

Trinity College

Trinity College Digital Repository

Senior Theses and Projects

Student Scholarship

Spring 2015

La significancia de un corredor hispano comercial: La concentración de negocios latinos añade un sentido de propiedad y poder latinos en la calle Park en Hartford, Connecticut

Mary C. Daly

Trinity College, merrydaily@gmail.com

Follow this and additional works at: <https://digitalrepository.trincoll.edu/theses>



Part of the [Spanish and Portuguese Language and Literature Commons](#)

Recommended Citation

Daly, Mary C., "La significancia de un corredor hispano comercial: La concentración de negocios latinos añade un sentido de propiedad y poder latinos en la calle Park en Hartford, Connecticut". Senior Theses, Trinity College, Hartford, CT 2015.

Trinity College Digital Repository, <https://digitalrepository.trincoll.edu/theses/470>

Trinity College

La significancia de un corredor hispano comercial:
La concentración de negocios latinos añade un sentido de propiedad y poder latinos en la calle
Park en Hartford, Connecticut

Mary Daly

Tesis

Primer lector: Ingrid Robyn
Segundo lector: Anne Lambright

Hispanic Studies

Hartford, Connecticut
© 27 April 2015

Prólogo

Las tiendas pequeñas de la calle Park ofrecen una mirada sobre cómo un enclave étnico comercial puede influir sobre identidad de un grupo dentro de un área metropolitana más grande. La calle Park ha existido como un enclave étnico comercial desde principios de la década 1900, entonces la exploración de la evolución de la calle como un enclave latino será proporcionar una mejor comprensión de cómo los latinos han creado su identidad dentro del área de Hartford. Park Street sirve una base de clientes locales y regionales que buscan productos y servicios latinos. Un estudio de esta calle comercial y local dará lugar a una mejor comprensión de cómo los latinos han creado una presencia bajo la discriminación que recibieron durante su migración e integración en la ciudad de Hartford.

Empecé mi investigación con un conocimiento básico de la cultura latina y la historia urbana de Hartford. Yo sabía que los latinos, y dentro de este grupo, los puertorriqueños consistían en una gran parte de la población de Hartford. Además, la concentración más alta residía en Frog Hollow, y las tiendas locales de Park Street encarnaban la presencia de la cultura latina en Hartford. Por lo tanto, mediante el estudio la evolución de la identidad latina en Hartford, Park Street me dio una visión compleja sobre la importancia y las consecuencias de la presencia de un centro de negocios latinos.

Para empezar mi proceso de investigación del área de la calle Park, empecé entrevistando a diferentes habitantes de la calle y los diferentes actores involucrados. A partir de estas entrevistas, aprendí una variedad de cosas. Les pregunté una variedad de preguntas acerca de dónde eran, por qué están en la calle Park, sus pensamientos sobre la calle, los planes futuros y mucho más. Al principio de mi proceso de entrevista, las entrevistas fueron breves. Una vez que

avancé más con mi investigación, yo tenía la capacidad de hacerles más preguntas. En primer lugar, me di cuenta de que las personas que entrevisté se preocupan mucho con la calle. Algunos que crecieron en la calle, para otros este fue el primer lugar en que se establecieron al llegar a los Estados Unidos, mientras que algunos viven allí a causa de la comunidad latina actual. Yo no sabía la dirección de mi hipótesis en el punto de mis entrevistas, pero lo que me interesaba sobre las entrevistas era la interacción diaria en las calles, y la forma en que describen sus experiencias como un habitante de la calle. Muchos me dijeron, con una sonrisa en su cara, de la amabilidad de la calle, y también que conocían muchas personas mientras caminaban por la zona. Sin embargo, ninguno de ellos consideraban la calle era perfecta—algunos me decían lo que creían deber corregirse para que la calle mejorara. Las entrevistas también me guiaron a diferentes aspectos de la calle en que enfocarme. Algunos de los entrevistados mencionaron las pocas vacantes en la calle, muchos trabajaron con la Spanish American Merchants Association, que me llevó a mirar las organizaciones de la comunidad que han jugado un papel en la calle. Los propietarios también me dijeron con entusiasmo sobre la oferta que tiene la calle Park, fomentando mi comprensión de su inversión en la salud de la calle.

Además, cuando entrevisté a estos habitantes, caminé a su tienda u oficina con el fin de realizar la entrevista. A través de esta experiencia, tuve la oportunidad de experimentar la calle como un peatón, descubrir de primera mano las veredas amplias, llenas de peatones, pobladas. Me sentí como una extranjera mientras caminaba por la calle, en parte debido al hecho de que yo no soy notablemente hispana, y recibí múltiples miradas curiosas y, a veces, preguntas sobre lo que yo estaba haciendo en la calle, de dónde vengo, y por qué estaba allí. Esto fomentó mi comprensión del sentido de propiedad moral que los latinos en la calle poseían.

El ecosistema social de la calle Park me proporcionó un lugar para investigar la importancia de la inclusión, mientras que la sociedad élite es exclusiva. Esto demuestra los beneficios de una sociedad inclusiva debido al crecimiento en los negocios latinos y presencia en la ciudad.

Introducción

55% de los residentes del barrio Frog Hollow viven bajo la línea de pobreza. El 19% no habla inglés, o no habla inglés bien. El ingreso promedio es casi \$40,000 por debajo del promedio de Connecticut (City Data). Sin embargo, la calle Park, una calle prominente del barrio, tiene vigor: “Always energetic. On Saturday traffic is unbelievable with people walking back and forth. There is so much foot traffic here on Park Street. You could go downtown, at 1 o’clock in the afternoon and go to Park Street and it is night and day” (Sierra). Angel Sierra, el dueño de Hispana Visión, describe la razón porque muchos de los habitantes van a la calle Park en Hartford, Connecticut, cada día. Continuamente citada como la fuerza impulsora de Hartford en el *Hartford Courant*, la calle Park sirve como un centro de comercio, especialmente para los hispanos. Esta calle está llena de tiendas locales entre Park Terrace y, la calle Main, que provee un ambiente que los inmigrantes latinos y otros habitantes del área compran productos latinos y satisfagan sus necesidades diarias.

Hartford es una ciudad con una mayoría de inmigrantes y de grupos minoritarios. Sin embargo, el área metropolitana de Hartford ha sufrido un proceso de segregación racial, en gran medida debido a la percepción de las élites blancas con relación a esos grupos, particularmente los inmigrantes hispanos. La calle Park, una de las calles más vitales de Hartford, provee un lugar donde los inmigrantes y ciudadanos hispánicos se sienten incluidos, ofreciéndoles un sentido de comunidad y poder que no experimentan en otras áreas. Esta tesis va a explorar el funcionamiento de la calle Park, como un enclave étnico y un centro de comercio en la evolución de la presencia de la población latina en Hartford. El primer capítulo de esta tesis va a explicar el funcionamiento de la calle Park usando los conceptos de propiedad moral y *habitus*. Las

relaciones que los dueños, peatones, clientes y residentes tienen con la calle y entre sí es muy importante en términos de la cultura, poder y economía. En el segundo capítulo, voy a explicar cómo el lugar de la calle Park ayuda a que los latinos tengan un papel más reconocido en el área metropolitana de Hartford. Organizaciones comunitarias y posiciones de poder se desarrollaron debido a la evolución de un enclave étnico en y alrededor la calle, y, pues, creando así lugares aún más apropiado para el crecimiento de la identidad en el área metropolitana de Hartford. Además, va a hablar sobre la influencia de las tiendas en las vidas económicas de los latinos en la calle. La calle provee un lugar para ganar dinero, un ambiente latino y tiendas con productos latinoamericanos. Por eso, la calle ofrece diversos usos que aumentan la presencia económica y política de latinos en Hartford.

La calle Park mantuvo su presencia en la ciudad como una calle de comercio de inmigrantes o personas de la segunda generación mientras muchos cambios de diferentes calles en la ciudad. En 1920, la calle fue etiquetada como un lugar de comercio en el código de zonificación (Viering 8). En los años 1940, la calle Park era la calle peatonal más popular en Hartford (Viering 1). Durante este periodo, la mayoría de las personas en la calle eran francocanadienses (Bilello). Pero eso iba a cambiar. Los puertorriqueños empiezan a venir a Hartford en los años 1950, pero solamente iban a quedarse temporalmente para trabajar en los trabajos de agricultura (Cruz 166). Los puertorriqueños al principio todavía no habitaban la calle Park. El cambio empieza con el “Federal Housing Act of 1949” que quiso eliminar “substandard and other inadequate housing through the clearance of slums and blighted areas.” (Carswell, 641). Este periodo de muchos cambios en ciudades alrededor de los Estados Unidos consistía en un intento de mejorar las ciudades bajo el concepto de “urban renewal” (Halpern, 64). Cuando los puertorriqueños empiezan a venir en números más grandes, las personas en Hartford

pensaban que ellos no iban a quedarse, como en los años tempranos (Cruz 52). Hasta los años 70, hubo construcciones de autopistas por la ciudad, y la destrucción de diferentes calles que eran consideradas demasiado pobres.

En Hartford, las construcciones de “urban renewal” más notables son “Constitution Plaza” y las autopistas 84 y 91. Estas construcciones afectan mucho la calle Park. Debido a este nuevo diseño urbano y préstamos de Federal Housing Association alrededor de los Estados Unidos, muchas personas blancas (como los francocanadienses) que vivían en Hartford se mudaron a los suburbios. Como discutí más en mi artículo sobre pactos viviendas en títulos de propiedades en Hartford, las minorías no se mudaban porque los excluyeron de la mayoría de estos títulos (Daly). Entre los años 1957-1962, hubo una disminución de 35-40 % de clientes en la calle (Plan Commission Designates Tracts In 3 Areas ‘Suitable for Renewal’). Entonces, el barrio Frog Hollow necesitaba más personas en el lugar. En los años 60, la población de latinos en los Estados Unidos aumenta mucho. Hartford se convierte en uno de los puertos de entrada para los latinos (Frey and Farley 38). Cuando no había más espacio en otras partes de la ciudad como Clay Hill, Frog Hollow provee espacio para expandir. En vez de haber un regreso de personas blancas a Frog Hollow, los puertorriqueños llegaron, un evento que tiene un impacto grande en el lugar, como un artículo del periódico dice en 2002, “The decades following World War II brought an influx of Puerto Rican immigrants to the Park Street area” (Smith).

