoud, dir. La percepció del bar xinès a Canovelles. 2025. (Grau en Sociologia)

This version is available at <https://ddd.uab.cat/record/321243>

under the terms of the  license



Facultat de Ciències Polítiques i Sociologia

Treball de Fi de grau

La percepció del bar xinès a Canovelles

Autor: Marc Sansa Fresnadillo

Tutor: Massoud Sharifi Ahmadipour

Data: 26/05/2025

Grau en Sociologia

Resum: El fenomen del traspàs de bars a immigrants xinesos a Espanya reflecteix una transformació en el sector de l'hostaleria, marcant una evolució respecte als tradicionals negocis ètnics. Aquest estudi explora la percepció de la població de Canovelles envers aquests bars. L'ús d'entrevistes semiestructurades (n=5) i observació participant permet analitzar la construcció social de la percepció cap als bars regentats per xinesos mitjançant tres eixos analítics: els imaginaris socials, la figura de l'estranger i els processos d'estigmatització. Els resultats mostren com els imaginaris socials (amença, hermetisme, desconfiança), la construcció de l'estranger (postcolonial) i els estigmes (treball, brutícia, antipatia, màfies) interactuen per perpetuar una divisió simbòlica entre bars xinesos i autòctons, encara que amb contradiccions entre el discurs i la pràctica observada.

Paraules clau: Bar xinès, Estigma, Imaginari social, Estranger, Percepció social.

Resumen: El fenómeno del traspaso de bares a inmigrantes chinos en España refleja una transformación en el sector de la hostelería, marcando una evolución respecto a los tradicionales negocios étnicos. Este estudio explora la percepción de la población de Canovelles hacia estos bares. El uso de entrevistas semiestructuradas (n=5) y observación participante permite analizar la construcción social de la percepción hacia los bares regentados por chinos mediante tres ejes analíticos: los imaginarios sociales, la figura del extranjero y los procesos de estigmatización. Los resultados muestran cómo los imaginarios sociales (amenaza, hermetismo, desconfianza), la construcción del extranjero (postcolonial) y los estigmas (trabajo, suciedad, antipatía, mafias) interactúan para perpetuar una división simbólica entre bares chinos y autóctonos, aunque con contradicciones entre el discurso y la práctica observada.

Palabras clave: Bar chino, Estigma, Imaginario social, Extranjero, Percepción social.

Abstract: The transfer of bar ownership to Chinese immigrants in Spain reflects a transformation in the hospitality sector, marking an evolution beyond traditional ethnic businesses. This study examines local perceptions of these Chinese-run bars in Canovelles through semi-structured interviews (n=5) and participant observation. The analysis explores the social construction of perception through

three analytical frameworks: social imaginaries, the figure of the 'foreigner,' and stigmatization processes. Findings reveal how social imaginaries (threat, insularity, distrust), the postcolonial construction of foreignness, and stigmas (labour exploitation, uncleanliness, unfriendliness, mafia associations) interact to perpetuate a symbolic divide between Chinese and local bars, despite observable contradictions between discourse and practice.

Key words: Chinese bar, Stigma, Social imaginary, Stranger, Social perception.

Índex de continguts

1. Introducció.....	4
2. Estat de l'art.....	5
3. Marc Conceptual.....	8
4. Metodologia.....	12
5. Marc analític	13
6. Anàlisi	15
6.1 Plantejament de la anàlisi.....	15
6.2 Els imaginaris socials	15
6.3 L'estranger	20
6.4 L'estigma.....	23
7. Conclusions	28
8. Bibliografia.....	30
9. Annex	33
9.1 Guió d'entrevista.....	33
9.2 Llistat de codis.....	33

1. Introducció

El traspàs de bars a població immigrant xinesa, és un fenomen que, a primera vista, sembla haver-se intensificat en els darrers anys. Aquest tipus d'immigrants, qui tradicionalment s'han desenvolupat en el mercat de treball a través de negocis de caràcter ètnic, com han estat els restaurants de menjar xinès o els basars, han entrat amb força en aquest altre gran sector de l'economia espanyola, els bars.

Actualment, és habitual trobar bars gestionats per persones xineses en qualsevol de les grans ciutats d'Espanya o dels seus voltants. La percepció que es té sobre el sorgiment d'aquest fenomen social, ha rebut una atenció molt superficial per part dels científics socials.

L'estudi aquí plantejat, pretén servir com a un primer pas exploratori cap a la comprensió de la percepció social envers aquests bars i les persones que els regenten. A través d'una metodologia qualitativa, fent ús d'entrevistes semiestructurades i observació participativa, s'intenta donar sentit de la construcció d'aquesta percepció per part de població de Canovelles.

El treball s'estructura en diversos apartats, començant per una visita a l'estat de l'art, el qual elabora un paradigma general de les aportacions acadèmiques que s'han fet fins ara en relació amb el tema. Tot seguit, el marc conceptual defineix els conceptes clau que fonamenten l'anàlisi. A continuació, com ja ha estat mencionat, es presenta la metodologia emprada, la qual justifica la mostra i les tècniques emprades. El següent apartat és el marc d'anàlisi, el qual estableix els codis utilitzats per l'anàlisi. Seguidament, es passa a l'anàlisi, on s'extreu i es presenta els resultats. Finalment, les conclusions recullen una síntesi dels resultats i una reflexió del seu abast, així com possibles línies de recerca futures.

2. Estat de l'art

Una gran quantitat d'estudis, presenten el “com” i el “quan” de la migració xinesa a Espanya. Per exemple, Sáiz, A. (2005), fa una anàlisi cronològica de la migració d'aquest tipus a Espanya. Atorga especial atenció a la formació dels nínxols econòmics ètnics, que articulen els empresaris immigrants xinesos. Tot plegat, aplica també una perspectiva de gènere i posa de manifest el paper de les dones xineses immigrants en aquest context. Aquestes són el grup immigrant amb més emprenedoria fins i tot per sobre dels seus compatriotes homes. Aquest tipus de recerques, no resten totalment separades de la que ens ocupa. Sáiz, A. (2005), ens dona la possibilitat de situar en el temps i l'espai la migració xinesa a Espanya. Les causes sent: la saturació del negoci familiar xinès a la resta d'Europa i el fet que Espanya és un país fortament lligat al turisme, on els primers models de restaurants xinesos triomfen. També és per això, que la major part d'aquest tipus de població se situa en les zones espanyoles més turístiques.

Aquesta mateixa autora també separa la migració provinent del nord (població urbana amb alt nivell d'educació) de la del sud, sent aquesta darrera la que estableix negocis familiars. Tot i això, qualsevol immigrant de Xina es reconeix l'un amb l'altre mitjançant l'ús de la llengua, i és aquesta la que actua com un element de cohesió tant en el país destí com en el país d'origen, no només pels immigrants, sinó que ho és especialment per les segones generacions (Sáiz, A. 2005).

En línies similars a les d'aquesta investigadora, trobem l'estudi de les xarxes de parentesc (Moraga Reyes, J. 2015; Jin Y. & Gómez Pellón, E. 2023). Es pot interpretar les xarxes de parentesc com el capital social necessari per a dur a terme i mantenir el procés migratori. L'estudi més revelador en aquest sentit és el de Jin Y. & Gómez Pellón, E. (2023), on es fa una anàlisi qualitativa en diverses famílies immigrades, posant el focus aquest cop en les connexions familiars recurrents per a realitzar la migració, així com en l'activitat econòmica realitzada en funció d'allò en què treballa la resta dels vincles personals. El capital social és determinant en el procés migratori des del moment de la decisió. Aquest mateix estudi recalca que existeix una àmplia definició del parentiu dels immigrants xinesos. Es pot tractar

des d'un familiar llunyà fins a algú originari de la mateixa zona quan es refereix a parentiu. Rellevant pel tema d'estudi, s'hauria de veure els motius rere l'emprenedoria de l'immigrant xinès. Les autores, apunten que són les filles dels immigrants xinesos qui emprenen nous negocis mentre que els fills hereten el negoci familiar. Així doncs, aquest també és un dels principals motius segons els quals són les dones qui gestionen els bars majoritàriament, ja que la major part de negocis en funcionament són restaurants i basars.

