

에스닉 인클레이브의 형성 메커니즘: 브라질 봉헤찌로 한인 의류산업지구를 사례로

문소라* · 장영진**

The Formation Mechanism of Ethnic Enclaves: A Case Study of Bom Retiro Korean Garment Industrial District in Brazil

Sora Moon* · YoungJin Jang**

요약 : 기존의 에스닉 인클레이브 연구는 지리학자들의 참여가 상대적으로 부진한 상황에서 에스닉 네트워크를 강조함에 따라 지리적 맥락과 산업 생산체계의 공간적 함의에 대한 설명이 별로 이루어지지 않아 이에 대한 이해가 매우 제한적이었다. 본 연구는 브라질 봉헤찌로 한인 의류산업지구를 사례로 봉헤찌로의 발전 경로와 의류산업의 생산체계 그리고 에스닉 네트워크를 함께 고찰함으로써 한인 인클레이브의 형성 메커니즘을 규명하고자 했다. 연구지역의 형성에는 에스닉 네트워크의 역할도 중요하지만, 이주자 의류 산업지역이라는 지역의 발전 경로와 의류산업의 생산체계와 관련하여 나타나는 공간적 수렴현상에도 그 원인이 있으며, 이 과정에는 비동족 이주자 집단 및 브라질 현지인들의 참여도 활발하게 이루어졌음을 알 수 있었다.

주요어 : 봉헤찌로, 에스닉 인클레이브, 에스닉 네트워크, 지역 발전 경로, 생산체계, 한인의류산업지구

Abstract : Previous studies of ethnic enclaves did not provide an adequate explanation of the geographical contexts and spatial implications of industrial production systems, as a result of emphasizing ethnic networks with stagnant participation from geographers. The objective of this study was to identify and examine the formation mechanism of Korean ethnic enclaves through the case of Bom Retiro's Korean garment industrial district in Brazil, specifically by performing an integrated review of the development path of Bom Retiro, the garment industry's production systems, and ethnic networks. The research findings indicated that the formation of this region's ethnic enclave was indeed highly influenced by ethnic networks; however, it was also affected by the development path of the region as a migrant garment industrial district and spatial convergence pertaining to the production systems of garment industries. Moreover, the formation of Bom Retiro's ethnic enclave also involved active participation of non-ethnic immigrant communities and local Brazilians.

Key Words : Bom Retiro, ethnic enclave, ethnic network, regional development path, production system, Korean garment industrial district

* 영주여자중학교 교사(Teacher, Yeongju Girl's Middle School, moonsora@hanmail.net)

** 한국교육대학교 지리교육과 부교수(Assistance Professor, Department of Geography Education, Korea National University of Education, jangyj@knue.ac.kr)

1. 서론

1) 연구 목적

이주자들에 의해 형성된 차이나타운, 리틀 이태리, 코리아타운 등의 에스닉 인클레이브(ethnic enclave)¹⁾는 오늘날 선진 산업국가의 대도시 경관을 구성하는 독특한 요소로 자리매김 되고 있다. 지리학자들은 이와 같은 에스닉 인클레이브를 전형적인 지리적 현상으로 인식하고는 있지만, 이에 대한 지리학계의 참여가 늦어짐에 따라 그동안 관련 논의가 활발하게 진행되지는 못하였다(Kaplan and Li, 2006).

Mitchell(2000)에 의하면, 에스닉 인클레이브는 1980년대 중반부터 경제사회학자들과 소수의 지리학자들의 주목을 받았다. 에스닉 인클레이브는 공간적 근접성을 통해 사업(business)의 성장을 촉진하는 에스닉의 사회적 구성물(structures)로서, ‘이주자들의 주요 거주지이자 사업의 주요 입지’(Zhou, 1998a, 228)와 같이 상당히 포괄적인 의미로 받아들여지고 있다.

그동안 에스닉 인클레이브에 관한 사회학계의 연구는 이주자들의 경제적 향상과 주류사회에의 통합 가능성에 대한 에스닉 인클레이브의 역할에 관심을 기울였으며, 이 과정에서 에스닉 네트워크의 역할이 강조되었다. 여기에서 에스닉 네트워크란 에스닉 집단이 ‘공유하고 있는 다양한 공통점에 기반을 둔 관계적인 사회·경제적 연결(ties)’로 정의되는데(Mitchell, 2000, 392), 에스닉 집단이 공유하는 공통점이란 일반적으로 언어, 문화, 종교, 출신지역 등의 조합을 의미한다. 에스닉 네트워크 가운데에는 제한된 인클레이브 내에서만 접근이 가능한 경우가 있는데, 이와 같은 동족(co-ethnics) 내 물리적 근접성(proximity)은 에스닉 인클레이브의 주요 요소가 된다.

이와 같은 연구는 에스닉 인클레이브 이해에

많은 기여를 했으나, ‘이주자들의 노동시장’이라는 특수성이 강조됨에 따라 에스닉 인클레이브가 갖고 있는 ‘산업 집적지’로서의 성격에 관해서는 많은 논의가 이루어지지 못하였다. 이로 인해 Zhou(1998a)가 지적한 것처럼, 에스닉 기업가의 입지 전략 및 이러한 전략의 근본 원인이 되는 공간적 과정에 대한 설명은 별로 이루어지지 못하였다.

그동안 경제지리학자들의 연구 성과에 의하면, 산업 집적지는 경제적 관계를 비롯하여, 사회 네트워크와 로컬 문화, 지역의 사회적 응집성 등에 착근되어 있음이 밝혀졌다(Harrison, 1992; Saxenian, 1989). 따라서 에스닉 인클레이브 연구는 주로 후자와 관련된 에스닉 네트워크에 대한 설명으로 제한되어서는 안 되며, 역내에 집적된 산업 자체의 특성, 예컨대 산업 생산체계의 공간적 함의에 관한 연구도 함께 이루어져야 할 것이다.

무엇보다도 이주자들의 거주 및 사업을 위한 정착지 선택은 본질적으로 지리적 입지, 국지화된 경제적 조건 및 사회 인프라 등과 관련되어 있어서, 정착지의 지리적 맥락은 특정 이주자의 유형을 유인하고 존속시키며 거부하기도 하는 필터로서의 역할을 한다. 또한 정착지에서 나타나는 국지화된 사회경제적 구조는 이주자에게 상이한 기회와 한계를 의미한다. 이는 에스닉 인클레이브 연구에서 지리적 맥락이 함께 고려되어야 하는 이유이다(Zhou, 1998b).

요컨대, 에스닉 인클레이브 연구는 특정 이주자 집단의 공통점에 기반 한 에스닉 네트워크 뿐 아니라, 산업 집적지로서의 특성도 함께 고려되어야 하며, 나아가 지역의 성장 경로를 비롯한 지리적 맥락에 대한 설명을 통해, 에스닉 인클레이브의 형성 배경과 형성 메커니즘을 규명하는 노력이 필요할 것이다.