Ya que la comunidad en Frog Hollow era mayormente latina, había una comunidad segura para latinos, mientras que en el resto de la comunidad de Hartford – no latina – no eran muy aceptados. Un puertorriqueño en una entrevista para el Hartford Courant dice sobre su experiencia en Hartford con personas que no son latinas, “The warmth from the non-Hispanic community was missing. In many ways this is a cold society. Very cold” (Bloom). Cuando los

puertorriqueños llegan a Hartford, ellos tuvieron una variedad de problemas de una ciudad en decadencia. Por un lado, los niveles de crimen en la ciudad estaban aumentando y a los inmigrantes, especialmente los puertorriqueños, se les echaba la culpa por ese aumento. Por un lado, hay una comunidad de puertorriqueños creciendo en Hartford, pero por otro lado, esta comunidad es el único lugar donde los latinos son aceptados de las personas que habitan el lugar en la ciudad de Hartford.

Para analizar la significancia de la calle Park en Hartford, voy a usar algunas teorías en los capítulos siguientes. La teoría de *inclusión a través de exclusión* es importante para el contexto de la evolución de mi tesis. Las personas se sienten incluidas a través de la exclusión cuando las personas se sienten incluidas en un determinado ambiente, pero no en el ambiente de una cultura, ciudad o país en general. Usualmente la inclusión pasa en una comunidad con una concentración de una etnicidad, y la exclusión pasa en los lugares alrededor de esa comunidad étnica (Zukin, Kasinitz, Chen 24). El fenómeno ocupa un papel importante en la calle de Park, porque la calle provee un lugar donde los inmigrantes hispanos y los latinos se sienten incluidos en la sociedad a pesar de ser por lo general rechazados en el área metropolitana.

Este fenómeno ocurre cuando el grupo tiene *propiedad moral* de un lugar, pero lo opuesto ocurre en otros lugares. La idea de propiedad moral es un sentimiento de inclusión y pertenencia que va más allá de los derechos de propiedad. Es un concepto que se aplica a personas que son excluidas de la sociedad, o que no son parte de las élites, cuyo sentido de pertenencia a su grupo ya está dado, en gran medida debido a su capital social y económico – es decir, la propiedad propiamente dicha. Las personas que tienen propiedad moral en un barrio tienen un sentimiento de protección en el barrio, y también un sentido de pertenencia en términos de capital social y económica (Zukin, Kasinitz, Chen 24). La propiedad moral usualmente pasa

en un *enclave étnico comercial*. Los puertorriqueños son el grupo étnico dominante en Hartford, y la calle Park es el centro de comercio de los puertorriqueños y latinos. La gran concentración de latinos en el área crea un mercado para los negocios dirigidos hacia ellos, lo cual estimula este enclave étnico comercial y, a la misma vez, refuerza el sentido de pertenencia a que me refería con el concepto de propiedad moral. La concentración de negocios estimula una *economía de aglomeración*. Este fenómeno pasa cuando hay muchas tiendas en un lugar concentrado, y los clientes de una tienda van a otras tiendas cercanas por la sola razón de que ellas están cercanas y relacionadas. En algunas situaciones, los latinos en la calle Park son citados por ser clientes leales (Sierra; Viering 49). Este ambiente crea un *habitus*. Según Pierre Bourdieu, un *habitus* es un estilo de vida adaptado a las experiencias de la vida de cada día. Los factores que pueden influir un *habitus* de una persona son sexo, raza, clase social, y el tratamiento de la sociedad con relación a la persona o grupo. Los puertorriqueños están concentrados en la calle Park, lo cual crea en ellos cierto *habitus*, y a la vez genera alrededor de ellos y de la calle una determinada percepción por parte de la gente que habita otros espacios dentro y fuera de la ciudad. Las prácticas e intereses son manifestaciones de las influencias del *habitus*. Estas prácticas e intereses de personas de un mismo grupo son similares, porque el grupo está en un ambiente similar y el tratamiento de sociedad es similar.

El espacio, la representación del espacio, y la percepción del espacio son importantes en la vida de un espacio. Según Jane Jacobs, hay ciertas teorías que dictan el éxito de una calle. La primera es la *teoría de la ventana rota*. En esta teoría, se explica la importancia de la apariencia de una calle. Cuando hay un ambiente pobre, por ejemplo, una ventana rota, o algo en la calle destruido, las personas van a tratar el ambiente de malas maneras, y luego, la percepción de la calle va a ser negativa. Cuando el ambiente tiene luces, veredas buenas, y la mayoría de los

edificios están ocupados, los habitantes van a tratar la calle de mejor manera. Otro concepto importante de Jacobs es los *ojos en la calle*. La importancia de los ojos en la calle para mantener un lugar seguro se demuestra en la teoría de Jacobs, “a well-used city street is apt to be a safe street. A deserted city street is apt to be unsafe” (Jacobs, 34). Ella afirma que las personas en la calle servirán de policía natural, manteniendo la zona segura. Tomando estas conceptos, en los capítulos siguientes, voy a explorar cómo el ambiente de la calle Park contribuyen al crecimiento de los latinos en Hartford en términos de su tamaño, poder y impacto económico.

Capítulo I:

La calle Park como una casa para un *habitus* y propiedad moral para los latinos

“The street is very friendly with people walking up and down”, “I know everyone and everyone knows me” (Sierra, López). Aunque esta cita es una exageración de Carlos López, el propietario de El Mercado, una conglomeración de negocios en la calle Park, la premisa básica de estas declaraciones hechas por Sierra y López habla a la naturaleza interactiva social de la calle Park. Ellos han usado estas sentimientos para describir la calle comercial de Park, una calle en un barrio de 15,429 residentes. Estos comentarios expresan la comunidad única que la calle Park provee a sus habitantes, un lugar adonde las personas pueden ir y donde experimentan tradiciones latinas. En la calle, “local shops sustain social interaction” (Zurkin, Kasinitz, Chen, 2). El barrio de Frog Hollow experimentó diferentes etapas de desarrollo hasta llegar a ser la concentración de latinos que es hoy en día. La reunión de latinos en un lugar concentrado en Hartford crea un *habitus* único para ellos que viven y caminan en el área. Este *habitus* crea un espacio donde los latinos sienten incluidos mientras viven en una área metropolitana que, muchas veces, era y es discriminatoria en contra de los latinos. Este espacio es sustentable porque el *habitus* crea un ambiente con una cultura latina deseado en el área metropolitana de Hartford, y hay muchos latinos en el región de los que atrae.

El proceso histórico de la calle

El aumento de puertorriqueños, niveles de crimen, y la disminución de clientes en la calle resultan en resentimiento de los blancos nativos durante los 1960 y en adelante. Este aumento de puertorriqueños en la ciudad de Hartford resultó en más emigración de blancos hacia las afueras

de la ciudad. Este fenómeno se llama “white flight” y pasó en ciudades alrededor de los Estados Unidos. Los nativos blancos se mudaron a los suburbios primero por los préstamos, y luego para escapar de las minorías, los problemas y la pobreza de la ciudad. En la historia de Hartford y muchas ciudades, los inmigrantes siempre han establecido comunidades. Entonces, los puertorriqueños asumieron la calle de Park de los francocanadienses. Al final de los años sesenta, los puertorriqueños se convierten en mayoría en la calle Park, como señala un artículo de 1982, “In recent years, Puerto Ricans have taken over as the largest ethnic group in the Park Street area” (Bilello). Una variedad de factores atraen los latinos en la calle Park y rechazan de otros lugares causando la afluencia de puertorriqueños y latinos.

En parte como resultado de prejuicios sociales, el barrio se convierte en un área de una población mayormente latina debido a la salida de la población blanca que no quiere vivir cerca de latinos (Sacks 2). Los altos niveles de crimen crean preocupación sobre el futuro de la ciudad a los ojos de la población elite en Hartford. Residentes anteriores tienen un sentido de pérdida cuando lugares cambian etnias, porque ellos “have lost their ‘moral ownership’ of the street, a sense of belonging that goes beyond legal property rights, and is based on a deep identification with the culture of space.” (Zukin, Kasinitz, Chen 24). Cuando los puertorriqueños empezaron a mudarse y abrir negocios en la calle Park, sobre todo en los años 70, ellos sintieron la animosidad de los francocanadienses debido a que ellos estaban sacando la propiedad moral de los francocanadienses que anteriormente habitaban la calle Park como su enclave étnico.

Muchos le echan la culpa a los grupos de minorías, y en la calle Park, particularmente los puertorriqueños, debido a su situación social y económica. Para las élites blancas, las personas “buenas” se fueron de la ciudad, y en su lugar, los puertorriqueños y otros grupos de minorías pobres entraron. Frank Ciarleglio, el director de la escuela primaria Dominic Burns en los 70,

describe la calle despedazándose en una reunión de la junta de escuelas públicas, “we are losing too many good people from the city. The Park Street section shouldn’t be allowed to fall apart” (Study of Redevelopment, Hartford Courant). Estas opiniones eran comunes durante el crecimiento de la población de puertorriqueños, y funcionarios de los tribunales de la ciudad se refieren a los puertorriqueños como “un problema” que necesita una solución en los años 50 (Cruz 47). Otro ejemplo de la xenofobia en Hartford se halla en la impresión – un artículo escrito en 1969 de Bill Ryan en el periódico de Hartford Courant llaman a los puertorriqueños “cerdos” y dice que “they ought to go back to hell where they came from” (Cruz 58). Estos comentarios muestran la actitud negativa generalizada en contra de la población que se estaba mudando al área de Frog Hollow, ya que estos comentarios en contra de los puertorriqueños eran en espacios públicos.

Por los años 1980, los niveles de crimen crecieron, y el área tiene percepciones como un lugar peligroso. Además, en los años 1990, la violencia de las pandillas estaba en su apogeo, y eso adicionalmente afecta la percepción de la calle. Este periodo fue citado más tarde en el Hartford Courant como una calle que ha sido “written off for decades as a hopeless, crime-infested slum.” (Condon, Park Street’s Magic Could Revive a City). Algunos eventos de crimen publicados en las noticias creaban una imagen negativa de la calle, que no solo afecta los negocios, sino también retrata a los latinos como una población criminal, y eso no es la verdad. Este estereotipo afecta la relación entre las elites blancas y los latinos, llevando a un artículo en el Hartford Courant en 1997 a hablar sobre las percepciones que tienen los que viven en los suburbios, “the street has a negative image to many people who live outside the city. Many people are reluctant to visit because they think there is still gang violence, a problem that existed several years ago” (Mason). Esta relación entre los suburbios y la ciudad de Hartford donde los

suburbios tiene una percepción negativa de Hartford crea una área metropolitana dividida (Sacks 2).