També en aquesta mateixa línia, ha aplicat una perspectiva de gènere Sáiz, A. (2011). Les estratègies productives i reproductives que tenen les dones immigrants xineses, venen determinades pel capital social, i ho fan tant en origen com en destí. Circumstancialment, les dones immigrants s'encarreguen del treball reproductiu d'altres compatriotes, sigui en origen o en destí, i en funció del parentiu, essent el treball en origen molt més estretament lligat a familiars directes en comptes de distants.

Betrisey Nadali, D. (2011), s'endinsa lleugerament en l'estudi dels imaginaris que té la població autòctona amb relació a la població immigrant. Però, no només fa un estudi qualitatiu mitjançant entrevistes sobre la percepció de la població autòctona envers la població xinesa i japonesa sinó que, a més a més, fa una crítica al coneixement expert al voltant de la temàtica. Segons l'autor, existeix una percepció del migrant com a replicant de grans quadres estructurals (la cultura). A la vegada, s'essencialitza a les segones generacions híbrides per explicar les formes de ser diferent. En un nivell més secundari, ens introdueix a l'existència d'alguns imaginaris al voltant de la migració xinesa. Per exemple, la relació que fan els locals entre el tipus de personalitat i la cultura d'origen.

Altres estudis (Aramburu, M. 2002; Nieto, G. 2003), s'endinsen en les imatges que es representa de l'immigrant o les definicions associades, però no acaba d'encaixar amb la recerca que ens ocupa.

Altres estudis, posen el focus en els prejudicis als quals s'enfronten les persones immigrades des de la Xina a Espanya. Entre els més interessants, trobem a Zhang, Q., & Morales, Y. R. (2020). El text presenta quin tipus de relacions de poder de gènere es donen dins les famílies xineses durant el procés migratori. A part, fa un

recull dels estereotips identificats dins l'imaginari autòcton. Complementàriament a aquest text - cal ressaltar – Sun, M. (2018), aplica una perspectiva comunicativa i fa una anàlisi de la construcció o la reproducció dels estereotips des dels mitjans de comunicació de masses en la seva tesi doctoral, on fa una anàlisi de la percepció de la Xina a través de les publicacions d'un cèlebre diari espanyol.

Donant per acabat els estudis que s'han fet en relació amb al tema que ens ocupa, l'estudi que s'ha fet més proper pel que fa a l'espai analitzat, és de Antolin, J. B., & López, A. S. (2013). Es fa un estudi extens sobre el pas de l'ocupació en restaurants de menjar de caràcter ètnic a bars autòctons. L'alta densitat de bars en la societat espanyola és un gran nínxol de mercat sobre el qual la població immigrada xinesa veu l'oportunitat de guanyar-se la vida. Tot i que el bar és un dels principals espais de relació social, és prou senzill gestionar la clientela, ja que aquesta acostuma a ser fixa amb un consum poc variable i extens. Això facilita a una persona que es troba en procés d'aprenentatge de l'idioma i la cultura, la gestió del negoci. Per altra banda, els autors també remarquen com la posició de servei que adopta la població xinesa en la gestió de bars, tot i que aquests siguin tradicionalment gestionats per locals, no suposa una amenaça per a la població autòctona, ja que manté la posició de servei. Malauradament, no existeix menció a la percepció que es té d'aquest fenomen. Si més no, habilita una bona base de la qual partir en cas que existeixi la voluntat d'explicar l'origen del fenomen que es vol estudiar.

3. Marc conceptual

El marc conceptual d'aquesta recerca es basa en tres conceptes que apareixen recurrentment en tots els processos de l'estudi. Aquests tres conceptes són; Imaginari social, estranger i estigma. La integració d'aquests tres conceptes, es planteja com un gran repte, ja que abasten una gran quantitat de literatura, no només en el món de la sociologia, sinó també en altres disciplines com l'antropologia, la geografia o la psicologia, entre d'altres.

Per aterrar el concepte de l'imaginari social, prenc com a referència la definició de Taylor, C. (2002: 106) "L'imaginari social és la manera com les persones imaginen la seva existència social, com encaixen amb els altres, com es desenvolupen les relacions entre ells i els seus companys, les expectatives que normalment es compleixen i les nocions i imatges normatives més implícites que hi fonamenten."

Segons Taylor, els imaginaris estan incrustats en la vida quotidiana en forma de sentit comú. Això es contraposa al coneixement científic, el qual està en possessió d'una petita minoria. Els imaginaris són compartits per grans grups socials o fins i tot societats senceres. L'imaginari social és aquell sentit comú que fa possible practiques comunes i un ampli sentiment de legitimitat.

Per mitjà dels imaginaris, ens podem orientar dins la nostra realitat social sense necessitat d'un "mapa". És la ciència social la que intenta construir aquest mapa. Tenint en compte que la realitat social pot existir independentment de l'estudi d'aquesta, els imaginaris socials existeixen des de molt abans que les persones teoritzaren sobre si mateixes (Taylor, C. 2002).

Lindon, A. (2007: 9), complementa la teoria de Taylor. "Els imaginaris, expressen – en contextos socials particulars – supòsits que no es qüestionen.". S'ha d'entendre els imaginaris com a naturalitzacions de la vida social no qüestionades.

Així doncs, no es pot identificar als imaginaris com un mirall de la realitat social. Al contrari, els imaginaris s'acostumen a manifestar com a representacions, analogies distorsionades o, fins i tot, es pot construir en absència d'un fenomen. D'aquesta manera, pot ser que el referent de l'imaginari hagi desaparegut i tot i això

aquest pot perdurar en la societat, mantenint la seva capacitat d'influència en les pràctiques socials (Lindon, A. 2007).

En segon lloc, es considera el concepte de l'estranger de Simmel, G. (1908). Simmel defineix l'estranger com el que arriba avui i es queda demà. Es tracta d'una figura liminal en la societat, ja que personifica la confluència del llunyà i el proper. És proper espacialment però llunyà culturalment. Segons Simmel, l'estranger adopta una visió objectiva de la societat, perquè no està influenciat per les característiques i tendències pròpies de l'autòcton. Lligant-ho amb els imaginaris socials, l'estranger no posseeix el sentit comú que comparteix la resta de la societat. L'autòcton acostuma a compartir amb ell només les qualitats més genèriques, mentre que amb altres persones autòctones el diferencien qualitats més específiques.

L'estranger ens sembla proper en la mesura que compartim uns trets generals. Tanmateix, això també fa que se senti llunyà, ja que aquests trets generals els compartim amb moltes més persones. Allò que ens diferencia de l'estranger no s'identifica com una cosa pròpia de la persona sinó que s'associa a l'estranyesa del seu origen, la seva cultura. Així, l'estranger no es percep com un individu, sinó com un tipus determinat d'estranger: enfront d'ell la distància és tan genèrica com la proximitat (Simmel, G. 1908).