이 연구에서는 이상과 같은 관점을 브라질 상파울루 주 상파울루 시 소재 봉헤찌로(Bom Retiro) 한인 의류산업지구에 적용하여, 이 지역의 형성

메커니즘을 규명해 보고자 한다. 중남미 최대의 한인 정착지 상파울루 시의 봉헤찌로는, 브라질 최대의 한인촌이자 한인 산업지구로서 의류산업이 집적된 한인 인클레이브로 이해될 수 있으며, 브라질 중저가 여성의류의 제조 및 유통의 중심지로 평가받기 때문이다. 인근의 브라스(Brás) 지역도 한인들의 의류업이 집중되어 있지만, 의류업체의 양적 측면에서나, 관련 산업의 다양성 측면에서 볼 때, 한인 의류산업을 대표하는 지역은 봉헤찌로라고 할 수 있다.

본 연구에서는 브라질 봉헤찌로 한인 의류산업 지구를 사례로, 집적지의 발전 경로를 중심으로 하는 지역 요인을 고찰하고, 의류산업의 성장과정에서 나타나는 에스닉 네트워크와 산업 생산체계를 고찰함으로써, 봉헤찌로 한인 의류산업 지역의 형성 메커니즘을 설명하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 브라질 한인회 자료 및 남미동아일보사가 발간한 한인 업소록 등을 통해 기본적인 통계를 수집하였고, 봉헤찌로 한인 의류산업 집적지의 에스닉 네트워크와 산업 생산체계를 파악하기 위해, 2011년 8월 8일~8월 22일에 걸쳐 현지조사와 심층면담을 실시하였다. 심층 면담은 의류 제조 및 유통에 종사하는 제품업(confecção)자²⁾ 25명을 비롯하여, 의류 완제품 도소매에 종사하는 헤벤데(revendedor)³⁾, 원부자재 유통업 종사자, 부분품 가공업자 그리고 현지 저널리스트, 디자이너, 전 한인회장 등 총 34명을 대상으로 실시되었다.

2) 에스닉 인클레이브 연구

에스닉 인클레이브 개념은 에스닉 경제(ethnic economy)와 에스닉 인클레이브 경제(ethnic enclave economy)에 관한 논의과정에서 등장했다. 양자는 공통적으로 '에스닉 자영업자와 동족(co-ethnic)의 피고용인'으로 정의되는데, 구매자가 동족인지 여부는 고려 대상이 아니다. 여기에 에스닉 인클레이브 경제는 에스닉 사업의 공간적 균

집, 다시 말하면 에스닉 인클레이브라는 조건이 하나 더 추가된 것이다(Wilson and Portes, 1980; Bonacich and Modell, 1980; Portes, 1981; Light *et al.*, 1994).

에스닉 인클레이브 개념은 1980년대에 Portes와 그의 동료들의 일련의 연구를 통해 형성되었다. 이를 구체적으로 살펴보면, 에스닉 인클레이브 개념은 Wilson and Portes(1980)의 마이애미 '이주자 인클레이브(immigrant enclave)' 연구에서 비롯되었다. 이들은 공간적으로 집중된 이주자 집단에 주목하고 새로운 이주자가 주류 노동시장에 포섭되는 방식을 고찰하면서, 이주자 인클레이브를 '이주자 출신 고용주와 동족 이주자의 고용'이 나타나는 것으로 보았다. Portes(1981)에서는 이주자 인클레이브 노동시장에 자영업자를 포함시켜 정의했는데, 인클레이브란 '이주자 집단이, 뚜렷하게 구분되는 공간적 입지에 집중되어 있고, 에스닉 시장이나 주류 시장을 대상으로 다양한 기업을 설립하며, 상당한 비중의 이주 노동력이 동족 이주자 소유의 기업에 고용되는 경우'를 말한다. 이후 Portes and Bach(1985)에서는 에스닉 인클레이브를 소수의 에스닉 사업이 분포하는 이주자 집단 거주지(neighborhood)와 명확하게 구분지음으로써, 산업 집적지로서의 에스닉 인클레이브에 방점을 찍었다. 이러한 관점은 Portes and Jensen(1987)에서도 다시 한 번 확인되었다.

Portes와 동료들의 이와 같은 연구에도 불구하고 에스닉 인클레이브 개념의 모호성과 현실 적용성 문제에 대한 비판이 제기되었다. 실제로 연구자들은 연구 지역과 활용 가능한 자료에 따라 서로 다른 조작적 정의를 내림으로써 용어상의 혼란을 겪게 되었고 무엇보다도 에스닉 인클레이브의 정의에 부합하는 사례를 현실에서 찾아보기 어렵다는 문제가 제기되었다(Light *et al.*, 1994; Alberts, 2006; Kaplan and Li, 2006).

Portes가 이 개념을 고안하는데 사례로 삼은 쿠바인 인클레이브도 시간이 흐르면서 주류사회와

의 통합의 정도가 증가하고 있고(Alberts, 2006), 연구자들이 빈번하게 인용한 로스앤젤레스의 코리아타운이나 차이나타운, 그리고 리틀 사이공 등도 엄밀하게 말해서 에스닉 인클레이브의 정의에 부합하지 않는다(Min, 1989; Zhou, 1998b; Light *et al.*, 1999).

이에 따라 에스닉 인클레이브라는 용어가 일부 연구자들에 의해 사용되고는 있지만(Davis, 2004; Airriess, 2006; Ndofor and Priem, 2009), 다른 연구자들은 이 용어를 대신하여 ‘○○지역의 이민자 자영업’, ‘○○지역의 에스닉 사업’, ‘사업 구역(business sector)’ 또는 ‘에스닉 경제의 장소’ 등으로 표현함으로써 이상과 같은 문제를 극복하고자 하였다(Kaplan and Lo, 2006; Fong, *et al.*, 2007; Lo and Wang, 2007; Fong, *et al.*, 2008; 임석희, 2009; 정수열·임석희, 2013).