Exclusión

Hartford sufre del mal planeamiento urbano de las fronteras en el área metropolitana de Hartford, porque creaban barrios y pueblos que son muy aislados raciales entre sí (Sacks 2). Esta segregación afecta la ciudad de Hartford aún más. La ciudad mantiene una “municipal overburden” en que tienen muchas ciudades pobres debido a la brecha de ingreso entre los suburbios y la ciudad de Hartford (Cox 31). Bajos costos de alquiler son típicos en la historia de la calle Park, porque siempre ha sido un lugar de negocios de inmigrantes o un grupo étnico con bajos costos de alquiler. Sin embargo, los prejuicios en contra de los latinos como una población peligrosa resultan en una demanda baja para obtener una propiedad en el barrio, creando aún más costos bajos de alquiler (Bilello). Estos costos bajos de alquiler hacen que muchos latinos de menos recursos se muden al barrio, creando una alta proporción de necesidades de servicios/la capacidad de ingresos con los pueblos de los alrededores. Eso es porque las ciudades pobres reciben el dinero para servicios públicos como escuelas, policía, mantenimiento de las calles, parques, y más, de impuestos de viviendas, y la mayoría de la ciudad de Hartford vive bajo la línea de pobreza, pues creando un menor ingreso fiscal por habitante para Hartford en relación a los suburbios. Por ejemplo, si una escuela tiene menos dinero para cada estudiante que una escuela en los suburbios, la escuela urbana va a proveer un ambiente de aprendizaje peor, creando un ambiente difícil para tener éxito.

La policía también está parcialmente financiada por impuestos a la propiedad, una fuerza que ayuda a disminuir los niveles de criminalidad. Problemas con el crimen en la calle son

presentes hoy, en parte debido a los recursos limitados de la ciudad. Mientras hay reuniones de policía en el Spanish American Merchants Association cada mes para hablar sobre los problemas en la calle que pertenecen a la policía, Carlos López, el dueño de El Mercado, todavía echa la culpa a la ciudad de Hartford por la poca presencia de la policía en la calle. Él dice que la ciudad pone demasiado enfoque y recursos en el centro, donde están las compañías grandes y otros servicios que las élites usan (como Aetna y algunas tiendas caras), “The city hasn’t been very aggressive when it comes to neighborhood areas and that hurts.” (López). Eso podía ser debido a la percepción de la calle como una área de clases bajas, mientras el centro es un lugar en que la ciudad de Hartford, a lo largo de la historia, ha invertido para la sobrevivencia del lugar. A los ojos de López, la ciudad pone su enfoque en los negocios grandes en lugar de barrios llenos de personas pobres. In el libro *Identity and Power* de José Cruz, él también habla de la

“[prevailing] ideology that [Hartford] favors private power...During the 1950s and 1960s, the power of the insurance companies to dictate redevelopment policy, for example, was nearly complete; Constitution Plaza, a complex of office buildings and public space located downtown is a testament to that power.” (Cruz 173).

La tendencia a la inversión en el distrito central de negocios en lugar de otras zonas de Hartford continúa en la actualidad, y la presencia de la policía es un ejemplo de la desinversión. Los propietarios de negocios usualmente defienden una presencia de policía más fuerte porque una calle más segura lleva a más clientes. Según Jacobs, “storekeepers and other small businessmen are typically strong proponents of peace and order themselves; they hate broken windows and holdups; they hate having customers made nervous about safety” (Jacobs 37). La sustentabilidad de los negocios ayuda la calle, y este es el punto de López. Él dice que la presencia de la policía es uno de los cambios más importantes de la calle en los años siguientes para continuar a tener

éxito, porque pues más clientes van a venir a la calle. Sin embargo, la ciudad no tiene los recursos para distribuir la policía en todas partes que necesita la ciudad.

La calle Park como un lugar de inclusión

La calle Park provee un lugar donde los inmigrantes y minorías puede sentirse incluidos mientras viviendo en una sociedad exclusiva. Langston Hughes ha discutido esta idea con base en el barrio de Harlem, Nueva York, porque todas las personas son negras. En un de sus libros, un personaje viviendo en Harlem dice, “I like Harlem because it belongs to me” (citado en Zukin, Kasinitz, Chen 24). Esto habla de la comodidad, la seguridad y la inclusividad que una calle comercial de la localidad puede traer a una persona que ofrece productos y servicios de la misma cultura, sobre todo cuando no tiene la capacidad de experimentar este sentimiento de pertenencia en otros lugares. Más de servicios de bienes, este ambiente provee interacciones con personas que tienen las mismas experiencias, o experiencias similares en el mismo lugar.

“Actions and symbols create a sense that certain groups ‘own’ the street--although their sense of inclusion often signifies the exclusion of others. Moral ownership is most empowering for groups who are excluded from mainstream society and unable to access economic ownership.” (Zukin, Kasinitz, Chen 24). Las acciones de las personas en la calle Park las definen en contraste con las acciones de las personas en West Hartford. Por ejemplo, las personas blancas en West Hartford casi nunca experimentan discriminación de la sociedad elite. Además, ellos típicamente tienen los intereses de la sociedad elite, como hablar inglés, o comprar en Starbucks. Sin embargo, las personas en la calle Park tienen intereses que no se alinean con las élites, y por lo tanto un lugar como la calle Park provee un importante lugar para inclusión. Incluso las tiendas que han servido predominantemente clientes blancos en el pasado tuvieron que transformarse a

fin de mantener su competitividad en el enclave latino. Park Street Hardware provee un ejemplo de la transformación de la calle de francocanadienses a latinos. La tienda “never had Spanish-speaking employees until 10 years ago, so many of its clients would not know how to ask for a broom and hammer. Now the folks at the store know the meaning of escoba and martillo.” (Bloom). En la calle Park, los latinos tenían tal presencia que los de la sociedad en general, en este caso, Park Street Hardware, tuvieron que adaptarse a la propiedad moral latino a través de la contratación de empleados que hablaban español.

Ellos crearon un enclave étnico donde ellos pueden hablar en español, unirse a iglesias latinas, ir a negocios latinos, y otras actividades inclusivas. La discriminación que los puertorriqueños y otros latinos sentían hicieron el medio ambiente en la calle Park pertinente a su crecimiento como una población, social y económicamente. La calle Park sirve como un lugar en que los latinos pueden sentirse aceptados. Por eso, ellos abrieron negocios y crearon una comunidad latina en que algunos dijeron que ellos “feel like they are in Puerto Rico again” o, “feel like you’re in your country when you’re here”, hablando sobre cualquier país de latinoamérica (Raycraft, Gosselin). De esta manera, el país continúa los vínculos de la cultura de un país, y se convierten en una calle donde los latinos tienen un sentido de la propiedad moral que los francocanadienses tenía hacía una década en la calle. Según el American Planning Association,

many communities now use their ethnic identity to create commercial districts and centers that serve not only their populations, but also educate other Americans. The ethnic commercial district is a place where a pronounced cultural identity different from the mass cultural norm is celebrated through commerce. This difference attracts people and this attraction creates value--cultural, economic and community (citado en Viering 52)

Un enclave provee un ambiente similar al país o países de los propietarios en términos de la lengua, los productos materiales y, a veces, apariencia. Además, debido al efecto de multiplicación, un efecto que pasa cuando más personas vienen a un lugar, más personas del mismo *habitus* van a llegar (Zukin, Kasinitz, Chen 7). Para un profesor puertorriqueño en Trinity College, Pablo Delano, la calle Park le ofrece a la comunidad latina productos latinos como los que se encuentran en Nueva York, su casa anterior, pero en una escala más pequeña (Viering 49). Alrededor del mundo, los vínculos sociales, políticos y económicos construyen la migración (Sacks 5). Entonces, cuando los latinos ocuparon la calle Park, abrieron negocios, y formaron relaciones entre sí, más latinos, que tienen la mismas motivaciones de Delano, siguieron.

Habitus

Entonces, una calle local de comercio como la calle Park sirve los intereses de un grupo con diferentes tiendas, y eso perpetúa el *habitus* de las personas que habitan la calle. Eso puede crear una separación entre personas con un *habitus* diferente, pues así creando un *habitus* aún más diferente. Si personas de un *habitus* diferente se reúnen, “they will not get on together, will not really understand each other, will not appeal to one another” (Bourdieu 19). Bourdieu prosigue hablando sobre personas en espacios cercanos, “On the other hand, proximity in social space predisposes to closer relations: people who are inscribed in a confined sector of the space will both be closer (in their properties and in their dispositions, *their tastes*) and more disposed to get closer, as well as being easier to bring together, to mobilize” (Bourdieu, 19). Entonces, la propiedad del espacio a través de concentración de un grupo étnico puede ser buena para un

sentimiento de comunidad y poder, pero, por otro lado, perpetúa la exclusión del resto de la sociedad.

Lugares como El Mercado difunden y popularizan la cultura latina, la creación de una presencia en la comunidad de Hartford. En el libro, *Spaces of Everyday Diversity: The Patchwork Ecosystem of Local Shopping Streets*, los autores afirman que

“From the way it looks, a local shopping street delivers a powerful message about whether a neighborhood is rich or poor, with a majority of one ethnic group or another. This message about the space can be ‘read’ by everyone; it helps to determine who ‘belongs’ there and who, by contrast, is ‘out of place.’” (Zukin, Kasinitz, Chen 13)

El Mercado es ampliamente conocido en todo el área de Hartford como un gran lugar para conseguir comida auténtica de una variedad de países de América Latina. En un artículo del Hartford Courant, “Eddie Perez, executive director of SINA, says that La Plaza del Mercado has become a regional destination from many Latinos in the Northeast” (Raycraft). La comida es una forma generalmente aceptada de la recepción de otras culturas, y a menudo atrae visitantes de afuera para disfrutar de la cocina (Zukin, Kasinitz, Chen 6). Sólo por comer alimentos de los países de América Latina, parte de la cultura y el *habitus* de los latinos y de Park Street se extiende, lo que crea una mayor presencia que se afirma su identidad latina en Hartford.

Los vínculos que unen un grupo frecuentemente resultan de una fuente afuera, que en este caso, es la discriminación de la sociedad que vive en los suburbios de Hartford. El *habitus* de la calle Park forma de las experiencias en que los habitantes de la calle Park se han sentido. Pues, las personas forman el mismo *habitus*. Debido a eso, las personas en la calle Park tienen una posición cultural a través de la solidaridad comunitaria porque ellos tienen los mismos intereses y encuentran problemas similares en sus vidas diarias. Este capital social que un *habitus* con lleva ayuda a la percepción de la comunidad económica y políticamente. Mientras la

calle no es exactamente como un pueblo en el sentido de que cada persona conoce a cada persona como dice López, los habitantes conocen a muchas personas, y el hecho de que ellos habitan la calle Park, creando así un *habitus* genera un sentido de seguridad y el deseo de ayudarse entre sí (Bourdieu 19). Además, personas en contacto cercano son más propensas a ayudarse entre sí también. Estas interacciones sociales fuertes son capital social (Putnam 7). En la calle Park, el capital social puede ser conquistado de muchas maneras diferentes. Ya que hay muchos habitantes en la calle cada día, solo convertirse en un regular en la calle y pasando negocios en la calle frecuentemente puede desarrollar capital social. Las iglesias u otras instituciones religiosas son un método popular para ganar capital social cuando una persona es nueva en un área. En Frog Hollow, hay muchas iglesias de diferentes denominaciones y otras instituciones religiosas que pueden ayudar la búsqueda de comunidad de personas. El capital social de la calle provee un lugar donde personas nuevas que tienen la misma *habitus* pueden sentir cómodo con la ayuda de los conexiones a través de capital social.