Apart de la definició de Simmel, prenc com a referència l'aportació de Karakayali (2006) en el seu treball: *Els usos de l'estrany: circulació, arbitrarietat, secretisme i brutícia*. L'autor ofereix una perspectiva renovada sobre la figura de l'estranger, concebant-lo com un agent estructural en la divisió social del treball. Segons Karakayali, l'estranger no és només un subjecte marginal, sinó un agent al qual se li assignen funcions específiques dins l'ordre social. Els quatre usos que l'autor proposa —circulació, arbitrarietat, secretisme i brutícia— defineixen aquesta funcionalitat instrumental. Aquests usos legitimen no només l'aprofitament del seu treball, sinó també, en un sentit ampli, del seu cos. Aquesta condició revela una vulnerabilitat sociopolítica fonamental: es pot tractar l'estranger d'una manera que no seria admissible en el cas dels autòctons.

Els usos que Karakayali, N. (2006) atribueix a l'estranger s'inscriuen directament en la tradició conceptual iniciada per Simmel. Un dels trets més visibles que defineixen aquesta figura és **la circulació**, entesa com una característica estructural vinculada, històricament, a la seva condició de comerciant. L'estranger, en aquest marc, no només es desplaça, sinó que fa circular: és agent de trànsit de béns, serveis, coneixements, idees o creences. **L'arbitrarietat**, és l'objectivitat de la qual parla Simmel. Com que no és influenciat pel sentit comú local, l'estranger es pot permetre una visió més objectiva de la societat. **El secretisme** ve associat al terme "secret" i implica "privat", "clandestí", "màgic" i "misteriós" Així, s'acostuma a trobar l'estranger en espais socials "secrets" o sensibles, alhora que el seu estatus d'estranger li permet rebre confessions inesperades per part dels autòctons. **La brutícia** és un ús introduït per Karakayali, N. (2006), es caracteritza a l'estranger com a un individu que ocupa professions "brutes" o "vulgars" en la societat moderna. En altres paraules, les tasques a les quals queden relegats, són tasques indesitjables. Això, al seu torn, facilita l'aparença de l'estranger com un ésser indesitjable.

A més a més, presenta la idea de l'estranger postcolonial. Aquest és aquell que típicament és vist provinent d'una nació del "Tercer Món", i que migren a metròpolis d'antics poders colonials. En societats preindustrials, l'estranger apareix com un element modernitzant, mentre que l'estranger modern es caracteritza com massa "tradicional" o "endarrerit". Aquests nous estrangers entomen les tasques més primitives, les més "brutes". (Karakayali, N. 2006)

Finalment, em valdré de l'ús del concepte de l'estigma de Goffman, E. (1963). L'estigma és una relació especial entre atribut i estereotip. L'estigma només entra en joc quan l'atribut indesitjable coincideix o es fusiona amb l'estereotip del grup. Segons Goffman, l'estigma oculta una doble perspectiva: l'individu desacreditat, i el desacreditable. Si l'atribut que l'estigmatitza pot ser amagat, l'estigmatitzat acostuma a transformar-se en desacreditable, mentre que si aquest estigma no és pot o no es vol amagar es torna desacreditat (Goffman, E. 1963).

Sent aquest, un treball sobre les percepcions envers possibles subjectes estigmatitzats, es prova d'identificar quina construcció fan les persones d'aquests possibles estigmes.

La conceptualització d'estigma que es pren com a referent en aquesta investigació és la plantejada per Link & Phelan (2001). L'estigma és manifest quan es dona la confluència dels següents casos:

1. Les persones diferencien i etiqueten les diferències humanes.
2. Creences de la cultura dominant relacionen característiques indesitjables amb les persones etiquetades.
3. Les persones etiquetades són situades en categories distintes per aconseguir cert grau de separació amb "nosaltres".
4. Les persones etiquetades experimenten discriminació i pèrdua d'estatus que conclou en resultats desiguals.
5. L'estigma és totalment dependent de l'accés al poder social, econòmic i polític que permet la identificació de les diferències, la construcció dels estereotips, la separació dels grups en categories diferents i l'exercici de rebuig, exclusió, desaprovació i discriminació.

Des de l'estudi que ens ocupa, es parteix completament d'una perspectiva aliena a les persones que poden rebre l'estigma, ja que no es vol donar sentit a l'experiència del subjecte estigmatitzat sinó de la percepció d'aquest per part del grup normatiu.

Aquests tres grans conceptes interactuen entre si d'una manera força distintiva i interessant. Els imaginaris socials defineixen qui és l'estranger, la posició social que s'imposa a l'estranger habilita l'estigma i l'estigma reforça els imaginaris socials existents.

4. Metodologia

L'estratègia metodològica de que es fa ús és el raonament abductiu, donat que teoria i empíria han anat modificant unes a altres en un procés de retroalimentació. Aquest raonament té una forma de manifestar-se menys constrenyedora que el raonament deductiu i, per tant, genera procediments més prolífers a la lògica del descobriment (Verd Pericàs, J. M., & Lozares, C. 2016: 48).

L'ús de l'etnografia, permet explorar d'una forma molt més profunda els sistemes de valors locals que no pas els instruments d'enquesta estàndards (Kleinman & Hall-Clifford, 2009). A més a més, anteriorment, molts dels autors citats ja han optat per l'ús de les tècniques qualitatives en estudis similars. Així doncs, la metodologia emprada en l'estudi són entrevistes semiestructurades i observació participant.

S'han entrevistat a cinc persones amb un vincle significatiu amb Canovelles, atribut que ha estat determinant en l'elecció de la mostra. Per determinar aquest vincle, es fa ús del concepte de població flotant: "La població flotant és la població que fa ús d'un territori, però de qui el lloc de residència habitual és un altre" (Garrocho, C. 2011) Les persones entrevistades havien de complir el requisit d'habitants de Canovelles o ajustar-se a la definició de població flotant.

En tres casos es va realitzar una primera entrevista, per les quals es va fer servir un model inicial molt poc estructurat, amb l'objectiu de recollir impressions generals sobre el tema i, a partir d'aquestes, dissenyar un guió més precís. Aquest guió revisat es va utilitzar tant en la segona ronda de les tres primeres entrevistes com en les dues restants, per les quals no va caldre una trobada addicional. Tanmateix, és natural que hagin aparegut noves preguntes úniques a cada entrevista, ja que en el context tenia sentit fer-les (Verd Pericàs, J. M., & Lozares, C. 2016: 156).

Pel que fa a l'observació, aquesta es produeix a un bar de Canovelles. L'objectiu d'aquesta observació és identificar els principals elements de la interacció social que s'hi dona en ells. L'observació possibilita conèixer de primera mà l'entorn on es desenvolupa el fenomen estudiat (Verd Pericàs, J. M., & Lozares, C. 2016: 244).

L'observació permet un accés directe a situació social. Pot succeir que allò que es diu no coincideix amb allò que es fa. Ja sigui, perquè s'obvien determinades situacions o perquè no se'n té consciència d'elles (Verd Pericàs, J. M., & Lozares, C. 2016).

Els resultats de les entrevistes i de l'observació, s'analitzen conjuntament per identificar coincidències i discrepàncies. Aquest creuament de dades, mitjançant la tècnica de la triangulació, permet minimitzar els biaixos propis de cada mètode (Denzin, N. K., 1970).

L'objectiu de les entrevistes i l'observació, és veure com es construeix l'imaginari dels bars xinesos, quina percepció es té de l'estranger contemporani (en la mesura del possible) i la possibilitat d'estigma associat a aquests bars o a les persones que els gestionen.

5. Marc analític

A l'anàlisi, apareixen novament els tres conceptes clau de la recerca: imaginari, estranger i estigma.

Tot i que són tres conceptes que podem trobar compartint fronteres, tots tres actuen en plànols diferents de l'anàlisi i conseqüentment necessiten diferents formes de ser abordats.