이처럼 에스닉 인클레이브 개념이 비판을 받고 있음에도 불구하고, 본 연구에서는 에스닉 인클레이브라는 용어를 그대로 사용하고자 한다. 이주자 출신 에스닉 사업의 집적지를 나타내는 용어로 에스닉 인클레이브를 대체할 만큼 적절한 용어를 발견하지 못했기 때문이다. 본 연구에서는 에스닉 인클레이브(ethnic enclave)의 일반적인 정의에 따라(Zhou, 1998a), 한인 이주자들이 창업한 사업체의 집적지이자 이들의 주요 거주지인 봉헤찌로를 에스닉 인클레이브로 간주하고자 한다. 한인들의 거주지 교외화 현상으로 인해 업주들의 거주지가 캄부치(Cambuci)나 콘솔라성(Consolação) 등 인근지역으로 확산되고 있지만, 여전히 봉헤찌로는 한인 이주자들의 최대 거주지이다. 무엇보다도 한인이 봉헤찌로 의류산업을 주도하고 있다는 점에서 이 지역을 한인 인클레이브로 규정하고자 한다. 다만 에스닉 인클레이브의 정의에서 한인 사업체의 피고용인과 거래 업체의 업주 및 주요 고객 집단이 한인인지 여부는 고려하지 않을 것이다.

그동안 봉헤찌로는 국내 지리학계의 주목을 받

지 못하고 있었는데, 이는 한인 이주자들의 인클레이브(enclave) 연구가 미국과 캐나다 등 북미 지역과 일본 등 한인의 이주가 많은 지역을 중심으로 진행되고 있었기 때문이다(조현미, 2007b; 임석희, 2009; 정수열, 2010; 정수열·임석희, 2013). 이와 같은 공간적 쏠림 현상은 전반적인 인클레이브 연구의 특성과 맞물려 있다. 다시 말하면, 이주로 인한 에스닉 인클레이브가 선진 산업 국가를 중심으로 형성되고 있어, 이에 관한 연구도 미국을 비롯한 선진산업국가들을 중심으로 진행되고 있기 때문이다. 최근에는 국내로 유입한 해외 이주자들의 창업이 활발해지면서 이들의 자영업 집적지가 형성됨에 따라 이에 관한 연구도 이루어지고 있다(장영진, 2006; 조현미, 2007a; 이용균, 2013).

2. 브라질 주류시장 대상 한인 의류산업의 성장

브라질에 형성된 한인 의류 산업지구는 1960년대 초반 시작된 한인의 브라질 이주에서 비롯되었다. 브라질은 오늘날의 기준으로 볼 때, 한인 이주자들의 본국에 비해 경제수준이 낮은 것으로 평가되지만, 과거 한인들의 이주가 활발하게 이루어지던 1960년대와 1970년대에는 상당히 풍요로운 국가로 인식되면서, 정부차원에서 인구정책의 일환으로 이민이 추진된 국가이다. 표면적으로는 정부의 사업이었으나 실제 이를 추진하여 경제적 이득을 취한 이들은 이주브로커들로서, 수차례에 걸쳐 대규모 이주를 진행했다(브라질한인이민사 편찬위원회, 2011).

우리나라에서 1962년 해외이주법이 공포된 후, 한인들은 같은 해 1차 농업 이주를 시작으로 1966년까지 공식적 농업 이주에 의해 입국했다. 이들은 농업에 종사한 경험이 전무한 상황에서 토

지 소유권 문제와 한국과 전혀 다른 농업 환경으로 인해 현지 적응에 실패하고 만다. 이후 1970~1973년까지 5차례의 기술 이주를 통해 브라질에 입국한 한인 이주자들도 기술자로 취업한 경우는 거의 없었다. 이와 관련하여 브라질에서 한국인의 이주가 제한되자 1974년 이후로는 이웃 국가를 경유한 불법이주가 성행했고, 1980년대 이후부터는 가족 초청이주나 개별적 이주가 가능해지면서 이주가 지속되었다. 이주자들은 대도시인 상파울루 시에 거주하면서 주로 상공업과 의류제조 및 유통에 종사하고 있다(전경수, 1991; 손정수, 2007; 최금좌, 2007; 정하원, 2011).

일반적으로 이주자들은 소매업, 음식점업, 의류제조업 등 저기술의 노동집약적 부문에 종사하는 경향이 있는데(Light and Bonacich, 1988), 브라질

한인들의 경우에도 유사한 업종 구성을 보인다. 이미 1970년대 중반에 한인이 운영하는 의류 제조업체가 100여 개에 달했고, 이곳에서 봉제하청을 맡은 가구와 의류 판매업 종사자를 포함하면 약 60%의 한인이 의류 관련 업종에 종사하는 등 의류산업의 비중이 압도적인 것으로 나타났다(현규환, 1976).

1980년대 초반의 통계에서도 대다수의 한인들이 의류제조 및 유통(75.5%)을 중심으로 의류산업에 집중되어 있음을 확인할 수 있다(브라질 한국 이민 20주년 기념행사 추진위원회, 1983). 최근의 브라질 한인들의 업종별 분포에서도, 한인들은 여전히 의류 제조 및 유통업에 집중되어 있으며(표 1), 공간적으로는 상파울루 주의 주도 상파울루 시에 대부분 분포하고 있고, 그 가운데 약 절반 정도

표 1. 브라질 한인 자영업의 업종별 분포(2011년)

(단위: 개, %)

산업분류	브라질	상파울루 주	상파울루 시	봉헤찌로
농업·임업·어업	7 (0.2)	5(0.2)	3(0.1)	0(0.0)
제조업(의류 제조 및 유통 포함)	2,023 (66.2)	1,855(67.1)	1,748(67.3)	792(65.9)
건설업	4(0.1)	3(0.1)	1(0.1)	1(0.1)
도매 및 소매업	318(10.4)	302(10.9)	288(11.1)	98(8.2)
운수업	12(0.4)	12(0.4)	11(0.4)	6(0.5)
숙박 및 음식점업	97(3.2)	77(2.8)	71(2.7)	52(4.3)
출판·영상·방송통신 및 정보서비스	35(1.1)	34(1.2)	34(1.3)	18(1.5)
금융 및 보험업	2(0.1)	2(0.1)	2(0.1)	1(0.1.0)
부동산업 및 임대업	23(0.7)	22(0.8)	22(0.8)	12(1.0)
전문 과학 및 기술 서비스업	50(1.6)	44(1.6)	43(1.6)	24(2.0)
사업시설관리 및 사업 지원 서비스업	25(0.8)	16(0.6)	16(0.6)	12(1.0)
공공행정 국방 및 사회보장 행정	1(0.1)	1(0.1)	1(0.1)	1(0.1)
교육서비스	70(2.3)	58(2.1)	54(2.1)	33(2.7)
보건업 및 사회복지서비스	97(3.2)	82(3.0)	78(3)	47(3.9)
예술 스포츠 및 여가관련 서비스	23(0.7)	20(0.7)	18(0.7)	11(0.9)
협회 및 단체 수리 및 기타 개인서비스	219(7.2)	189(6.8)	172(6.6)	92(7.7)
국제 및 외국 기관	51(1.7)	41(1.5)	36(1.4)	1(0.1)
합계	3,057(100.0)	2,763(100.0)	2,598(100.0)	1,201(100.0)

자료: 남미동아일보사(2011)

주: 의류는 여성의류를 의미함.