Los latinos van a la calle Park porque ellos se excluyen del resto de la ciudad y los suburbios. Además, la calle provee un lugar donde empresarios pueden abrir un negocio de formas baratas y vivir cerca. Cuando muchos puertorriqueños y otros latinos habitan el área, la concentración lleva a más latinos, porque se convierte no solo en un lugar con conexiones, pero también un lugar donde los negocios podían prosperar. Esta proximidad de personas similares crea más semejanzas entre sí, creando así un *habitus* único. Cuando problemas de pandillas y drogas surgieron en el área, ellos se unieron y crearon organizaciones comunitarias para luchar por el éxito de la calle.

Capítulo II:

La Calle Park como un centro de desarrollo económico hispano

Antes de Frog Hollow, Clay Arsenal proveía viviendas para muchos puertorriqueños. Sin embargo, las aperturas y precios de alquiler más bajos en Frog Hollow han atraído los puertorriqueños al área de la calle Park. La historia de la calle como un corredor comercial y sus leyes de zonificación en la década de 1920 la hicieron un gran lugar perfecto para que los latinos abrieran negocios cuando los canadienses franceses se fueron a los suburbios. Este cambio ocurrió con muchas protestas de la elite blanca en Hartford, pero debido a su preferencia por vivir lejos de las minorías, los latinos fueron capaces de crear un corredor comercial que atrae a inmigrantes y personas latinas de la comunidad, y de todo el noreste. Para el año de 1995, la calle se había convertido en un lugar lleno de vida para las empresas por algunas décadas, y en el Hartford Courant de ese año, el columnista Tom Condon escribió: “Despite a shaky reputation among people who don’t go there, and virtually no promotion, Park Street has prospered in the past decade.” (Hartford’s Got a Good Thing in Park Street), al comentar la todavía escasa percepción de la zona principalmente residencial de élite, y también el éxito que la calle ha tenido a pesar de estas opiniones en contra de la zona. Los latinos tienen un poder de compra de \$13.4 billones en el estado de Connecticut, y Park Street se beneficia de esta base de clientes, llevando a un artículo en el Hartford Courant a decir “There is no other retail area in Hartford that has the strength and competitive edge like on Park Street” (International Hartford; Shanahan). Las percepciones negativas de la calle Park y el descuido de la comunidad latina de Hartford han creado un enclave étnico y un conglomerado de empresas en torno a la cultura

latina que ha sido capaz de sobrevivir debido a la capacidad de sus habitantes para llegar fácilmente a pie por la zona y visitar varios almacenes que pertenecen a la cultura latina.

Diseño urbano para peatones

Park Street puede atribuir parte de su éxito como una calle comercial atractiva para los peatones a su diseño urbano. La calle se siente como una calle antes de la invención de los coches - el diseño favorece los peatones en lugar de una calle grande para los coches, las veredas son anchas y se hicieron para una densa concentración de peatones y otros habitantes. La edad de la "renovación urbana" que se produjo en los Estados Unidos entre los años 1940 y 70 ignoró la calle Park debido a su ubicación fuera del centro. La renovación urbana favoreció el desarrollo de las ciudades alrededor los coches, y no le dio importancia al papel de los peatones en la vida de la ciudad. Por lo tanto, la calle Park, al mantener su tejido urbano, seguía siendo un gran lugar para los peatones, mientras que el centro sufrió de la reurbanización.

Los habitantes de los centro urbanos en las calles comerciales prefieren muchas tiendas y personas. Charles Montgomery investigó las preferencias de las personas en el entorno urbano y lo que los hace felices en su libro *Happy City*, diciendo:

if a street features varied facades, lots of openings, and a high density of functions per block, people walk more slowly. They pause more often. People are actually more likely to stop and make cell phone calls in front of lively facades than in front of dead ones (Montgomery 161).

Así, la calle Park es un gran lugar que da a la gente la oportunidad de encontrarse a propósito o de forma espontánea, ir de compras para productos específicos o de cosas diarias, y por lo tanto, obtener el capital social con sus relaciones de la calle Park. Montgomery continúa diciendo, "majority of americans now tell pollsters that they would like to live in walkable communities

where shops, restaurants and local businesses are within an easy stroll and jobs are a short commute away”, un ambiente que es un ajuste exacto de Park Street (Montgomery 194). El éxito de la calle Park viene de “urban design that’s worked for centuries. Park Street is simply a commercial district of attractive, human-scale...loosely conforming buildings surrounded by residences. It has...good mix of businesses” (Condon, Magic). Una de las calles más felices del mundo, Disney Main Street U.S.A. no tiene más de tres pisos de altura en ninguno de los edificios (la mayoría de las tiendas de Park Street son del mismo tamaño), se compone de una variedad de fachadas dinámicas, y “every detail on the artificial street is intended to draw [the dweller] into a state of nostalgic ease” (Montgomery 160). Los rótulos que adornan los negocios de la calle Park son mayoría en español, y los productos que muchas de las tiendas ofrecen son productos de los países latinoamericanos, ambas cosas que pueden evocar un sentimiento de nostalgia en el habitante de la calle. Mientras que la calle en Disney se construye para la gente de vacaciones, hay algo que aprender de un entorno urbano donde la mayoría de la gente está caminando por ahí con una sonrisa en su cara (Montgomery 160). Park Street provee un lugar donde la calle es relativamente saludable y llena de gente, a pesar de las tiendas y las personas que son de una clase inferior y bienes vendidos a bajo costo.

Jane Jacobs, un importante teórico urbano mencionado en los capítulos anteriores, desarrolló una crítica a la renovación urbana y la edad de los coches. Ella estudió la importancia de un área que tiene "ojos en la calle", sobre todo de los peatones, un concepto que se ha perdido en la era de renovación urbana. El diseño urbano de una calle que facilita "ojos" crea el tipo de ambiente que ella argumenta sostenible y dinámico. Para explicar eso, ella le da al lector dos razones que tienen que ver con la idea de ojos en la calle. Una dice que el método más efectivo de vigilar un espacio es hacer que las personas estén mirando la calle todo el día. Para tener eso,

las personas necesitan estar en la calle. Ella da un ejemplo de sillas públicas en diferentes partes de la ciudad. Un grupo de sillas se dirige hacia las personas, y otro grupo de sillas no tiene una vista hacia las personas. Las sillas con la vista hacia las personas siempre se usan, pero las sillas sin una vista de personas casi nunca se usan. Entonces, para mantener los ojos en la calle, las personas necesitan habitar la calle también. Los desconocidos proveen un ambiente más seguro, porque son la policía de la calle. Ella explica las cualidades de una calle urbano éxito, peatonal, indicando que

there must be eyes upon the street, eyes belonging to those we might call the natural proprietors of the street. The buildings on a street equipped to handle strangers and to insure the safety of both residents and strangers, must be oriented to the street. They cannot turn their backs or blank sides on it and leave it blind. And...the sidewalk must have users on it fairly continuously, both to add to the number of effective eyes on the street and to induce the people in buildings along the street to watch the sidewalks in sufficient numbers. Nobody enjoys sitting on a stoop or looking out a window at an empty street. Almost nobody does such a thing. Large numbers of people entertain themselves, off and on, by watching street activity. (Jacobs 35)

Estas cualidades se mezclan entre sí. A medida que más personas habitan en la calle, más personas seguirán, porque a los seres humanos les gusta inherentemente a ver a otros seres humanos en lugar de edificios (Montgomery 41).

Jane Jacobs presenta las percepciones negativas que tienen los bostonianos de North End de Boston durante los años 60 en la introducción de su libro, *The Death and Life of American Cities*. Connotaciones negativas de la zona en su mayoría vienen de la idea de que es una área de la clase baja y de inmigrantes de las condiciones de densa y tiendas equivale a un área urbana insalubre y peligroso. Si bien comenzó como una barriada muy densa, la zona, en 1959, de acuerdo con Jacobs, se había convertido en una zona urbana muy saludable. Ella atribuye este éxito a la densidad de la zona, diciendo que la gran cantidad de habitantes creado un ambiente

donde la gente quería estar en la calle y relacionarse con su entorno. Ella describe la atmósfera del área como llena de “buoyancy, friendliness and good health...that I began asking directions of people just for the fun of getting in on some talk”, and continues to label the area as “the healthiest place in the city” (Jacobs 9-10).

Estas cualidades del North End en los finales de los años 1950 y principios de los años 1960 son similares a la de la calle Park. Problemas de pandillas y drogas “are the mainstays of the 11 o’clock news, and the image persists because of the ineffectiveness of all media to portray the texture of city life, not merely its most dramatic and tragic moments”, afectando así la reputación de la calle y la ciudad de Hartford (Bloom). Muchas de las percepciones negativas que tiene la gente de la calle Park viene de la cantidad desproporcionada de las organizaciones de servicios sociales en la calle (figura 1). Así, algunas de las personas que habitan en la calle, como una gran población sin techo, crean un ambiente menos propicio para el desarrollo de empresas pequeñas, ya que el poder de compra de las personas en el bienestar es menor que los que ganan un ingreso por encima del nivel de la pobreza. El Immaculate Conception Shelter en la calle Park es citado en el Hartford Courant como “a haven to homeless men that has long been a bane of neighborhood business owners” (Goode). Stanley Gutt, un propietario de departamentos, habla de esto, diciendo, la ciudad es “like dumping grounds. I am not putting anyone down but anyone with any kind of needs they come to the city, homeless shelters, methadone clinics, and health clinics...70% of the people in the [South Park Homeless Shelter] are not from the Hartford area, they are from out of town”. Si bien este porcentaje se basa en el boca a boca, su afirmación viene de que Hartford provee hogares a la mayoría de las personas que necesitan los servicios sociales. Gutt continúa hablando acerca de la distribución desigual del resto del área metropolitana, diciendo: “you aren’t going to see a methadone clinic in Avon,

so they all come here for whatever they need” (Gutt). Mientras que el área de la calle Park alberga estas organizaciones de servicios sociales, se compone de inmigrantes en su mayoría pobres y está densamente poblada con empresas y vivienda, el lugar sigue siendo citado como uno de las zonas peatonales más populares en la ciudad, y tiene menos vacantes comerciales que el centro.