Els imaginaris se situen en un nivell macro. Orquestren l'opinió dels individus i, per tant, prenen una posició privilegiada dins l'estudi. Per identificar-los, s'han dividit els conceptes en tres apartats per a la codificació de les entrevistes sent aquests les opinions o expressions relacionades amb: bars xinesos, bars autòctons i bars independentment del seu propietari. Això, permet fer el contrast entre els diferents bars i identificar també, allò que es percep com a compartit. El resultat d'això, serà contrastat amb els elements significatius de l'observació. Tot i que els codis utilitzats es diferencien en funció del subjecte al qual es refereix, apareix com interrogant la manera amb la qual s'identifica un imaginari. Tot allò que tingui un component d'imatges, expectatives o relació amb els bars, o les persones que ho

gestionen – i no xoqui amb els codis dels altres conceptes - haurà d'anar codificat per mitjà dels codis prèviament mencionats.

El concepte de l'estranger, ha estat desglossat de tal manera en què es pugui analitzar els usos donats als immigrants estranger a la societat actual, al mateix temps que existeix un codi d'estranger per identificar instàncies on s'explicita la posició liminal d'aquest. Amb això, s'intenta trobar l'espai social que ocupen aquest tipus d'immigrants en la nostra societat.

L'estigma, per la seva banda, es troba en un plànol micro, L'estudi de l'estigma, desvela de quina forma es materialitza la discriminació en la interacció del dia a dia. En l'anàlisi, l'estigma, s'ha fet servir per identificar si es tracta al propietari del bar xinès - o a l'immigrant xinès - com a una persona desacreditable o directament desacreditat. Tot sospesant altres codis que puguin anar apareixent durant l'anàlisi, en funció dels estereotips que s'associen a l'objecte d'estudi.

Així, la interacció d'aquests tres conceptes —imaginari, estranger i estigma— permet desxifrar com es construeixen i reproduïxen les percepcions cap als bars xinesos i les persones que els regenten. Els imaginaris (nivell macro) desvelen les expectatives i prejudicis col·lectius. La categoria d'estranger (nivell meso) exposa els mecanismes socials que delimiten qui és percebut com a "foraster" i com, això, influeix en els usos socials que se'ls dona. Finalment, l'estigma (nivell micro) mostra com aquestes creences es materialitzen en interaccions quotidianes, sigui mitjançant la desconfiança, l'estereotip o la invisibilització. La combinació d'aquests tres nivells d'anàlisi, no només identifica el que es percep, sinó també com i per què es cristal·litzen certes imatges socials.

6. Anàlisi

6.1 Plantejament de la anàlisi

Prèviament a endinsar-nos al treball d'anàlisi, és rellevant mencionar l'abast d'aquesta recerca mitjançant l'explicació dels perfils entrevistats, així com de l'espai on s'ha produït l'observació.

Pel que fa a les entrevistes, com ja s'ha mencionat anteriorment, s'ha entrevistat a cinc persones. D'aquestes, a tres d'elles se les ha fet una segona entrevista. De les cinc persones, tres complien amb un perfil de jove, situant-se entre els 20 i els 25 anys. Entre els joves, trobem a dues dones i un home. Pel que fa a les altres dues persones, trobem a dues entrevistades entre els 55 i els 65 anys, d'aquestes, un home i una dona. Totes aquestes persones, complien amb el requisit de població flotant de Canovelles, sigui com a treballadors, estudiants o simplement habitants. Les entrevistes s'han realitzat quasi totalment en bars, a excepció de la de l'home de més edat, aquesta ha estat al domicili de l'entrevistat.

L'observació s'ha dut a terme en diversos bars de Canovelles i en algunes ocasions en alguns de Granollers. Tot i això, el gran gruix de l'observació s'ha produït en un bar concret de Canovelles. Aquest darrer és regentat per una dona xinesa i porta en funcionament bastants anys. El bar disposa d'una petita terrassa força freqüentada, i d'una interessant vida social a l'interior. La resta de bars similars complien unes característiques similars, tot i que la majoria d'ells disposaven d'una terrassa més àmplia o gran.

A continuació, es dona pas a l'anàlisi de les entrevistes i l'observació. Aquests estaran dividits en els tres conceptes de la recerca: imaginari social, estranger i estigma. A la vegada, es troben subapartats dins de cada apartat per facilitar una presentació estructura del treball d'anàlisi.

6.2 Els imaginari socials

En aquest apartat, es prova de sintetitzar l'imaginari social sobre els bars xinesos, analitzant les idees al voltant d'aquest que articula el sentit comú dels entrevistats, complementat per l'observació realitzada.

Es veurà la construcció que es fa d'idea general de bar, la diferència amb el bar xinès i l'explicació que es dona a l'aparició d'aquests en la nostra societat, entre altres idees.

- **L'imaginari del bar**

E5: *És un lloc social, com un lloc per anar a prendre alguna cosa, per passar la tarda, per desconectar, per passar-t'ho bé, per conèixer gent.*

E3: *Bueno, és com un tema social també anar al bar. Per socialitzar potser. El bar és directament quedar amb amics per prendre alguna cosa. Per mi és el bar.*

E2: *És un lloc, un servei, on tu vas a aprendre alguna cosa, a passar l'estona amb algú, amb els teus amics o tu sol, a llegir o el que tu vulguis. O a prendre el sol, o vas donant un passeig i decideixes parar i en canvi de seure a un banc et seus al bar. O la gent que necessita beure i necessita anar al bar, també.*

El bar s'integra en l'imaginari col·lectiu com un espai central de trobada i vida quotidiana. Es percep com a nucli de sociabilitat on conflueixen les trobades informals i els moments de lleure, convertint-se en un escenari natural per a la interacció social.

El bar no és només un espai de consumició i transacció comercial, adquireix un caràcter simbòlic en el teixit urbà. Aquesta visió es completa amb la seva dimensió multifacètica: acull tant les dinàmiques col·lectives com les pràctiques individuals, funcionant com a prolongació de l'espai públic en la rutina diària.

- **L'imaginari general del bar xinès**

E4: *Los bares que hay aquí son los mismos. Son bares que ha dejado la gente y los han cogido los chinos.*

E5: *Com un bar de sempre. Com a [nom del bar], hi ha uns xinos, però és el bar.*

E1: *Si és típic bar de barri, no ho solen canviar. És a dir, mantenen l'estètica que tenen tots.*

E2: *Sí, potser, com dèiem l'altre dia, un bar d'un xino va molta gent a beure, a jugar a les traga-perres, a estar amb els col·legues allà, una mica de griterio i tot això.*

El bar xinès ocupa un espai liminal. Ni és, ni deixa de ser el bar de tota la vida. És el bar de tota la vida, *però ho porten xinesos*. Es veu, però, quan es parla de bars xinesos, el focus es posa en les persones que gestionen aquests bars en comptes de posar el focus en l'espai de trobada social, com es fa quan es parla de bars en general.

A través de l'observació, s'ha confirmat aquesta continuïtat estètica del bar de tota la vida. Els símbols són els mateixos (a excepció del puntual gat daurat o calendari xinès), els clients semblen ser els de tota la vida i la rutina es perpetua (Antolin, J. B. & López, A. S. 2013).

Els clients encara mantenen llargues converses en relació amb el telenotícies, el diari o els successos recents. La relació amb la propietària se continua mantenint ferma en la majoria d'ocasions, sent una figura referent amb la qual conversar.