는 봉헤찌로 지역에 집중되어 있다.

그렇다면, 당시 한인들이 의류 산업에 종사하게 된 계기는 무엇일까? 박동수(2011)가 서술한 바에 따르면, 한인 의류업은 이민 가방에 들고 간 옷을 생계를 위해 팔면서 시작되었다.

이민가면 옷이 없을까봐 평생입어도 될 옷 가방을 챙겼다. 이민보따리 하나하나를 풀어서 돈 만들겠다고 내다팔아 생계를 유지하려고 했던 것이 옷이 참 좋다고 브라질 사람들이 호들갑을 떠는 바람에 뒤에 오는 이민자들은 자연 옷 보따리가 커지게 되었고 급기야는…… 원단상에 가서 원단을 조금씩 사다가 집안 밥상 위에 펼쳐놓고 가위로 잘라 옷을 만들어 파는데 재미가 들어 오늘날 한국 사람들이 의류업에 종사하게 된 계기가 된 것 같다. (박동수, 2011, 38)

이상과 같이 한인 의류산업의 대상은 브라질 인들이다. 의류산업은 처음부터 한인 대상의 틈새시장(niche market)을 목표로 한 것이 아니라 브라질 주류시장을 대상으로 시작되었고, 이는 시간이 지나면서 한인들 사이에 주요 산업으로 자리매김 된다. 이처럼 주류 시장을 대상으로 하는 한인 의류산업의 특징은, 이주자에 의한 의류산업의 일반적인 경향을 그대로 보여준다(Ward, *et al.*, 1986).

한인 이주자들이 의류산업에서 성공을 거둔 것은, 우선 진입장벽이 낮고 노동집약적인 의류산업의 특성에서 그 원인을 찾을 수 있다(Ward, *et al.*, 1986). 당시 한인들은 의사소통이 제한되고 주류 사회로 진출이 곤란한 상황에서, 창업 부담이 작고 가족노동이나 동료 이주자들의 노동을 활용할 수 있는 의류산업 이아말로 생계를 유지하는데 적합한 산업이었다.

또한, 한인 이주자들 가운데 일부가 관련 산업에 종사한 경험과 노하우 그리고 설비를 보유하고 있었다는 사실도 의류산업이 성장한 중요한 이유

가 될 것이다. 구체적으로 보면, 한인 의류산업의 태동에 핵심적인 인물로 지목되는 ‘김수산(1964년 브라질 입국)’의 경우, 부산 국제시장에서 넥타이 제조 및 유통에 종사하다, 사용하던 재봉틀과 재단기 및 편물기를 브라질로 가져갔다. 그는 이를 이용하여 의류를 제조하기 시작했으며, 다수의 한인들은 그의 업체로부터 봉제하청을 맡거나 제품의 판매를 맡게 되면서 한인 의류산업은 급속하게 성장하게 된다(최금좌, 2011). 더욱이 의류산업을 중심으로 한인들이 성공적으로 정착하게 되자, 한국에서 관련 직종에 종사하던 사람들의 이주가 잇따른 점도 의류산업이 발전하는데 큰 기여를 하게 된다.

요컨대, 브라질 한인 의류산업은 진입장벽이 낮은 산업 특성에 더하여, 한국의 동종 산업이 보유한 기술과 노하우가 이주자들을 통해 전파되면서, 브라질에서 경쟁우위를 확고하게 다질 수 있었던 것으로 이해된다.

3. 한인 의류 산업지구 봉헤찌로의 형성 메커니즘

1) 봉헤찌로의 발전 경로와 한인의 진출

1960년대~1970년대에 이르는 이주 초기에 한인들의 거주 및 경제활동은 주로 리베르다지(Liberdade) 소재 일본인촌 인근의 빈민촌에서 이루어졌다. 이 지역은 범죄와 매춘이 성행하여 주거환경이 열악한 지역으로, 공식적인 이주가 시작되기 전 일제 강점기부터 일부 한인들이 이주하여 정착한 곳이다. 이곳에서 가내 수공업으로 시작된 의류산업은, 제조업자와 소매업자 사이에서 중간상인 역할을 하는 ‘벤데(vendedor)⁴⁾에 의한 판매에서 벗어나 최초로 의류거리를 형성하며 발전했다(이민 제 40주년 행사준비 위원회, 2003).

한인들이 초기 한인촌을 벗어나 봉헤찌로로 본격 진출하기 시작한 것은 1970년대부터이다. 오늘날 봉헤찌로는 면적 4km²에 불과한 협소한 지역이지만, 한인 거주 인구가 약 3만 명에 이르고 봉헤찌로 상권의 약 65%를 점유하는 등, 봉헤찌로는 한인의 거주 및 경제활동이 집중된 한인 인클레이브로 성장했다(최금좌, 2007).

봉헤찌로가 오늘날 한인 의류산업의 집적지로 성장하게 된 배경은 접근성과 지대 그리고 산업 등 세 가지 측면에서 논의해 볼 수 있다. 첫째, 봉헤찌로는 교통이 편리하고 접근성이 뛰어나 이주자들의 유입이 지속된 지역이다. 상파울루 시 중심부(Centro)의 북쪽에 위치한 봉헤찌로는(그림 1), 1872년 상파울루의 관문인 산투스(Santos) 항과 상파울루 중심부를 잇는 철도노선의 종점 루스(Luz) 역이 봉헤찌로 입구에 준공되면서 철도교통이 매우 편리해졌다(그림 2). 이에 따라 항구를 통해 들어오는 이주자들이 지속적으로 유입되었다(최금좌, 2012). 산투스 항에서 루스 역까지는 직선거리로 약 70km에 불과하여, 역이 준공된 이후 19세기 말에서 20세기 초에는 유럽인과 일본인, 1970년대에는 한국인, 그리고 1990년대에는 볼리

비아인들의 유입이 있었다.

둘째, 봉헤찌로는 하천 연안의 저습지로서 지대(rent)가 낮아 이주자들의 정착이 용이한 지역이다. 이 지역은 동서로 흐르는 티에테 강(Rio Tieté)의 지류인 타만투아티 강(Rio Tamanduati) 연안의 저지대이다. 주변의 다른 지역들 예컨대, 빠울리스타(Paulista)나 끈솔라성(Consolação), 페르디즈(Perdizes)와 같은 서부 고지대는 기후와 토양이 좋아 고급주택지로 이용되었다. 반면, 봉헤찌로(Bom Retiro)를 비롯하여 브라스(Brás), 모카(Moóca), 이삐랑가(Ipiranga) 등이 포함된 동부 저지대는 남북 방향으로 흐르는 타만투아티 강 연안에 해당하여, 우기의 잦은 범람으로 저소득층의 주거지로 남겨졌다. 그리고 이들 두 지역의 중간 지점에 위치한 리베르다지(Liberdade)는 상업지역으로 개발되었다(최금좌, 2011). 이처럼 저지대에 위치하여 지대가 저렴한 봉헤찌로는 소득이 낮은 계층의 유입을 가능하게 했고, 이로 인해 여러 이주자들의 정착지로서의 역할을 하게 되었다.