Además de esto, las entrevistas con los propietarios de tiendas y otros habitantes que han expresado su aprecio por lo que la calle ofrece promueve rebeneficios a la calle. Cuando le pregunté al dueño de Hispana Visión, Ángel Sierra si él recomendaría a otros inmigrantes o personas latinas que abrieran un negocio en la calle, me dijo que sí, y continuó diciendo

Park Street is very energetic, very commercialized, as you can see, there is not a lot of vacancies on Park Street, if someone is vacant, it is taken up the next day, or in the works for someone else to come in. So Park street is very commercial. This is the Hispanic hub of the state, I think. You could find A-Z on Park Street, food, bakery, tailor, bodegas, jewelry, dentists office and pharmacies (Sierra)

Su aprobación para la zona como un dueño del negocio refuerza la atmósfera positiva de la calle. Además, compara la calle al centro de Hartford, un lugar donde la ciudad de Hartford ha concentrado sus esfuerzos de más de áreas vecinales, como el Parque de la calle, diciendo: “we still beat [Downtown Hartford] by a long haul, because the foot traffic here is tremendous...There is no where in the city that is like this” (Sierra). Carlos López, propietario de El Mercado, también comenta de la actividad peatonal de la calle, diciendo: “It is a very lively street, there are a lot of people walking up and down, so you know, we followed the good market here.” Sus comentarios revelan la opinión de que una calle peatonal muy congestionada a menudo significa un buen mercado. A pesar de que continúa diciendo que en los últimos 5 años la calle “has not been growing as it used to”, reitera los beneficios de la actividad peatonal (López). Mientras que la calle Park nunca podría convertirse en la zona de restaurantes popular en que el North End de

Boston se ha convertido, tiene muchas de las mismas cualidades que un lugar percibido como peligroso que realmente ha florecido en muchos aspectos con las empresas de inmigrantes y veredas llenas de peatonales.

Organizaciones comunitarias

El diseño urbano de la calle lleva a más peatones, lo que conduce a más clientes potenciales para los negocios en la calle Park. Marisol Monserrate, el director del Spanish American Merchants Association, dice que la mayoría de los propietarios de los negocios en la calle la recomendarían la calle a otros empresarios latinos. Park Street ya tenía la etiqueta como un enclave inmigrante y comercial cuando los puertorriqueños comenzaron a mudarse al área, entonces la transición a los negocios latinos ocurrió cuando los francocanadienses vendieron sus negocios a los empresarios latinos y puertorriqueños, o ellos se hicieron cargo de los edificios abandonados. Organizaciones de la comunidad ayudaron a sostener este crecimiento de las empresas y a disminuir la cantidad de vacantes en la calle Park en relación con el centro de la ciudad. Con cerca de 500,000 metros cuadrados, el “study of the Park Street retail corridor by the city showed a storefront vacancy rate in the single digits, compared with 43 percent for retail spaces downtown” en 2010 (Gosselin). Además, un artículo en el Hartford Courant habla de las calles que tiene éxito comercial, diciendo: “It is arguably the last self-contained urban street in Hartford. Many believe it does more retail business than downtown. It has the lowest commercial vacancy rate in the city” (Condon, Good Thing). Aunque desde el estudio, el número de vacantes se ha incrementado un poco en la calle Park, el corredor sigue siendo un centro de negocios latinos (López).

Las organizaciones afiliadas a la calle se crearon con el fin de expresar la perspectiva latina en la calle en un momento en que convirtió recientemente en mayoría latina, a finales de 1970 y principios de los 80. La calle provee un lugar donde los latinos podrían construir su identidad en la ciudad. Aunque la zona de Park Street es una zona de residentes y habitantes de bajos ingresos, la ocupación del espacio le da la población del mismo *habitus* un área para unirse más fácilmente por una causa. A partir de la concentración de negocios y servicios para latinos en la calle, se dio a la gente un lugar para reunirse y discutir sus problemas, dando no sólo un sentido de comunidad, pero también la creación de oportunidades específicas para la acción colectiva. Las organizaciones más prominentes que comenzaron durante este período de tiempo fueron Hartford Areas Rally Together (HART), Southside Institutions Neighborhood Alliance (SINA), La Casa de Puerto Rico, Spanish American Merchants Association (SAMA), The Hispanic Health Council, Park Street Revitalization Committee, Neighborhood Alliance, Broad Park Development Corporation, y Hartford Economic Development Corporation, muchos en un intento de expresar el punto de vista latino y puertorriqueño en diferentes temas, como más representación de latinos en posiciones de poder, cuando los grupos derivados son mayorías latinas, lugares como en iglesias y de la policía. Cada grupo tenía una perspectiva diferente y se desarrolló bajo diferentes motivaciones, pero muchos pusieron latinos en posiciones de poder para dar los latinos una plataforma para compartir su voz.

El Spanish American Merchants Association, (SAMA), creado en 1982, desempeña un papel clave como una organización comunitaria en Park Street. En su consejo de administración, más de la mitad de ellos son latinos, incluyendo al presidente. El director de la organización también es latino. La misión de la asociación es ayudar a las empresas pequeñas, especialmente las empresas latinas, a florecer. Debido a la gran concentración de empresas latinas en la calle

Park, su oficina principal está en Hartford en el este de la calle. Una de las misiones principales de dos miembros clave en la organización, Julio Mendoza y Marisol Monserrate, es conservar y anunciar el enclave empresarial hispano. Al asistir a este tipo de empresas, van a sostener el "sabor latino" que atrae a la gente a la calle. SAMA ha dirigido o ayudado con la mayoría de las grandes iniciativas de desarrollo en la calle.

Como se ha dicho, muchas percepciones negativas de la calle estaban circulando durante este tiempo, los años 1980. Estas percepciones negativas vienen de violencia de pandillas y drogas y racismo en contra de los puertorriqueños. Cruz, en *Identity and Power* se nota que “ethnic jokes in *Swank* magazine triggered mobilization [in Hartford], either through existing outlets, such as La Casa de Puerto Rico” o otros puntos de venta. Asimismo, él nota que “the combination of cumulative resources and crisis facilitated their capacity for action.” (Cruz 176). Las organizaciones que se formaron fueron una parte importante de la misión de combatir estas percepciones, y también disminuir la violencia en la calle que se estaba produciendo. Si los pensamientos más positivos acerca de Park Street circularan en los medios de comunicación, entonces más personas circularían por la calle. Según Jane Jacobs, un teórico urbano y autor de *The Death and Life of American Cities*, cuando la gente tiene miedo de las calles, “they use them less, which makes the streets still more unsafe” (Jacobs 30). Así, las organizaciones necesitan revertir estos pensamientos sobre la calle para que tenga éxito como un corredor comercial. Otras organizaciones trabajaron para aumentar la representación latina en la calle, creando un mejor ambiente para los latinos que viven en la calle. Por ejemplo, en la iglesia, contrataron a sacerdotes latinos de la ciudad de Nueva York para que pudieran confesar a la gente en español, lo que ayudó a arrancar el crecimiento de las iglesias latinas en la zona (Cruz 176). Esta misión creó resultados – el mantenimiento de la calle Park como un área de "músculo demográfico",

aumentando las ventajas de que tienen los latinos en comparación de los blancos en el área, y también la creación de puestos de poder para los puertorriqueños y latinos.

BID

Un ejemplo de un proyecto que mejora la apariencia de la calle es la implementación de un distrito de servicios especiales, que es otro nombre para algo más comúnmente conocido como un distrito de mejoramiento comercial (Business Improvement District, o BID) propuesto e implementado por la Spanish American Merchants Association (SAMA) en la década de 2000. Los BIDs crean energía para la calle en términos de gestión y elaboración de presupuestos para la calle, en lugar de dejarlo al gobierno de la ciudad. El primer distrito de mejoramiento comercial en los Estados Unidos se llevó a cabo en la ciudad de Nueva York, la ciudad ahora con la mayoría de los BIDs en el país. La primera se encuentra en la zona de Union Square de Manhattan en 1984, y se extendió alrededor de la ciudad de Nueva York y los Estados Unidos a partir de ahí (Zukin, Kasinitz, Chen 22). Cada miembro del BID, que es cada dueño de la propiedad en la calle Park, está obligado a pagar un impuesto al gobierno de la ciudad, resultando en 12.000 dólares por año para que una máquina de limpieza pase en la calle todos los días por la mañana a las 4 am, la iluminación especial de navidad y guirnaldas, de marketing y festivales de la calle (López). Cada dueño de la propiedad en la calle participa en el BID, entonces, todos son actores tiene la capacidad de tener algo que decir en cuánto a los 12.000 dólares que cada año se emplean en la misión de mejorar la apariencia y la percepción de la calle.

La teoría de la ventana rota de Jacobs explica la importancia de mantener la apariencia de una calle a un cierto nivel de limpieza y orden. Cuando hay una ventana rota en una calle, la

gente va a tratar a la calle con menos respeto. Por lo tanto, la percepción de la calle será negativa. Los dueños de negocios de la calle Park votaron en unanimidad para implementar el BID, y de varias entrevistas, el BID se ha mencionado y destacó como una mejora para la calle. Stanley Gutt, un propietario de varias propiedades dentro y fuera de la calle me dijo que él votó por el BID. Explica su razonamiento diciendo, “I do take an interest in the community and the neighborhood because I am a part of it, and also for selfish reasons because I want to preserve...my properties” (Gutt). En el Hartford Courant, el objetivo BID se cita como siendo “[to] include changing the perception of Park Street as a rough area with gang activity and accentuating positive aspects” (Condon, Magic). Debido a los escasos recursos de la ciudad y el enfoque retrasado a menudo tiene en áreas vecinales, como la calle Park, el BID ha sido una gran ayuda al proporcionar dinero para limpiar la nieve, cuidar de graffiti, y limpiar las aceras y la calle de basura y otros residuos. En un artículo sobre la limpieza que el BID financió en la calle, se citan muchos partidarios del impuesto comentando que “litter on Park Street is one of the merchants’ biggest problems in attracting customers” (Hernandez). Esta es una medida importante del poder creciente de los latinos. Como un grupo, los latinos que viven y poseen propiedades en la calle se reunieron con SAMA y tenían la capacidad de demostrar el valor del BID en la calle, pasando así el aumento de impuestos. Este aumento mejora la calle en apariencia y con la publicidad, como artículos del periódico y festivales en la calle, como Mega Festival de Park Street para atraer a los clientes de cerca y la región noreste.