- **El bar xinès com amenaça**

E1: *Jo he parlat amb molta gent de Canovelles i el pensament és radical, racista, per dir-ho així. Que ens estan traient els nostres negocis, que ens estan robant l'essència del poble. Pensen d'aquesta forma. Jo no ho veig així.*

E2: *Perquè si ve molta gent de fora a treballar aquí, també... i la gent que hi ha aquí no pot obrir un negoci? I quanta més gent ve de fora i menys poden obrir els d'aquí un negoci, deu haver-hi algo que està malament.*

La proliferació d'aquest tipus de bars, es percep com una doble amenaça. Per una banda, existeix certa sensació de pèrdua de "l'essència del poble". Per altra banda, es percep l'aparició d'aquest tipus de bars com un obstacle per a les persones locals que vulguin posar en marxa un negoci d'aquest tipus.

- **Hermetisme**

E1: *Els xinesos també tenen la seva part delictiva, però és com que la porten per dins. O sigui, si hi ha una baralla entre dues bandes xineses, no és algo que exterioritzin. O sigui, ho porten entre ells i ja està.*

E3: *Sí que és veritat que no molesten per... bueno, no molesten, aquestes no és la paraula... són discrets, van a la seva, però integrar-se no gaire... No. (...) Ells fan la seva vida, fan la seva feina, s'ajuden molt entre ells i ja està.*

E4: *No sé, porque es que no los veo. Me da la sensación de que son como muy cerrados, muy de ellos.*

Els entrevistats assenyalen un caràcter “tancat” dels xinesos. L’incapacitat per escrutar les dinàmiques internes d’aquest col·lectiu alimenta la creença d’una manca de voluntat per integrar-se. Aquesta creença encaixa amb els discursos predominants en els mitjans de comunicació (Nieto, G. 2003). Això, al seu temps, pot derivar en una construcció de l’immigrant xinès com a poc fiable.

- **La desconfiança**

E3: *Sí, hi ha diferencia. Bueno, sí que trecten bé els xinesos, però la confiança que tu podies tenir amb el senyor de tota la vida que parla el teu idioma i que et podies explicar les coses i tal, no és amb el xino. La confiança no és la mateixa. La confiança, res a veure. Els xinesos atenen bé, però punto.*

E4: *Mira, a lo mejor eso es lo que ha cambiado. Tú ibas, hablabas con... Aunque fuera de estos, echabas una parrafada. Pero con los chinos no.*

E5: *Sí, perquè jo anava molt a [nom de bar] abans i em vaig acabar fent amiga de [nom del propietari xinès]. En veritat, les típiques bromes que faig aquí, allà també les podia fer.*

L’imaginari de la confiança en els bars xinesos presenta una paradoxa evident. D’una banda, es reconeix el bon servei i atenció que ofereixen els regents. D’altra banda, persisteix una experiència de distància emocional i cultural que dificulta establir els mateixos llaços de confiança que amb els propietaris autòctons ("no és el mateix que amb el senyor de tota la vida", E3). Aquesta diferència s’atribueix principalment a barreres lingüístiques i culturals.

No obstant això, un dels entrevistats, va mostrar com aquesta barrera pot superar-se amb el temps i el contacte continuat, com demostra el cas d’E5, que va establir una relació d’amistat amb el propietari xinès del seu bar habitual. Aquesta excepció

suggereix que la confiança no és una qüestió ètnica intrínseca, sinó un procés construït a través de la interacció repetida i la superació d'estereotips inicials. Recordar que l'imaginari social no és un mirall de la realitat social (Lindon, A. 2007).

- **L'empitjorament de la cuina**

E4: *Ten en cuenta que tú cuando ibas a un bar, ibas a merendar, te hacían eso. Y ahora los chinos de ahora no es lo mismo. No sabría decirte por qué, pero ya no es... Es que es la cocina. La cocina ya no es la misma. Ellos no cocinan igual.*

E1: *La qualitat de menjar sí que es nota. Per exemple, al bar aquest abans el menjar el feien tot allà al moment. O sigui, menjar de qualitat. Vaig anar un cop a prendre unes tapes, tot congelat.*

E3: *S'adapten a les costums d'aquí. Potser et posen un rètol que fan escopinyes amb salsa d'aquesta de l'espinaler, tot de coses tradicionals d'aquí per guanyar-se la gent d'aquí. Sí que fan. Fan per guanyar-se la gent amb el que ofereixen.*

Els entrevistats, assenyalen una pèrdua de qualitat gastronòmica amb els bars xinesos, tot i que a vegades amb dificultat per precisar les diferències. Aquesta percepció sembla reflectir més una nostàlgia per les pràctiques tradicionals que una anàlisi objectiva, mostrant com l'imaginari es vincula a la identitat local.

En el temps que vaig dedicar a l'observació, vaig haver de dinar en diverses ocasions al bar. El menjar, tot i consistir d'entrepans la majoria de vegades, estava molt bo. A més a més, després de dinar diferents dies, tens descomptes sovint.

Per altra banda, E3 comenta com un dels bars xinesos que freqüenta fa una oferta els caps de setmana amb una estructura de típic vermut. Demostrant, una continuïtat en alguns aspectes de la cuina o el servei que s'ha donat en els bars de tota la vida a Catalunya.

- **Raonament de l'aparició dels bars**

E1: *Per què n'hi ha tants xinos que compren negocis? Pots escoltar que a la china per tot el tema de sobrepoblació... N'hi ha com una prima entre cometes que donen.*

És que si la gent marxa del seu país i obren un negoci a un altre, els pagaven el 30% del negoci o alguna cosa així.

E2: Jo crec que influeix molt això, o sigui, la majoria no tanquen, o sigui, treballen de dilluns a dilluns, saps? I és per algo, per la seva cultura, per l'explotació que hi ha hagut allà, però ja, almenys, ja no estan treballant per algú i ja no estan cobrant una misèria, saps? Ells, jo crec que es conformen en treballar molt, però per ells, i guanyar bé.

E5: Bé, perquè és un negoci que si tens el personal ja des d'un principi el pots iniciar. I també perquè en el seu país jo crec que també es porta molt lo d'estar treballant bars o no. Potser és una cosa que han vingut a fer aquí i ja, no ho sé.

E3: En canvi els xinesos, com que tots fan com abans, que hi van els fills, tots ajuden, doncs potser es poden permetre que els funcioni més o menys el bar. Perquè aquí, si has de començar a pagar gent, malament.

Es construeixen diverses explicacions arran de l'aparició d'aquesta modalitat de bars. Per una banda, existeixen explicacions que provenen de les condicions o els recursos del seu país d'origen, la Xina. En el cas d'E1, relaciona la capacitat que tenen els xinesos de ser propietaris de bars a una ajuda que suposadament dona la Xina als emprenedors a l'estranger, això els possibilita obrir bars mentre els autòctons no s'ho poden permetre. Aquest tipus d'explicacions es poden interpretar de manera adequada per mitjà del concepte d'estranger postcolonial de Karakayali, N. (2006).

Per altra banda, existeixen explicacions al voltant de la xarxa de suport familiar. Tot i que aquesta explicació és bastant propera a la realitat, interpreten l'èxit d'aquests bars tenint en compte només la família més immediata, mentre obliden tota la gran xarxa de relacions dels immigrants i el procés d'aprenentatge pel qual han de passar fins arribar a ser propietaris de bars (Yangmin, J., & Gómez-Pellón, E. 2023).

6.3 L'estranger

Podem esbrinar la construcció que es fa de l'estranger modern a través dels usos que se l'atribueix (Karakayali, N. 2006). En aquesta anàlisi, es divideix en quatre

apartats els quatre usos clàssics i l'aplicació als immigrants xinesos propietaris de bars.