셋째, 봉헤찌로는 이전 이주자들에 의해 의류산업이 성장하고 있던 지역이다. 이 지역은 루스 역이 완공되면서 주변지역과 함께 개발되기 시



그림 1. 봉헤찌로와 그 주변 지역

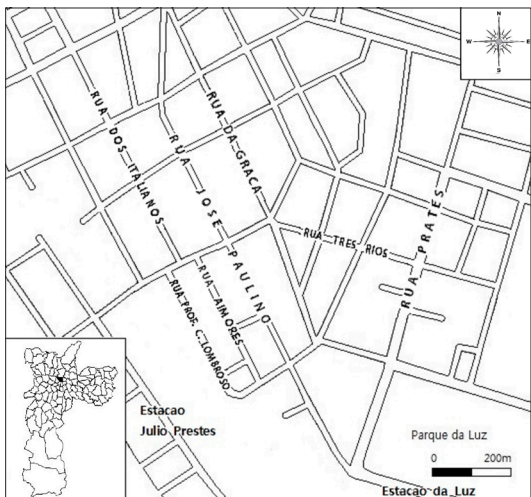


그림 2. 루스(Luz) 역과 봉헤찌로의 주요 거리

표 2. 봉헤찌로의 한인 의류산업 및 관련 산업

(단위: 개)

구역	업종	의류제조 및 유통	원단	단추 부자재	의류 기계	주름 가공	패턴	합계
BOM RETIRO		726	26	28	1	8	2	791

자료: 남미동아일보사(2011)

주: 의류는 여성의류를 의미함.

작하여, 주택지, 상업지, 공업 단지 등이 조성되었다. 편리한 교통과 낮은 지대로 인해, 식음료, 주류, 방직, 의류 등 각종 경공업이 성장했으나, 1960년대에는 대부분 사양길로 접어들었고, 유태인이 운영하던 의류업과 직물업이 상대적으로 선전하고 있었다. 1960년대 브라질 여성 의류는 봉헤찌로를 중심으로 하는 유태인 영역과 브라스를 중심으로 하는 아랍인 영역으로 나뉘어 있었는데, 동종업종에 종사하던 한인들이 이들 유태인과 아랍인의 영역으로 진출하게 된 것이다. 초기 한인촌 및 그 인접 지역에서 가내 수공업 형태로 일을 하던 한인들은, 1970년대부터 이들 지역에 본격 진출하게 된다(최급좌, 2011, 2012). 한인들의 진출로 인해 봉헤찌로는 지난 40여 년 간 쇠퇴하던 공업지역에서 활기를 띤 제조 및 상업지역으로 변모하게 된다. 이는 에스닉 인클레이브가 지역 성장에 긍정적인 역할을 할 수 있다는 기존의 주장을 뒷받침한다(Kaplan and Li, 2006).

오늘날 봉헤찌로는 의류제조 및 유통 부문을 비롯하여, 원단 및 부자재 유통, 의류기계, 부분 가공, 패턴 제작 등 다양한 부문에 걸쳐 브라질에서 가장 많은 한인 업체가 집중된 지역이다(표 2).

봉헤찌로의 의류산업 및 관련 업체의 분포를 현지조사를 토대로 살펴보면,⁵⁾ 의류업체는 주로 조세 빠울리누 거리(Rua José Paulino)와 아이모레스 거리(Rua Aimores)에 집중 분포한다. 원단 및 부자재는 의류업체가 집중된 지역으로부터 동쪽으로 한 블록 떨어진 다 그라사 거리(Rua da Graça)와 트레스 리오 거리(Rua Tres Rios)에 집중되어 있으며, 그밖에 식품점, 종교시설, 의료 및 법무

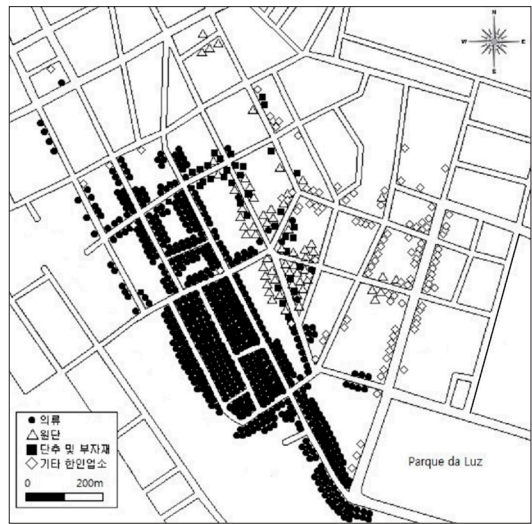


그림 3. 봉헤찌로 의류산업 및 관련 업종의 분포

자료: 현지조사

서비스 등의 기타 한인 업체들은 뿌라테스 거리(Rua Prates)를 중심으로 분포하고 있다(그림 2, 그림 3). 이처럼 봉헤찌로는 한인들의 의류업체와 관련 업종 및 기타 서비스업종이 공간적으로 분리되어 분포하고 있고, 이 지역을 벗어나면 과거의 넓은 공업지역과 주거지역이 혼재되어 나타난다.

2) 집적지 형성에서 에스닉 네트워크의 역할

의류산업으로 명성을 얻고 있던 봉헤찌로에서 한인들이 유태인의 상점을 하나 둘 인수하면서 진입하게 되자, 봉헤찌로는 한인들의 거주 및 경제활동의 중심지로 성장하게 되었는데, 이 과정에서

에스닉 네트워크의 역할을 찾아볼 수 있다. 에스닉 네트워크는 잠재적 기업가들에게 자본, 정보, 기술, 경영 등에 대한 접근을 용이하게 해준다. 다른 경제적 대안이 거의 없는 이주 초기의 한인들은 이러한 에스닉 네트워크에 의존함으로써 의류 산업이라는 특정 부문에 집중하게 되었다(Zhou, 1998b).