Renovaciones de edificios

Otra forma en que estas organizaciones ayudaron fue la renovación de edificios abandonados en la calle creando impulso para el crecimiento de negocios. Cuando los edificios

abandonados son reacondicionados y reutilizados, llenan los huecos de la calle que podrían proporcionar áreas de actividad peligrosa. Park Street afirma con orgullo una muy baja tasa de abandono en comparación con el resto de la ciudad, y en especial, el centro. Muchos de esto se puede atribuir a los esfuerzos de las organizaciones de la comunidad en deshacerse de edificios vacíos. Ambos SAMA y The Hartford Economic Development Corporation se reunieron con Fleet Bank para crear un préstamo público-privada para las empresas de la calle Park. El préstamo ayudó a los dueños de negocios a poner en marcha su idea de negocio, y de 35 negocios que ayudaron en el área de la calle Park, a sólo tres no han tenido éxito (Stimulus for Park Street). Este movimiento incrementó la presencia de pequeñas empresas exitosas en la zona. Un ejemplo de un edificio que fue restaurado usando este programa se encuentra con la historia de Ángel Sierra, el propietario puertorriqueño de Hispana Visión, la tienda de lentes. Su primera ubicación estaba localizada en Parkville, a continuación, en 1999, debido a una creciente base de clientes, compró un edificio abandonado de 15 años en la parte oriental de la calle Park y se renovó el edificio para su nueva tienda. Él completó el proyecto con la ayuda del préstamo con el consorcio Fleet Bank, Spanish American Merchants Association y Hartford Development Corporation y también una subvención de la ciudad. Él atribuye el éxito del movimiento en gran parte a SAMA por su aliento para hacer el paso y renovar el edificio abandonado (Sierra).

Otro proyecto notable que se ocupa de las vacantes en los edificios residenciales es el desarrollo de viviendas en las esquinas de Park, Squire y Wolcott que fueron hechas por La Casa de Puerto Rico. Esta organización se hizo cargo de los edificios abandonados en estas esquinas de las calles y los convirtió en edificios de apartamentos que consta de 10 unidades de vivienda en cooperativa, 14 unidades de alquiler moderado y espacio comercial. El proyecto, financiado por el gobierno, con 2.8 millones de dólares, tuvo el ámbito de la mejora de esta área general de

Park Street (DeJesus). Lamentablemente, el proyecto tardó 15 años para terminarse desde la propuesta a la terminación, en parte debido a problemas de financiación y la falta de experiencia en La Casa de Puerto Rico con los proyectos de desarrollo (It Won't Be Long Now). En el caso de este proyecto de desarrollo, los puertorriqueños estaban en posiciones de poder, y finalmente tuvieron éxito en un proyecto de desarrollo de mejora de viviendas en la zona.

Otra organización comunitaria que ayudó con el desarrollo de la presencia de los latinos de la calle Park es Broad-Park Development Corporation. Ayuda adicional vino de SAMA también. Ellos comenzaron el proyecto de ofrecer un espacio para un grupo de empresas latinas, que hoy se llama El Mercado. Carlos López, un contribuyente clave y el dueño de la propiedad de El Mercado dijo que en la calle Park, “there was a need to create something to be an incubator for small business and that was what El Mercado was built for”, y él sigue hablando sobre el deseo de crear más puestos de trabajo para los latinos, diciendo que “we projected in those days that we were going to create 28 jobs...right now we have 52 working there.” Además de proporcionar el crecimiento y el empleo de negocios más pequeños, El Mercado también “helped stabilize the surrounding blocks and shifted economic activity and commercial focus westward from the Broad Street intersection” (Viering 49). La calle Park proporciona un lugar en que los latinos tienen una plataforma para desarrollar, perpetuando así su presencia y ser más poderoso como un grupo. Así, a pesar de estas restricciones, y su bajo nivel socioeconómico, la comunidad latina en Hartford usan las organizaciones comunitarias y el poder de su etnia para obtener representación y poder.

Enclave Étnico

“The needs of the Puerto Ricans in Hartford are not being adequately served” anuncia un telegrama de 1969 a al alcalde de un grupo de grupos comunitarios hispanos en Hartford (Cruz

61). Los disturbios entre los blancos y los puertorriqueños, las desigualdades y la animosidad en curso entre los grupos habían incitado este telegrama. Los puertorriqueños enfrentaban restricciones para participar en la política de muchas maneras. Las leyes restrictivas de votantes se pusieron en marcha, como los requisitos de alfabetización y procedimientos estrictos de registro de votantes, y eso perjudicó la participación de los puertorriqueños (Cruz 173). Las leyes destinadas a eliminar el fraude electoral terminaron perjudicando significativamente las poblaciones minoritarias y de bajos ingresos, debido a las limitaciones de tiempo para votar y registrarse. Una mayoría de los puertorriqueños en Hartford viven en la pobreza, y para muchos de ellos, el inglés es su segundo idioma. Por lo tanto, estas restricciones a la alfabetización, de registro y horas de votación afectan negativamente la participación de los puertorriqueños, lo que limita su capacidad de participar en el proceso político (Cruz 173). Por la década de 1970, la presencia de puertorriqueños ya no es una cuestión, y su presencia demográfica estaba creciendo, por lo tanto, ellos necesitaban la representación política.

La discriminación afecta la población puertorriqueña en su búsqueda por éxito, sin embargo, el éxodo de los blancos de la zona de Park Street creó una concentración más densa de puertorriqueños y latinos en la zona, pues añade “demographic muscle” al área (Cruz 174). Por otra parte, Bourdieu teoriza que cuando un grupo tiene el control de un lugar, tiene más poder. Park Street da a los latinos un área concentrada de poder, dándoles publicidad, y por lo tanto, una voz. Su lugar de “músculo demográfico” en la calle Park les da los medios de identificación como un gran grupo étnico en Hartford. Este sentido de pertenencia asociado a un lugar es importante para un grupo que está poco representado políticamente. Bourdieu aclama que,

Each agent is characterized by the place where he or she is situated more or less permanently, that is, by her place of residence (those who are ‘without hearth or home’ without ‘permanent residence’, *domicile fix*, have almost no social existence--see the political status of the homeless)

and by the relative position that her localizations, temporary and permanent, occupy in relation to the localizations of other agents (Bourdieu 12)

Bourdieu enfatiza la importancia de la presencia física y concentración. Así, mientras que el “white flight” afectaba la zona de la calle Park en términos de discriminación y segregación, también dio a los puertorriqueños un lugar para movilizarse, porque los líderes y propietarios de negocios puertorriqueños podían tomar los puntos de los contrapartes blancos que huyeron a los suburbios (Cruz 174). Park Street facilitó el cultivo de poder en la población puertorriqueña en Hartford a través de las organizaciones de la comunidad que se desarrollaron en la calle y las acciones que tomaron para preservar la calle y las posiciones de poder que proporcionaron.

Los negocios de la calle Park pueden atribuir gran parte de su éxito a su ubicación. La concentración de empresas latinas crea un ambiente más atractivo para más negocios latinos porque la gente con un *habitus* similares, tiene intereses y deseos similares. Así, tener empresas que atienden a personas del mismo *habitus* llevará a los clientes que visitan muchas de las tiendas en la misma zona. Estos intereses y deseos incluyen productos de diferentes países de Latinoamérica, productos que se adaptan a las tradiciones latinas, o también pueden incluir productos que no son específicos de un *habitus* (por ejemplo, lentes en Hispana Vision), pero que proporcionan una atmósfera que se refiere al *habitus*, como los valores de negocio similares, o el idioma español. Sólo al situar las empresas en la misma zona, los clientes tendrán más probabilidades de ir a la nueva tienda que se abrió al lado de la tienda que han estado yendo por algunos años (Sassen 104). Debido a esta aglomeración, la calle Park ofrece un entorno atractivo para las nuevas empresas, especialmente los que están dentro del mismo *habitus*.

Lengua

Ángel Sierra, el dueño de Hispana Vision, la tienda de lentes en el este de la calle Park, atribuye gran parte de su éxito a la concentración de personas que hablan español como su primera lengua porque muchos prefieren comprar sus anteojos mientras hablan en su lengua materna. Una de las razones principales por las que Sierra abrió su negocio se debe a la demanda de lengua española en la compra de lentes. Me dijo: “I was working before at LensCrafters, and everybody that spoke Spanish wanted to see me only, so I had a lot of people waiting for me. I ended up saying, wow, I should open up my own store” (Sierra). El 19% de los residentes que viven en la zona de Frog Hollow no hablan inglés, o no lo hablan bien, y una porción adicional simplemente prefiere hablar español. Esto crea una gran base de clientes, sin contar los que están en la misma categoría, pero no viven en el barrio de Frog Hollow, que él dice atributos solo un mitad de su base de clientes. Se ofrece un servicio que no se puede proporcionar en cualquier otro lugar en la zona – la capacidad de hablar en español, mientras que hablar sobre algo tan complicado como una receta de lentes. El español une a las personas en la calle Park porque la mayoría de los negocios pueden ayudar a las personas en español, el idioma nativo de la mayoría de los clientes. Park Hardware, una tienda que ha estado en la calle Park antes de la concentración de latinos, tuvo que empezar empleando personas en 1986 que hablaban español para competir en el ambiente latino y ayudar a los clientes latinos (Bloom). Park Street Hardware proporcionó empleo a los latinos debido a su capacidad de hablar español, un beneficio que tienen los latinos, sobre todo en la calle Park. En CVS, en la esquina de la calle Washington y la calle Park, observé un cliente que entró y no hablaba nada de inglés, y el cajero sin problemas (porque era su lengua materna) cambió al español para ayudar al cliente. Este tipo de atmósfera tiene el potencial de atraer a muchos hablantes nativos de español, ya que tienen el

potencial de sólo hablar en español, incluso en una cadena de tiendas como CVS. Los latinos tiene la mayoría en la calle, y el empleo de latinos para ayudar el negocio muestra los beneficios de su propiedad moral en la calle.

La cultura latina en tiendas

Además de la lengua, los latinos vienen al área por los negocios que satisfagan sus necesidades culturales. Hay ejemplos de tiendas que usan la latinidad para ser exitosas en esta comunidad. María Sánchez, la dueña de Fiesta Time, usa las necesidades de la comunidad latina a su favor. Fiesta Time provee diferentes bienes para fiestas latinas y celebraciones. Cuando se le preguntó por qué ella abrió su negocio en la calle Park, dijo, “because this is where the Hispanic community is and mostly all the Hispanics are doing the stuff that I sell” (Sánchez). Bean Pot, un restaurante que ha estado en la calle Park a través de muchos diferentes grupos étnicos, ha cambiado su menú con el fin de incorporar más alimentos latinos cuando la calle se volvió mayormente latina. El Mercado tiene restaurantes de América Latina, una bodega, agencia de viajes y otros servicios importantes a la comunidad latina. Por un lado, hay una demanda de productos y servicios para la comunidad latina (Fiesta Time, por ejemplo), y por otro, la presencia de algunas tiendas dirigidas hacia los latinos en la calle significa que el éxito de cada nueva tienda depende de su adaptabilidad al público que ya se utiliza de la calle (Como tiendas ya mencionadas, Bean Pot o Park Street Hardware). Esta identidad latina en tiendas pequeñas ha progresivamente generado una economía de aglomeración. Para negocios nuevos, tiendas que ya son exitosas y sus clientes van a crear actividad para ayudarlos a partir de la economía de aglomeración (Sassen 104), ayudando además con las relaciones entre los dueños de tiendas es la “intimate atmosphere of the street, fostered by the close proximity of storefronts,

makes it easier for shoppers to get around. Many are also family-owned and tailor their operations to the needs of their customers.” (Gosselin). La calle Park provee un ambiente para un puertorriqueño, latinoamericano o cualquier inmigrante donde tienen una comunidad de empresas concentradas ya exitosas y, también, una base de clientes que el empresario podía conocer antes del inicio del negocio. Inter Hartford dice que es muy importante tener una base de clientes antes de abrir un negocio. Ambos dueños de Hip Stop Clothing y Hispana Vision me dijeron que antes de abrir su negocio, ellos ya conocían algunos de sus clientes de ahora (Brugeras; Sierra).