- **Arbitrarietat**

E2: *perquè si mai han estat aquí tampoc pot saber ben bé com és aquí. Però també a vegades t'adones de més coses mirant des de fora (...) I després veuen que hi ha molt d'alcoholisme, que a la gent li agrada molt les terrasses, li agrada molt sortir i prendre alguna cosa o quedar.*

El testimoni d'E2, apunta com l'estranger xinès pot identificar patrons o comportaments socials no tan fàcilment detectables pels locals. Per exemple, l'alcoholisme o la cultura de terrasses. Tanmateix, aquesta perspectiva d'objectivitat no s'ha vist aparèixer gaire durant les entrevistes. D'entre tot els usos a què s'ha associat a l'estranger xinès, l'arbitrarietat ha estat el menys prevalent.

- **Brutícia**

E4: *No, hoy por hoy la gente no tiene ganas de coger un bar, requiere mucha faena. No. Ahora es que cada vez la gente, claro, tener un bar es mucho sacrificio y la gente no está por la labor. Y ya está. Pero aquí, por ejemplo, en Canovellas, los bares que no son de chinos tienen mucha gente también.*

E1: *Però sí que és veritat que després fan feines que en principi no requeririen. Sí, i sobretot feines més precàries, més dures físicament.*

D'una banda, E4 associa la gestió d'un bar amb un esforç excessiu, una feina que la població local ja no està disposada a assumir. La presència de bar xinesos s'explica com una conseqüència d'una disponibilitat per al treball dur que els autòctons rebutgen.

D'altra banda, E1 explicita aquesta divisió en termes de precarietat: els immigrants accepten feines que no requereixen estudis i que són "més dures físicament". Aquesta visió reflecteix la noció de brutícia com a marca d'alteritat: el treball dels xinesos es representa com a menys qualificat, més exigent i, en darrera instància, menys desitjable. La paradoxa rau en el fet que, alhora que es reconeix el seu esforç, aquest es naturalitza com a part de la seva condició d'estrangers, com si la

predisposició al sacrifici fos un tret inherent a la seva cultura i no una resposta a estructures d'exclusió.

- **Circulació**

E3: *Aquesta gent no inverteix en res aquí. Tot ho porten al seu país. Llavors, l'economia d'aquí... No massa. (...) Perquè podem tenir cafeteries per anar a prendre tallats i algun entrepà...*

E1: *El negoci segueix obert, aquesta persona segueix pagant la taxa d'autònoms, i els clients segueixen comprant. En quant a l'economia, no crec que es vegi afectada. En tal cas, els propietaris autòctons sí que es veuen afectats. Però en quant a l'economia en general, mentre el negoci segueixi circulant, per dir així, no crec que es vegi afectada.*

La construcció de l'ús circulatori de l'estranger amb relació als immigrants xinesos que gestionen bars és ambigua. Per una banda, no existeix el típic reconeixement de capacitat circulatoria de béns o serveis que no es poden trobar localment.

Per altra banda, el fet que siguin els xinesos en general qui accedeixen a gestionar bars, genera una impressió generalitzada del fet que si aquests tipus d'estranger no portessin els bars, ningú estaria disposat a fer-ho.

Creant així una paradoxa: els xinesos no aporten res de nou i a la vegada aporten una feina essencial per a la comunitat que possiblement es debilitarà sense ells.

Durant l'observació, es va identificar un altre component de la circulació. Molts dels clients habituals donaven les gràcies en xinès en el moment de pagar o preguntaven com s'aplicaven qüestions del dia a dia a la Xina a la propietària, la qual responia sense problemes en la major part de les vegades. Així, l'ús tradicional de circulació de coneixement per l'estranger se continua donant en els bars xinesos.

- **Secretisme**

Tot i que la literatura acadèmica ha destacat sovint el secretisme com un dels usos clàssics associats a la figura de l'estranger (Karakayali, N. 2006; Simmel, G. 1908), en aquest estudi concret no s'han pogut identificar manifestacions rellevants d'aquest ús ni en les entrevistes ni en l'observació de camp. Per tant, aquest ús

clàssic perd força en el context analitzat, mostrant com les categories tradicionals poden veure's matisades o inoperants depenent del marc concret d'anàlisi i del grup d'estrangers en qüestió.

6.4 L'estigma

Segons la definició de Goffman (1963), s'ha pogut identificar al xinès com un tipus d'estigmatitzat desacreditat. La identificació d'una persona com a xinesa es realitza des del sentit comú. Com ja s'ha vist en l'apartat dels imaginaris socials. En cap moment es posa en dubte la definició de xinès o la possibilitat del terme xinès com a generalització d'un conjunt enorme d'etnicitats.

Quan preguntada per la manera de reconèixer a un xinès, E5 diu el següent: *“Amb el físic de la persona, amb l'accent que té, amb la forma de parlar...”*

Això genera un clima ideal per a l'atribució d'un estigma visible. Un estigma associat a un fenotip concret – sent el fenotip l'atribut – no es pot ocultar de cap de les maneres. Per tant, ens trobem davant d'un grup social desacreditat quan es parla dels xinesos.

Prenent com a referència la definició de Link & Phelan (2001), s'ha identificat els següents estigmes associats als immigrants xinesos propietaris de bars:

- **Els xinesos viuen per treballar**

E1: *Són negocis que requereixen moltes hores. I a la cultura xinesa sí que sé que molta gent viu per treballar. És a dir, surten del llit i l'únic que pensen és treballar, treballar, treballar. Clar, el món de l'hostaleria és un tipus de negoci que et permet això. Perquè, bé, per molts xinesos tu series de fer un treball de 8 hores i pensen i les altres què? Què faig les altres hores del dia? Per això en molts casos decideixen escollir treballs d'aquests, que et permeten treballar de forma treballar mitja jornada. Tot el que puguin. Per això maximitzen ingressos i molt més. És una forma de vida, treballar. (...) La primera impressió és això, que pensen en treballar, treballar, treballar, treballar. Només es fixen en això, que el client està allà, que pagui i que se'n vagi*

E2: *Però sí, jo crec que influeix molt això, o sigui, la majoria no tanquen, o sigui, treballen de dilluns a dilluns, saps? I és per algú, per la seva cultura, per l'explotació que hi ha hagut allà, però ja, almenys, ja no estan treballant per algú i ja no estan cobrant una misèria, saps? Ells, jo crec que es conformen en treballar molt, però per ells, i guanyar bé.*

E3: *Perquè potser tenen una altra manera de veure el treball i ja està. I no els fa res treballar dissabtes, diumenges, festius, sempre. (...) No, no tenen mala reputació, jo crec. No, perquè són persones que no porten problemes, normalment, no es fiquen amb ningú, són molt treballadors, treballen moltes hores i ells fan la seva i no molesten a ningú*

E5: *Està més generalitzat que els xinos venen aquí a currar a invair locals per fer molta producció de feina...*

E4: *No sé, porque es que no los veo. Me da la sensación de que son como muy cerrados, muy de ellos. No, vienen, se ponen un negocio, trabajan, trabajan y ya está.*

El discurs sobre la relació dels immigrants xinesos amb el treball revela un estigma complex que barreja elements d'admiració i exclusió. Els testimonis mostren una visió unidimensional dels xinesos com a éssers que "viuen per treballar" (E1), una característica que es presenta com a inherent a la seva cultura. Aquesta percepció s'articula en tres dimensions principals:

Treballar com a cultura: Els testimonis atribueixen aquesta dedicació al treball a factors culturals o a les condicions al país d'origen. Aquesta explicació essencialista ignora factors estructurals com la precarietat migratòria o les barreres d'accés a altres sectors laborals.