에스닉 네트워크가 영향을 미친 과정을 살펴보면, 첫째, 의류 산업에 진입하는 과정, 둘째, 초기 창업 자본을 마련하는 과정, 셋째, 거래 업체를 선정하는 과정, 넷째, 업체의 경영 인력을 확보하는 과정 등이 있다. 첫째, 의류 산업에 진입하는 과정에서 한인들은 의사소통이 가능한 동족 이주자들과 상호 신뢰를 기반으로 봉혜찌로에서 창업 관련 정보를 공유하는 등 에스닉 네트워크를 적극 활용하였다. 브라질 한인들은 물론이고 한국 거주자들까지도 지역 내 의류산업에 진입할 수 있도록 네트워크가 활용되었다. 이와 같은 에스닉 네트워크는 친인척이나 친구와의 관계처럼 개인적인 노력 없이도 이용 가능한 경우가 있는데, 다음은 이에 해당하는 사례이다.

처음 시작할 때 한인 업체에서 물건을 떼다가 파는 방식으로 했지. 백 프로 그렇게 하는 거지. 왜냐면 브라질 사람들한테 가가지고는 그렇게 못하지. 말도 딸리고 또 그 쪽 사람들이 그걸 믿어주지도 안하고. 한국 사람들이 엄청 도움이 되지. 그라고 머 친인척이나 친구 아는 사람 통해가지고 ‘이걸 한번 해봐라’ 그런 식으로 많이 정보를 받으니까. 한국 사람이 여기 와서 커나갈 수 있는 동기가 되는 거지. 그 계 없어봐. 아무것도 없이 머. (제품업, 여, 50세)

남대문에서 주름 잡는 일을 했으니까. 어. 어. 여기 형님이 있어서. 여기 좋으니까 오라고 초청해서 오게 됐죠. (주름가공업, 여, 52

세)

반면, 에스닉 네트워크를 형성·유지하기 위해 개별적인 노력이 필요한 경우도 있다. 다음은 의류산업 관련 정보 및 경제적 이득을 위해, 다른 한인들과 네트워크를 형성하고자 종교단체를 활용한 경우이다.

이 나라에서는 자기가 세를 들어갈 때 보증인이 필요해요. …… 교회를 나가게 되면서 교회에서 아는 자기 교회 성도들은 열심히 하게 되면서 다 이렇게 믿고 보증도 서주고 그런단 말이에요. 예를 들어 저 같은 경우는 아무 친인척도 없는데, 누구한테 부탁을 합니까. 거기에서 인간관계가 형성되는 거죠. (제품업, 남, 52세)

둘째, 창업 자본을 마련하는 과정에서 한인들은 계와 같은 비공식적 방식에 의존함으로써 에스닉 네트워크를 활용하였다. 다음 사례에서 보듯이 한인들은 창업 자본 및 투자 자본을 동족 내부에서 해결했는데, 이는 일반적인 이주자 자영업자들의 자본구득 방식과 동일하다(Light, 1972). 특히 초기에는 한인의 수도 적고 신용에 문제가 생기면 큰 어려움을 겪게 되기 때문에 계가 융성할 수 있었다.

주로 우리가 초창기에는 자금이 자금형성이 약하니까 주로 계모임으로 비즈니스가 확장이 되었다고. 계를 해가지고 가게를 오픈하고 이런 경우가 굉장히 활성화 되었었는데, 지금은 조금은 경기가 다운도 되고 인제. 그러다 보니까 계가 자꾸 펑크도 좀 나고. 인제 그래서 서로 아주 절친한 사람 이런 사람들이 계모임을 계속하는데, 친목계 비슷하게 운영이 된다고. (제품업, 남, 68세)

브라질 은행은 거래 실적과 잔고 및 신용도를 기초로 대부하는 것을 원칙으로 하기 때문에, 은행 거래가 없는 한인들이 은행을 이용하는 것은 거의 불가능했다. 따라서 한인들은 이민 초기부터 계를 시작했고, 목돈을 필요로 하는 한인들은 거의 대부분 의류업에 투자하려는 사람이었음을 감안하면, 계는 한인의류 산업의 초기 창업 자본 및 사업 확장을 위한 자본을 형성하는데 요긴하게 사용되었음을 짐작할 수 있다(전경수, 1991).

셋째, 거래 업체를 선정하거나 관련 정보를 얻는 과정에서 에스닉 네트워크가 활용되고 있다. 다음과 같이 한인들은 상호 정보교환을 통해 거래 업체 특히, 소매상들의 신용도를 평가하고 이를 토대로 거래관계를 맺는 경향이 있다.

우리가 봉헤찌로에 모여 있는 이유가 서로가 정보를 교환해야 되거든요. …… [필자: 지방 소매업자가 와서 거래를 하고자 할 때] ‘어디서 물건을 샀다’ 그러면 전화해서 ‘얼마 동안 샀느냐, 어떠냐’ …… ‘아 이 사람은 문제가 있다’ 이런 얘기를 서로가 정보교환이 되죠. (제품업, 남, 66세)

넷째, 업체의 경영 인력을 확보하는 과정에서는 자녀들을 경영에 합류시킴으로써 가족 기업으로서의 특성을 지속적으로 유지하는 등 가족 네트워크와 같이 매우 좁은 의미의 에스닉 네트워크가 활용된다. 이처럼 자녀들의 합류가 수월한 이유는 의류산업의 경제성이 상대적으로 좋기 때문이다.

한인 1.5세나 2세들이 제품을 물려받는 것은 그냥 당연하다고 생각해요. 당연하다. 막 뭐 해외 유학 갔다오고, 뭐 좋은 대학을 나오고, 의대를 나오고, 그래도 다 결국엔 일루 들어와요. 왜냐면 아직까지는 이게 돈이 되고, 아직까진. 그리고 부모님이 하시구 계시구. …… 부자재다 뭐 그런 식으로 원단 다 비슷비

슷하게 이쪽 분야로. (제품업, 남, 31세)

이와 같이 자녀세대는 브라질이나 미국 등의 대학에서 다양한 분야를 전공하는데, 이들이 봉헤찌로 의류 산업에 합류하면서 포르투갈어에 능통하지 못한 1세대에게 큰 힘이 되고 있다. 특히 제품의 성격상 미술, 디자인, 품질관리, 마케팅, 법률, 회계 등의 다양한 분야의 인력이 필요한 만큼, 해당 분야의 전문 지식을 갖춘 자녀들의 합류로 승계 작업이 순조롭게 진행되고 있다.

이상의 내용으로 보건대, 봉헤찌로에서 한인 에스닉 네트워크는 과거 공식적 금융기관을 이용하기 어려웠던 이주 초기에 자본 마련에 요긴하게 활용되었고, 오늘날에는 주로 창업단계와 기업의 승계과정 그리고 거래업체에 대한 정보 공유 차원에서 이용되고 있음을 알 수 있다. 이러한 에스닉 네트워크를 통해 봉헤찌로는 한인들이 의류산업에 진입하고, 성장해 나가면서 결과적으로 집적지를 형성하게 된다.