En muchas situaciones, los latinos de la calle Park se citan como clientes muy fieles (Sierra; Gutt; Viering 49). “Hispanic people can only get certain products here and we have tremendous product loyalty”, both important pull factors for the street (Condon, Park Street a Survivor, and Proud of It). En Hispana Visión, Sierra habló con entusiasmo de su base de clientes estable. Mientras que las lentes son una necesidad, su adquisición de un pequeño negocio en la calle Park no es tan eficiente económicamente como las opciones disponibles en las tiendas grandes o en línea. Sin embargo, Sierra dice que

the hispanic patient or customer is very loyal to their people...Once you treat them well and do the right thing...I have kids here that I took care of when they were 8-9 years old, and now they are married and they bring their kids to me. (Sierra)

Según Sierra, no es sólo el servicio superior que ofrece a sus clientes, sino también la solidaridad latina, el hecho de que sus clientes se sienten leales y quieren apoyar a alguien de la misma etnia. En comparación Stanley Gutt, un propietario polaco, posee clientes leales, pero sólo debido a sus servicios. Habló de una mujer puertorriqueña que vivió tanto en Hartford como Puerto Rico en momentos diferentes, y cada vez que iba a regresar a los Estados Unidos, ella lo llamaba para ver si tenía disponibilidad en sus edificios, ya que era leal como inquilina. En estos casos, el

producto vendido es más que un intercambio económico, es un intercambio social también, y este elemento es el que sostiene la relación, y le da una cosa que no se puede tener en un negocio grande. Tener una base de clientes que se mantiene fiel a una empresa pequeña ayuda a mantenerse a flote.

Los latinos vienen de “its neighborhood, but also from the region”, porque la calle Park está llena de una gran variedad de empresas que ofrecen productos de valor incalculable; “The stores...have a cultural flavor that chain grocery stores just can’t replicate, even though chains have increasingly offered ethnic foods” (Gosselin). Un lugar como El Mercado tiene el potencial de desencadenar recuerdos nostálgicos de aquellos inmigrantes de diferentes países de Latinoamérica, debido a la presencia del idioma español y productos comestibles latinos, a diferencia de un supermercado. Estos factores únicos en la calle son importantes para su prosperidad por lo que no perderá su ingreso a los centros comerciales suburbanos y compras en línea (Zukin, Kasinitz, Chen 1).

La pobreza que rodea la calle limita el poder de compra de los residentes de la zona, entonces la calle podría beneficiarse de la inversión exterior como más personas afueras que vienen a la calle Park. Como se ha dicho en otro artículo de periódico de 2002 sobre la calle “by strengthening the stability and economic base of the neighborhood, Park Street can effectively market itself as a regional Latino Center and, in time, attract non-Latino population as well”. La atracción de los habitantes de los suburbios no sólo latinos pero también más habitantes de los suburbios no latinos serían un beneficio económico y social, porque económicamente a los propietarios de negocios y la ciudad de Hartford ganarían más dinero, y socialmente, crearían más interacciones entre los suburbios y la ciudad de Hartford.

La influencia de los negocios en la calle

“The prosperity of Park Street businesses means more jobs for the neighborhood, and young people who are working don’t join gangs. Park Street can do a lot for Hartford” (Condon, Survivor). En la década de 1990, como se mencionó anteriormente, las pandillas y las drogas conquistaron muchas calles en Hartford y crearon miedo en la ciudad. En gran parte debido al desarrollo de negocios en la calle Park, y con la ayuda de organizaciones de la comunidad, la calle tuvo la capacidad de arrojar no solo la actividad de drogas y pandillas pero también, la mayoría de estas connotaciones, y volver a etiquetarse como un corredor comercial exitoso. Muchos dependen de la prosperidad de la calle Park, debido a su influencia en las personas que viven alrededor de la zona. La calle beneficia a los inmigrantes, porque los inmigrantes en los Estados Unidos son dos veces más propensos a abrir un negocio que un nativo (International Hartford), y la calle Park ofrece un lugar en el que pueden hacer esto. Además, “small retail stores can provide an entry point into the economy for men and women who migrate with little capital or education” (Zukin, Kasinitz, Chen 6). Entonces, más que simplemente proveer un sistema de apoyo para los nuevos inmigrantes como un enclave comercial dirigido hacia ellos, el potencial de la iniciativa empresarial en la calle ayuda a los nuevos inmigrantes en los Estados Unidos, en la medida en que les ofrece la oportunidad de abrir un negocio allí, pero también un ambiente donde se sienten socialmente aceptados y donde tiene acceso productos y servicios semejantes a los de sus países de origen. Además de iniciar un negocio, la calle Park ofrece un lugar de empleo, por ejemplo, Hispana Vision emplea la mitad de sus empleados de Hartford (Sierra).

Otro de los beneficios de la concentración de empresas en la calle es el dinero que lleva a la ciudad, y que se mantiene en la ciudad. Si bien no hay números concretos sobre la cantidad de

dinero que las pequeñas empresas llevan a la ciudad de Hartford en forma de impuestos sobre la propiedad, un estudio realizado de la ciudad de Asheville, en el estado de Nueva York, presentado en el libro *Happy City*, de Charles Montgomery, proporciona un ejemplo de los beneficios económicos que las pequeñas empresas pueden tener en comparación con grandes tiendas de caja, para ir más allá de su impacto social en la calle que se ha mencionado hasta ahora. El centro de Asheville tenía una JCPenney que se convirtió en tiendas, oficinas y condominios, todos los que ocupan menos de ¼ de acre en el centro de la ciudad. Montgomery luego compara esta antigua zona JCPenney con un Walmart en las afueras de la ciudad en un terreno de 34 acres, y compara los ingresos de impuestos de propiedad de la ciudad. Asheville recibe 50.800 dólares de Walmart en los impuestos de venta y de propiedad, una cantidad pequeña en comparación con las empresas de la propiedad de JCPenney, que contribuyen 330.000 dólares a la ciudad en tan sólo los impuestos de propiedad (Montgomery 263). Mientras Hartford es una ciudad diferente, y muchos de los residentes en Frog Hollow dependen de la ayuda del gobierno, las pequeñas empresas de la calle Park contribuyen a la ciudad de una manera que negocios grandes no tenía la capaz de hacer. Otra forma que los comerciantes extienden su presencia es por la publicidad como un destino regional. La etiqueta de la calle Park como un destino regional y el “Primary Hispanic Commercial Corridor of the Northeast” demuestra su ámbito de negocio, algo que una cadena de empresas grandes no podía hacer debido a su falta de cualidades únicas (It Won’t Be Long Now, Hartford Courant). Entonces, el alcance de la publicidad llega a “Latino communities in a five-state region” (Condon, Survivor). Este tiene la capacidad de tener una influencia importante en la percepción de la ciudad en su conjunto.

Conclusión

La calle Park se ha desarrollado y evolucionado a partir de una transición demográfica distintiva que refleja el pasado de Hartford y condiciones actuales. A lo largo de la historia de la afluencia de puertorriqueños a Hartford, la discriminación y el rechazo a la idea de vivir con este grupo étnico han creado un enclave de latinos en la calle Park. Aunque la zona de la calle Park provee una comunidad autónoma para sus residentes y tiene un ambiente bullicioso, la zona sigue siendo muy afectada por la pobreza, y las personas que tienen éxito a menudo se mudan hacia un área más rica, a menudo los suburbios de la zona metropolitana de Hartford. Muchas de las personas de éxito de la calle Park ya se han ido, y manejan a la calle para trabajar. Mencionado en un artículo en el Hartford Courant en 1996, el propietario de La Merced Bookstore “is a man who, like many others who have achieved some small measure of financial security, doesn’t live on Park Street. He lives in the North End.” (The Heart of Park Street). Esta acción es típica de los enclaves de inmigrantes, y una de las razones por las que muchos no duran para siempre, al igual que los francocanadienses se disiparon para ser reemplazados por el actual enclave de inmigrantes latinos en la calle Park. La percepción negativa de la calle como una zona peligrosa disminuye las posibilidades de que una persona exitosa se quede en la calle después de su éxito. También la percepción negativa que predomina alrededor de la calle compromete su prosperidad económica. Un artículo de prensa después de la apertura de El Mercado, menciona esto como un elemento de disuasión

But El Mercado sits in a neighborhood that until recently has been beset by gangs, drugs and violence. Perhaps more damaging to economic development have been the lingering misconceptions about Park Street. ‘There are people who work in downtown Hartford that have never been here before,’ says Flores with his gentle Dominican accent. Flores believes many people are fearful of Park Street. ‘They think it’s a jungle,’ Flores says. (Raycraft)

A pesar de estas cualidades negativas, y la gran concentración de personas que necesitan de los servicios sociales (como los drogadictos y personas sin hogar), la calle ofrece experiencias en una variedad de maneras para aquellos que desean estar rodeados de la lengua española, productos latinos, o un ambiente agradable peatonal.

Los beneficios comerciales y económicos de la calle contribuyen a la vitalidad social de la calle y ayudan a los dueños de las tiendas y los residentes locales en las cercanías, así como de la ciudad. La calle provee la inversión fuera de los compradores regionales, apoyando un intercambio local entre los residentes y propietarios de negocios, y manteniendo una naturaleza hispana que queda beneficiosa para los residentes latinos e inmigrantes que habitan en la calle. La historia política y social de la calle creó una comunidad latina espacialmente distinta que revela una compleja dinámica de inmigración, inclusión a través de la exclusión, diversidad cultural y propiedad moral. Esta concentración de latinos en el área llamó la atención a los grupos étnicos latinos, avanzó el alcance de su propiedad moral, puso más latinos en posiciones de poder, y creó más opciones de empleo para los latinos en el área.