Paradoxa admiració-rebuig: Mentre es reconeix el seu esperit treballador ("són molt treballadors", E3), aquesta mateixa característica serveix per marcar la seva alteritat ("tenen una altra manera de veure el treball", E3). El treball excessiu es converteix així en un marcador d'estrangeria, una pràctica que els diferencia dels "nosaltres".

Deshumanització a través de la feina: Alguns testimonis presenten una visió reduccionista dels xinesos com a meres màquines de producció ("surten del llit i

l'únic que pensen és treballar, treballar, treballar.", E1) ("trabajan, trabajan y ya está", E4). Aquesta representació els nega atributs humans bàsics com la necessitat de descans o l'oci.

L'estigma del treball excessiu opera, doncs, com a mecanisme de frontera simbòlica: mentre s'admira la dedicació laboral, aquesta mateixa característica serveix per justificar la seva posició marginal en la jerarquia social i per negar-los el dret a una existència més enllà del treball. Això, pot lligar-se a l'ús de brutícia de l'estranger, la qual legitima la situació social de l'estranger en els espais socials indesitjables (Karakayali, N. 2006).

Aquesta idea, es contraposa a la realitat. Quan preguntada pel temps que feia que portava el bar, la propietària del bar de Canovelles on s'ha fet l'observació, contestà: "Ya llevo muchos años, mucho trabajo, estoy ya cansada.". El treball no es construeix subjectivament com a desitjable.

- **Els xinesos són bruts**

E5: *Coneixo gent que pensa que aquests bars no hi hem d'anar que són uns guarros que s'estan aprofitant d'aquí que ens estan ocupant lloc que no sé què però jo tot això no ho penso. Però hi ha gent que sí, com la meva mare.*

E2: *Perquè sí que és veritat que hi ha llocs que en plan a Xina doncs sí que les condicions de cuina i tot això doncs són una mica... La higiene no està molt bé amb coses que m'han arribat jo no hi he anat mai i no tinc ni puta idea però amb coses que m'han arribat doncs que és veritat que la higiene no la porten de la millor manera Llavors, per això deuen pillar la reputació aquesta de ho fan guarro.*

Els testimonis revelen un estigma associat als immigrants xinesos amb la manca d'higiene. Aquesta percepció s'articula en diversos nivells discursius que mereixen anàlisi atenta.

Hi ha una distància entre el discurs propi i l'atribuït a altres, el que suggereix que l'estigma està prou estès com per a ser reconegut com a opinió comuna, encara que no sempre assumida de manera personal ("tot això no ho penso", E5)

Per altra banda, es critiquen pràctiques higièniques sense coneixement directe, revelant que es tracta més d'un prejudici cultural que d'una observació empírica. La referència a condicions a la Xina ("a Xina doncs sí que les condicions de cuina...", E2) serveix com a recurs discursiu per universalitzar aquesta associació entre xinesos i manca d'higiene i es pot associar també a la concepció de l'estranger postcolonial (Karakayali, N. 2006).

- **Els xinesos són antipàtics**

E2: *Però no m'agrada perquè són molt bordes. La majoria són molt bordes. O et fan pagar abans, també, en comptes de després...*

E3: *Hi ha un a la plaça de la Corona, a Granollers, que ho porten xinos, però són super amables i ho fan tot boníssim.*

E5: *Porque es que yo creo que no tienes confianza, no... Aparte que ellos tampoco. Es que son unos sosos. Son, no sé, están por la faena y punto pelota.*

E5: *Sí, perquè jo anava molt a [nom de bar] abans i em vaig acabar fent amiga de [nom de propietari xinès]. En veritat, les típiques bromes que faig aquí, allà també les podia fer.*

Aquest estigma està fortament lligat amb l'imaginari de desconfiança i hermetisme envers els immigrants xinesos. Si seguim el model d'interacció entre conceptes, la visió d'hermetisme de l'estranger retroalimenta aquest estigma.

S'entrellacen explicacions al voltant d'una centralitat de la feina pels xinesos que els impedeix establir vincles significatius amb la seva actitud envers els clients. També es generalitza al xinès com a un perfil "borde".

Contràriament, també s'alcen veus en oposició. Malgrat que, alguna d'elles ve condicionada a un reconeixement previ de l'estranger. "Són molt amables, malgrat ser xinesos., E3". L'altre exemple, el que mostra E5, recolza el que s'ha pogut extreure de l'observació. Els propietaris xinesos tracten amb més indiferència als clients nous i amb antipatia oberta aquells clients amb un historial de maltractament al personal o "d'oblits" en pagar. Però, les persones que són clients habituals i

tracten amb respecte al personal acostumen a tenir molt bona relació, fins al punt de conèixer uns a altres personalment i a les seves respectives famílies.

- **Màfies i delinqüència, estigma en dubte**

E2: *Sí, podria ser, per exemple, no tots són mafiosos. Sí que és veritat que hi ha, hi ha molta màfia, però això no vol dir que tots siguin mafiosos.*

E5: *Pues como si fueran mafias que vienen les pagan les montan un negocio y están ahí. Yo me imagino que a verlas haylas, porque hay mafias en todos los lados, pero supongo que una familia...*

E3(quan preguntat pel motiu rere l'emprenedoria dels xinesos): *Deien que per blanquejar, però no ho crec, no ho sé*

E1: *Perquè és un negoci per blanquejar diners. (...) Per exemple, el que he comentat abans del restaurant aquest, que sí o sí sabem tots que és una tapadera, això està confirmat. Però hi ha molta gent que diu, aquest bar és d'un xino, tapadera també. Veus aquell d'allà? També ho és. Hi ha molta gent que ho exagera.*

En últim lloc, sembla haver-hi un parell d'estigmes que es troben en decadència. Sent aquests, l'estigma del local de xinesos com a "tapadera" per blanquejar diners i l'estigma dels locals xinesos com a proximitat de màfies.

Així i tot, cap dels entrevistats va assumir com a seu aquest pensament (quasi en cap moment) i sempre va estar sotmès a un pensar general d'altres persones. Per tant, tot i que els stigmes anteriors semblen complir amb les condicions de Link & Phelan (2001), aquest darrer estigma sembla estar perdent força en tant que sembla allunyar-se de les creences de la cultura dominant.

7 Conclusions

Aquest treball de final de grau ha investigat la percepció social dels bars regentats per persones d'origen xinès a Canovelles, centrant-se en els imaginaris, estigmes i construccions de l'estranger que els envolten. Mitjançant una metodologia qualitativa d'enfocament exploratori, l'estudi ha pogut identificar i analitzar els principals discursos que configuren aquesta percepció en l'àmbit local.

Els resultats permeten identificar els imaginaris locals constituïts per un conjunt ampli d'idees dels bars xinesos, entre les quals podem trobar: el bar xinès com amenaça; l'hermetisme, la desconfiança i l'empitjorament de la cuina. Paral·lelament, entra en contradicció la imatge de trencament entre el bar tradicional i el bar xinès. Els entrevistats plantegen una divisió clara entre el bar autòcton i el xinès, mentre que els resultats de l'observació contradiuen diversos discursos que recolzen aquesta teoria.

A partir de l'anàlisi s'evidencia una construcció de l'estranger com l'estranger postcolonial. Respecte a la definició clàssica de l'estranger, només és manté amb una vigència general l'ús de la circulació i l'ús de la brutícia. Mentre que s'atribueix un ús marginal a l'arbitrarietat, no s'observa ni s'intueix un ús del secretisme.