3) 생산 체계의 특성으로 인한 집적지의 형성

의류산업은 기업별 전문화를 통해 업체 간 긴밀한 생산연계를 형성하므로, 연계 비용의 저감과 전문화된 노동력 풀 및 정보의 원천에 도달하고자 특정 영역에 집중하게 되는데, 결과적으로 동종 산업 및 연관 산업의 집적을 이끌게 된다(Scott, 1988b; Healey and Ilbery, 1990). 따라서 의류산업은 에스닉 네트워크가 작동하지 않는 경우에도 산업 자체의 특성으로 인해 공간적으로 집적되는 경향을 보인다.

봉헤찌로 한인들은 기업 내에서 제품의 전과정을 포괄하지 못함에 따라 역내 분업에 의존하고 있다. 초기에는 봉제업이나 부자재 부착업 또는 ‘벤데’로 참여하였지만, 최근에는 주로 의류 제조 및 유통의 각 단계별 주요 행위자들을 고용하거나

다른 업체들과의 거래관계를 통해 의류업체를 경영하고 있다. 의류산업 집적지의 형성 과정을 설명하기 위해서는 먼저 한인이 이 지역에 진출한 과정을 의류 생산체계의 특성과 관련하여 고찰하는 것이 필요하다. 나아가 의류제조 및 유통의 전 과정에서 의류관련 정보의 획득과 원부자재의 거래, 관련 피고용인의 채용 그리고 하청업체의 선정 등을 중심으로 집적 메커니즘을 규명하고자 한다.

첫째, 한인의 봉혜피로 진출은 비동족(non-ethnic) 이주자인 유태인 의류업체와 생산 연계를 맺으면서 비롯되었다. 한인들은 봉혜피로에 본격 진출하기 이전부터, 지역 내 유태인이 주도하는 의류산업에서 수직적으로 분화된 공정 가운데 저임금의 봉제단계를 담당함으로써 지역 내 의류 생산에 참여하였고 이를 통해 봉혜피로에 진출하게 되었다. 이는 거래 관계에서 서로 경제적 이득을 취할 수 있다면, 거래업체의 소유주가 동족인지 여부는 중요하지 않음을 보여준다. 다음은 유태인 업체의 봉제하청을 시작으로 이 지역에 진출한 사례이다.

처음에 진짜 처음에는 유태인들 꺼 했어. …… 그 다음에 한국 사람들이 하나 둘 제품 가계를 수령하니깐, 그때 이제 또 가져다가 우리가 좀 오래했어. 바느질을. (제품업, 여, 53세)

이후 유태인 업체와 한인업체는 경쟁관계에 놓이게 되는데, 완제품을 생산하여 진열·판매하는 한인업체들이, 주문생산 방식을 고수한 유태인 업체를 압도하면서 급속히 성장하게 되었다. 여기에 유태인들이 자녀들의 주류사회 진출로 의류업을 이을 후속 세대를 찾지 못하자 한인들의 진출이 확대되었고, 한인들은 1층은 판매 공간으로, 2~4층은 제조 및 사무 공간으로 활용하는 오늘날의 경관을 형성하게 되었다.

둘째, 한인 의류산업은 브라질 주류시장을 대상

으로 하므로, 스타일리스트나 디자이너를 활용할 때⁶⁾ 다음 사례와 같이 현지인의 취향을 반영하고자 브라질 현지인을 고용하거나 프리랜서를 활용함으로써 브라질인 전문가의 지역 내 참여가 확대되었다. 이밖에 브라질 현지인들을 상대하기 위해 판매사원도 브라질 인을 고용하고 있다.

디자인하기 전에 그림을 짚 그려갖고 오는 애들 여기는 많아. 여기는 그거를 해야 돼. 왜냐면, 우린 한국 사람이고, 애는 브라질 애거든. …… 애가 일주일에 한 번 와서 우리 가게에 스타일에 맞게끔 해주는 거야. …… 브라질 애들이기 때문에 브라질 애들이 좋아하는 스타일을 하니까. (제품업, 여, 53세)

새로운 의류 관련 정보는 브라질인들의 선호를 반영하기 위해, 업주 또는 업주와 현지인 스타일리스트나 디자이너가 유럽 및 북미지역과 브라질 현지의 주요 의류매장을 정기적으로 방문하여 수집하고 있다. 이밖에 해외 패션 관련 도서와 인터넷 사이트 등으로부터도 도움을 받는다.

반면, 이 지역에서 한인 의류업자들 간 의류 디자인 관련 정보의 교류는 존재하지 않는다. 이주자들은 의류 산업에 과도하게 집중되면서 치열한 경쟁과 함께 상호 견제하는 경향을 보이는데, 다음은 지역 내에서 업체 간 디자인 표절을 우려하는 분위기를 보여준다.

자기 나름대로 정성을 들여서 만들어 놔는데, 이렇게 [필자: 사진을] 찍으면 다 오해 산다고. 오늘 내가 여기서 만들면 내일 저기서 나와. 3일이면 옆집에서 나와. 가격이 똑 떨어지는 거야. (제품업, 여, 51세)

셋째, 봉혜피로 한인의 의류제조 및 유통은 다양한 민족이 운영하는 의류 관련업체들과의 거래를 통해 지역 내에서 완결되고 있다. 한인들의 진

출 초기에는 원부자재를 외지에서 조달해야 하는 어려움이 있었지만 오늘날에는 다양한 업체들에 의해 역내 조달이 가능해졌다. 예컨대, 원부자재의 경우 유태인이나 이탈리아인, 브라질 인들도 한인 의류업체들과 거래 관계를 맺고 있으며, 신용이나 품질 및 기술력이 좋다면, 그 업체가 한인이 운영하든 그렇지 않든 문제가 되지 않는다.

근데 뭐 여기 이태리계도 있고, 독일계도 있고, 원주민들도 있고, 뭐 유태인도 하고. 한국 사람들은 한 다 합해서 10개 정도 되는 것 같아요. (부자재 공급업, 남, 52세)

다 똑같아요. …… 거래해가지고 좀 안 좋은면은 한국 사람도 거래 끝나는 거지. 한국 사람이나 브라질 사람이나 똑같이 신용위주로 하는 거니까. (제품업, 남, 57세)

넷째, 오늘날 한인 의류업체들은 비용절감 차원에서 재단사를 비롯한 직원을 한인 대신 브라질 현지인으로 고용하고, 봉제단계도 저임금의 비동족 이주자들에게 하청을 줌으로써, 봉헤찌로 및 인접 지역에서 브라질 현지인 피고용자와 비동족 이주자의 집중을 야기하고 있다. 다음은 비용절감 차원에서 한인을 기피하는 사례와 저임금의 생산성이 높은 볼리비아 이주자 업체와의 거래관계를 보여준다.