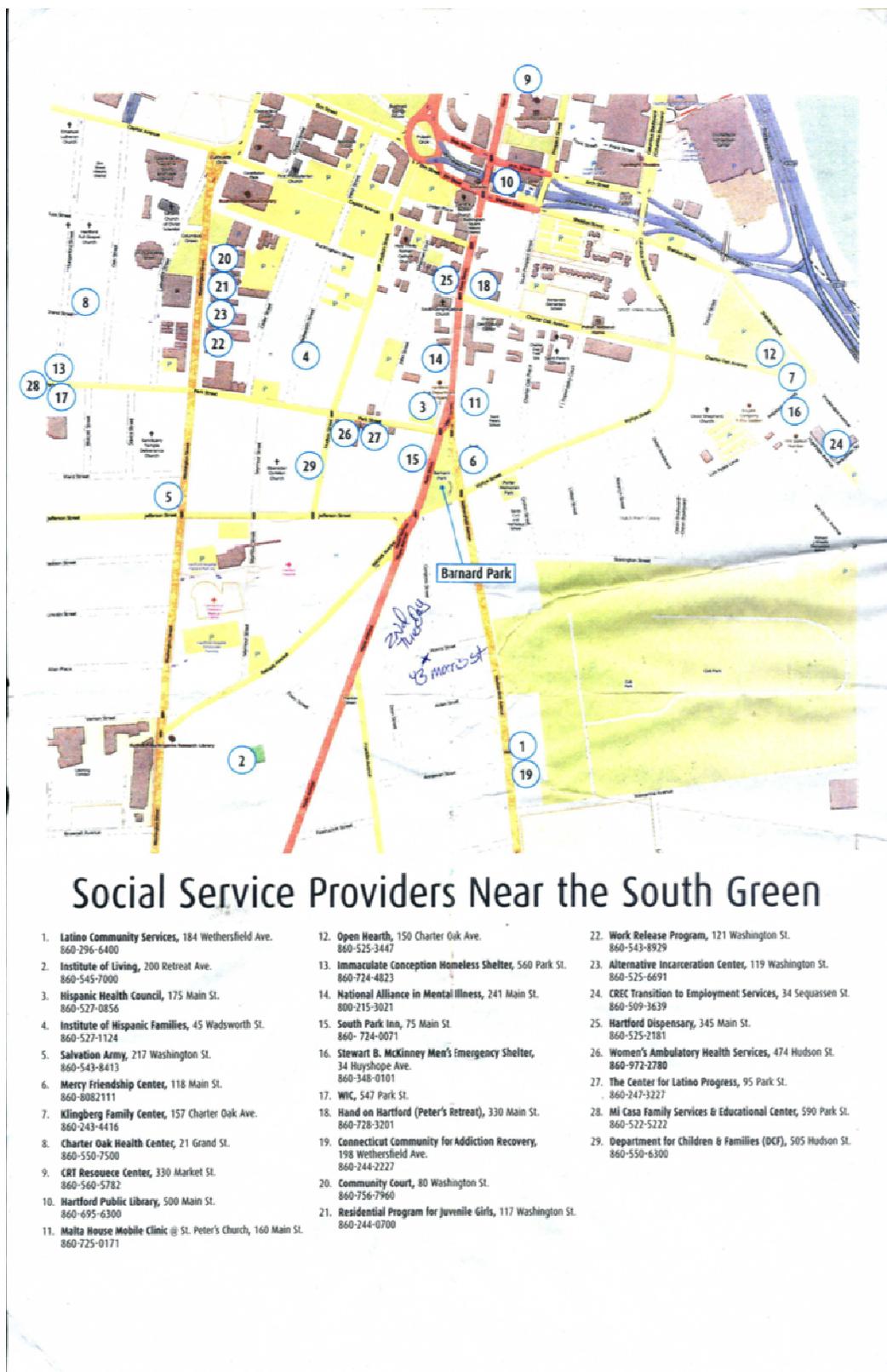


Figura 1

Obras Citadas

Fuentes primarias

- Brugeras, Iran. Entrevista Personal. 4 Marzo 2013.
- Colon, Melvyn. Entrevista Personal. 26 Septiembre 2014.
- Gutt, Stanley. Entrevista Personal. 3 Diciembre 2014.
- Lopez, Carlos. Entrevista Personal. 3 Diciembre 2014.
- Monserate, Marisol. Entrevista Personal. 25 Noviembre 2014.
- Sanchez, María. Entrevista Personal. 4 Marzo 2013.
- Sierra, Angel. Entrevista Personal. 5 Diciembre 2014.

Fuentes secundarias

- Altimari, Daniela. "Hartford Hopes Immigrant Entrepreneurs Will Revitalize the City." *Hartford Courant*. 15 Febrero 2015. En la impresión.
- Appadurai, Arjun. *Fear of Small Numbers: An Essay on the Geography of Anger*. Durham: Duke University Press Books, 2006.
- Bilello, Suzanne. "Park Street: It Cuts a Busy, Colorful Swath through One of the City's Largest Hispanic Communities. It Is a Troubled Area Where Community Pride Battles Unemployment and Crime. It Is Also a Street Alive with Good People." *The Hartford Courant*. 19 Septiembre 1982. En la impresión.
- Bloom, Lary. "The Heart of Park Street." *Hartford Courant* 17 Marzo 1996: 4. En la impresión.
- Bourdieu, Pierre. "Physical space, social space and habitus." *Rapport* 10 (1996): 1996.
- Bourdieu, Pierre. "Social space and symbolic power." *Sociological theory* 7.1 (1989): 14-25.
- Carswell, Andrew T. *The Encyclopedia of Housing, Second Edition*. SAGE, 2012. En la impresión.

- Chen, Xiangming, and Henry Fitts. "Contemporary Metropolitan Cities." In *The Oxford Handbook of Cities in World History*, editado de Peter Clark. Oxford University Press, 2013.
- Condon, Tom. "Hartford's Got a Good Thing in Park Street: [A Edition]." *Hartford Courant* 7 Julio 1992: b1. En la impresión.
- Condon, Tom. "Park Street a Survivor, and Proud of it." *Hartford Courant* 6 Junio 1996: A3. En la impresión.
- Condon, Tom. "Park Street's Magic Could Revive City." *Hartford Courant* 7 Noviembre 1999: B1. En la impresión.
- Cruz, Jose. *Identity And Power: Puerto Rican Politics and the Challenge of Ethnicity*. Temple University Press, 2010.
- Daly, Mary. "Race Restrictive Covenants in Housing Deeds." *CT History*. N.p. Web. 1 Marzo 2015.
- DeJesus, Rosalinda. "A Facelift in Park Street Area's Future." *Hartford Courant* 6 July 1998. B4. En la impresión.
- Frey, William H., and Reynolds Farley. "Latino, Asian, and Black Segregation in U.S. Metropolitan Areas: Are Multi-ethnic Metros Different?" *Demography* 33.1 (1996): 35–50. *JSTOR*. Web. 21 Enero 2015.
- Goode, Steven, and Courant Staff Writer. "Park Street Tax District Elects First Board; Property Owners to Fund Special Projects" *Hartford Courant* 17 Julio 2002: B3. En la impresión.
- Gordon, Barbara. Carmen Rodriguez. "Great Streets have Great Gateways" *Hartford Courant* 18 Agosto 2002. C4. En la impresión.
- Gosselin, Kenneth R. "Park Street Life: City Scene; Hartford's Hispanic Thoroughfare, with Its Scores of Storefronts and Apartments, Has the Retail Vibrancy Downtown Longs For." *Hartford Courant* 8 Mayo 2010: En la impresión.

- Halpern, Robert. *Rebuilding the Inner City*. New York: Columbia University Press, 1995.
- Hernandez, Efrain. "City Merchants Plan to Give Clean Sweep to Park Street Area." *The Hartford Courant* 25 Aug. 1989.
- "International Hartford." *Interhartford.org*. Web. 25 Febrero 2015.
- "It Won't Be Long Now" *The Hartford Courant* 20 Agosto 2003: A8. En la impresión.
- Jacobs, Jane. *The Death and Life of Great American Cities*. Vintage Books, 1961.
- Joseph, Miranda. *Against the Romance of Community*. Minneapolis, MN, USA: University of Minnesota Press, 2002. ProQuest ebrary. Web. 12 Enero 2015.
- Mason, Johnny. "Park Street Looks for Cityscape Link" *Hartford Courant* 2 Mayo 1997: B.4. Print.
- Montgomery, Charles. *Happy City: Transforming Our Lives Through Urban Design*. Farrar, Straus and Giroux, 2013.
- "Park Street Revitalization Strategy for the Spanish American Merchants Association," Toronto: Urban Strategies Inc., Enero 1990.
- "Plan Commission Designates Tracts In 3 Areas 'Suitable for Renewal.'" *The Hartford Courant (1923-1989)*. 21 Junio 1962.
- Putnam, Robert D. "Social Capital and Public Affairs." *Bulletin of the American Academy of Arts and Sciences* 47.8 (1994): 5-19. *JSTOR*. Web. 1 Abril 2015.
- Raycraft, Patrick. "A Taste of El Mercado Restaurants, Markets and Even a Travel Agency Keep This Corner of Park Street Hot and Spicy." *Hartford Courant* 22 Agosto 1999: H1. En la impresión.
- Sacks, Michael. "Suburbanization and the Racial/Ethnic Divide in the Hartford Metropolitan Area." *Hartford Studies Collection: Papers by Students and Faculty*, 1 Agosto 2003.

Sassen, Saskia. *The Global City: New York, London, Tokyo*. Princeton University Press, 2013. En la impresión.

Shanahan, Marie K.. “Improving, Promoting Park Street” *Hartford Courant* 24 Enero 1995: B.4. En la impresión.

Simmons, Louise B. “A New Urban Conservatism: The Case of Hartford, Connecticut.” *Journal of Urban Affairs* 20, no. 2 (1998): 175–98. doi:10.1111/j.1467-9906.1998.tb00417.x.

Smith, Tyler. “Neglect Saved Street; Park Street.” *Hartford Courant* 18 Agosto 2002: C5. En la impresión.

“Stimulus for Park Street.” *Hartford Courant* 11 Julio 2003: A8. En la impresión.

“Study of Redevelopment At Two Sites Favored.” *The Hartford Courant* 22 Enero 1963: 12a. En la impresión.

Viering, Schuyler. “Park Street through the Ages: The Development and Revitalization of an Urban Commercial Corridor and its Prospects for the Future.” Thesis. Trinity College, 2009. En la impresión.

Whyte, William Foote. *Street Corner Society: The Social Structure of an Italian Slum*. University of Chicago Press, 1943.

Zukin, Sharon. *Landscapes of Power: From Detroit to Disney World*. Berkeley: University of California Press, 1993. En la impresión.

Zukin, Sharon, Philip Kasinitz, and Xiangming Chen. *Spaces of Everyday Diversity: The Patchwork Ecosystem of Local Shopping Streets*. NP.