Finalment, s'ha identificat diferents estigmes associats a la figura del bar xinès i els seus propietaris: L'estigma del treball; l'estigma de la brutícia; l'estigma de l'antipatia i l'estigma de les màfies. Tot i que l'estigma de les màfies sembla trobar-se paulatinament en un estat d'erosió, els altres tres persisteixen, sobretot l'estigma del treball, el qual està tan integrat en el discurs que sembla articular la major part d'aquest.

Donant resposta a la pregunta de recerca "Quina percepció hi ha dels bars xinesos a Canovelles?" la població de Canovelles identifica de manera clara el vincle entre bar i immigrant xinès. Tot i que alguns dels estigmes al voltant d'aquests es troben en estat de decadència, diversos estigmes encara es mantenen fermes i poden derivar en una discriminació envers aquests immigrants. Els usos de l'estranger vigents són aquells relacionats amb l'estranger postcolonial i el comerciant clàssic. Finalment, l'imaginari col·lectiu mostra una clara desconfiança envers els bars

xinesos que es retroalimenta amb els estigmes existents i es legitima per mitjà de la figura de l'estranger.

Limitacions de l'estudi i futures línies d'investigació:

Hi ha diverses limitacions per aquest treball de fi de grau. En primer lloc, la mida reduïda de la mostra suposa un avís de precaució en prendre els resultats com aplicables a la resta de Canovelles. Una situació similar es troba pel que fa a exportar els resultats a la resta de Catalunya. Tot i que el discurs de les entrevistes normalment es referia als bars xinesos en general, l'observació s'ha realitzat en bars de Canovelles i, per tant, amb molta probabilitat poden diferir els resultats en altres territoris. En segon lloc, l'ús d'un marc d'anàlisi concret pot fer variar els resultats. La construcció dels codis d'anàlisi és potser la part més subjectiva de l'estudi i per tant poden aparèixer biaixos no identificats. Finalment, la durada finita d'aquest treball suposa una gran limitació tan per la possibilitat d'expandir en la literatura com per la recollida de dades.

Pel que fa a les futures línies d'investigació existeixen diverses possibilitats. Per una banda, construint sobre la base d'aquest treball de final de grau seria interessant una investigació al voltant de la penetració que té aquesta percepció sobre la subjectivitat dels immigrants xinesos propietaris de bars. Per altra banda, seria aconsellable elaborar en major profunditat aquesta percepció en funció de noves variables independents que no s'han tingut en compte en aquest treball com la classe social, l'edat o el gènere.

8 Bibliografia

Antolin, J. B., & López, A. S. (2013). Del restaurante chino al bar autóctono. Evolución del empresariado de origen chino en España y su compleja relación con la etnicidad. In *Retos y estrategias del empresariado étnico. Estudios de caso de empresarios latinos en los Estados Unidos y empresarios inmigrantes en España* (pp. 85-108).

Aramburu, M. (2002). *Bajo el signo del gueto: imágenes del "inmigrante" en Ciutat Vella*. Universitat Autònoma de Barcelona.

Betrisey Nadali, D. (2011). Imaginarios sobre inmigración y conocimiento experto en el contexto español. *Nómadas*, (35), 229-238.

Denzin, N. K. (1970). *The Research Act: a theoretical introduction to sociological methods* / Norman K. Denzin. Aldine.
<https://doi.org/10.4324/9781315134543>

Garrocho, C. (2011). *Población flotante, población en movimiento: Conceptos clave y métodos de análisis exitosos*. México: Consejo Nacional de Población & El Colegio Mexiquense, A.C.

Goffman, E. (2022). *Stigma: notes on the management of spoiled identity* / Erving Goffman. Penguin Classics. (Obra original publicada l'any 1963)

Karakayali, N. (2006). The Uses of the Stranger: Circulation, Arbitration, Secrecy, and Dirt. *Sociological Theory*, 24(4), 312–330.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2006.00293.x>

Kleinman, A., & Hall-Clifford, R. (2009). Stigma: a social, cultural and moral process. *Journal of Epidemiology and Community Health* (1979), 63(6), 418–419. <https://doi.org/10.1136/jech.2008.084277>

Lindón, A. (2007). La ciudad y la ida urbana a través de los imaginarios urbanos. *EURE*, 33(99). <https://doi.org/10.4067/S0250-7161200700020000>

Link, B. G., & Phelan, J. C. (2001). Conceptualizing stigma. *Annual Review of Sociology*, 27, 363-. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.363>

Saiz Lopez, A. (2011). Mujeres chinas en España: El capital social y su impacto en las estrategias productivas y reproductivas. *Papers : Revista de Sociología*, 97(3), 591-. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v97n3.434>

Moraga Reyes, J. (2015). *La inmigración China en España. Capital social y estructuras de reciprocidad: "Jia"(familias), "Guanxi"(relaciones) y "Mianzi"(cara)* (Doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid).

Nieto, G. (2003). La inmigración china en España: definiciones y actuaciones sobre integración social. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 63, 167-189.

Sáiz López, A. (2005). La migración china en España: Características generales. *Revista CIDOB d'afers internacionals*, (68), 151-163.

Simmel, G. (2012). El extranjero. *Sociología del extraño*, 21-26. (Obra original publicada l'any 1908)

Sun, M. (2018). *La percepción de China desde España: un estudio de su imagen y su cultura a través del periódico El País*. Universidad de Sevilla.

Taylor, C. (2002). Modern Social Imaginaries. *Public Culture*, 14(1), 91–124. <https://doi.org/10.1215/08992363-14-1-91>

Verd Pericàs, J. M., & Lozares, C. (2016). *Introducción a la investigación cualitativa : fases, métodos y técnicas / Joan M. Verd, Carlos Lozares*. Editorial Síntesis.

Jin, Y., & Gómez-Pellón, E. (2023). Redes de parentesco y familias de los inmigrantes chinos en España: estudio de casos. *Revista Obets*, 18(1), 189-.
<https://doi.org/10.14198/obets.22495>

Zhang, Q., Palomino, E. T., & Morales, Y. R. (2020). Las migraciones chinas en España: estereotipos raciales y de género. *Turismo: revista de estudios de Turismo en Canarias*, nº9, 15-33.

9 Annexos

9.1: Guió d'entrevista

1. Què diries que és un bar?
2. Què t'agrada trobar en un bar? Què no t'agrada trobar-te?
3. Quines creus que son les diferències fonamentals entre un bar gestionat per una persona autòctona i un bar xinès?
4. Com ha estat la teva experiència amb els bars xinesos?
5. Per què creus que els xinesos han muntat tants bars? Per què creus que no ho fa la gent d'aquí o altres immigrants?
6. Quin efecte sobre l'economia creus que té l'aparició d'aquests bars?
7. Creus que els immigrants xinesos que tenen bars estan integrats en la societat? Què et fa pensar això?
8. Creus que els xinesos tenen certa reputació?
9. Creus que la gent tracta diferent a un cambrer o propietari xinès que a una persona autòctona?
10. Diries que existeix alguna diferència entre els immigrants xinesos i altres immigrants?
11. Què ha de fer un xinès per ser espanyol?
12. Creus que el panorama dels bars o l'hostaleria ha canviat en els últims anys?

9.2: Llistat de codis

Codis	Cites	Grups de codis
Bar autòcton	17	Imaginaris
Bar xinès	47	Imaginaris
Imaginari compartit	17	Imaginaris
Arbitrarietat	3	Estranger i usos
Brutícia	6	Estranger i usos
Circulació	7	Estranger i usos
Estranger	13	Estranger i usos
Secretisme	14	Estranger i usos
Desacreditable	4	Estigma
Desacreditat	15	Estigma
Rumors immigrant xinès	13	Estigma
Estigma del treball	17	Estigma
TOTAL: 12 codis	TOTAL: 162 cites	TOTAL: 3 grups