브라질에서 한국사람 비싸서 못 써요. 왜냐 하면 한국사람 한 명 쓸 거 머 브라질은 2-3명 쓰거든. 그리고 시키기가 쉽지 않죠. 막일을. 한국 사람들은 눈치 보이잖아요. 막 시키기는 인건비도 비싸고. (제품업, 여, 42세)

다 잘라가지구 바느질은 안하지 못하죠. 다 잘라서 바느질만큼은 볼리비아 애들이 손도 빠르고 저기해. 그러니까 볼리비아 애들한테

가는 거야. 브라질 애들은 꼼꼼한 대신에 늦어. ……그런데 볼리비아 애들은 한 장당 얼마. 개네들도 어차피 남의 나라고 우리도 남의 나라야. 그러니까 이게 달려있다고 돈이. 개네들은 잠 안자고 막노동한다고 열시까지도 막노동하니깐 개네들 하루에 백장. 이백 장 나올 걸. (제품업, 여, 51세)

이처럼 한인 의류업체는 업주는 한인이지만 역내 피고용인 및 거래 업체는 대부분 브라질 현지인 및 비동족 이주자 집단으로 채워지고 있다. 이처럼 이주자들이 경영하는 의류업체들이 비동족 이주자를 고용하는 것은 다른 국가들에서도 보편적으로 나타나는 현상이다(Light, *et al.*, 1999).

다섯째, 봉헤찌로는 브라질 최대의 의류산업 지역이라는 명성을 획득하고 브라질 전역으로 상권이 확대됨에 따라 수요자의 유입이 지속되고 있다. 오늘날 이 지역은 여성 의류에 관한 한 의류제품은 물론 원부자재 부문에서도 가장 대표적인 지역으로 인식되고 있다. 다음은 봉헤찌로의 상권을 알 수 있는 사례이다.

상권이 형성되어 있으니깐 일부러 내가 막 개척해서 내가 가게를 딱 하나 얻어서 막 팔라고 하질 않아도 여기는 이미 상권이 다 형성돼 있는 상태인 거예요. 손님들이 항상 올라오는 거예요. 지방에서 ‘아, 여기 가면은 많은 옷을 값싸게 살 수 있다’는 인식이 있어요. (제품업, 여, 42세)

봉헤찌로에 파는 비율은 저는 10%, 20%. 예를 들어서 한국에서는 전국에서 동대문시장에 가서 물건을 떼 가죠. 그런 거예요. 브라질 전역에서 의류 부속은 이 길이 제일 중심가예요. 저는 지방 손님들이 더 많아요. (부자재 공급업, 남, 52세)

이처럼 제품의 판매, 피고용인의 채용, 거래관계 등이 동족 내부에서 이루어지지 않는 경우, Kaplan(1997)은 이주자 자영업자들이 공간적으로 집중할 이유는 없다고 주장한다. 이는 에스닉 인클레이브가 전적으로 에스닉 네트워크에 기인한다는 전제에서 나온 주장이다.

봉헤찌로 한인들은 비동족 이주자인 유태인들과 거래를 통해 이 지역에 진입하기 시작했고, 제품의 판매시장 또한 브라질 주류시장이며, 원부자재 및 봉제하청 거래업체를 비롯하여 재단사와 디자이너 및 판매사원 등 피고용인의 채용에 이르기까지 온전히 동족 내부에서 완결된 경우를 찾아보기 어렵다. 이와 같이 봉헤찌로 의류산업은 제조 및 유통과 관련된 대부분의 과정이, 에스닉 네트워크가 아닌 브라질 현지인 및 비동족 이주자들과의 관계를 통해 진행되고 있음에도 봉헤찌로를 중심으로 제한된 영역에 집중되고 있다. 이는 에스닉 인클레이브에서 나타나는 산업 집적지가 에스닉 네트워크에 의해서만 형성되는 것이 아니라, 산업 자체의 생산체계와 관련하여 나타나는 공간적 수렴현상에서도 그 원인을 찾을 수 있음을 보여주는 것이다(Scott, 1988a).

4. 결론

에스닉 인클레이브 연구는 지리학자들의 참여가 상대적으로 부진한 가운데, 에스닉 네트워크 중심으로 연구가 진행됨에 따라, 지리적 맥락과 산업 생산체계의 공간적 함의에 대한 설명이 충분히 이루어지지 못하였다. 본 연구는 브라질 봉헤찌로 한인 의류산업지구를 사례로, 이주자 집단의 공통점에 기반한 에스닉 네트워크 뿐 아니라 지역의 성장 경로를 비롯한 지리적 맥락 그리고 의류산업의 생산체계에 대한 고찰을 통해 사례지역의 형성 메커니즘을 규명하고자 하였다.

봉헤찌로는 상파울루 시 도심의 주변부에 위치한 주공혼재 지역으로서, 낮은 지대와 높은 접근성으로 인해, 이주자들에게 주거와 경제활동의 기반을 제공했다. 이를 기반으로 성장한 유태인 의류산업은 동종 업종에 종사하던 한인들의 봉헤찌로 진출의 계기가 되었고, 결과적으로 한인들은 이 지역이 브라질 최대의 의류산업지구로 성장하는데 견인차 역할을 하게 되었다.

한인들 사이의 에스닉 네트워크는 공식적인 금융기관을 이용할 수 없었던 이주 초기에 창업 자본이나 투자 자금을 마련하는 과정에서 매우 요긴하게 활용되었으며, 오늘날에는 의류산업에 진입하는 단계와 거래처 관련 정보를 얻는 과정 그리고 가족의 경영 참여 과정에서 활용되고 있다. 그러나 실제 대부분의 의류제조 및 유통 단계는 에스닉 네트워크보다는 브라질 현지인 및 비동족 이주자들과의 거래 네트워크를 통해 진행되고 있다.

본 연구는 에스닉 인클레이브에서 나타나는 산업의 집적이 전적으로 에스닉 네트워크에서 기인하는가 하는 의문에서 출발하였다. 연구지역에서는 에스닉 네트워크도 중요한 역할을 했지만, 이주자 의류 산업지역이라는 지역의 발전 경로와 의류산업의 생산체계와 관련하여 나타나는 공간적 수렴현상도 중요한 원인이었으며, 이 과정에는 비동족 이주자 집단 및 브라질 현지인들의 참여도 활발하게 이루어졌음을 알 수 있었다. 이상과 같은 사실을 고려할 때, 장차 에스닉 인클레이브 연구에서는 에스닉 네트워크 뿐 아니라 업종별 공간조직에 대한 고찰도 반드시 수반되어야 할 것이다.

주

- 1) 'ethnic enclave'는 연구자마다 우리말 표기가 서로 상이할 뿐 아니라, 영문의 발음대로 사용하는 연구자들도 있으므로, 본 연구에서도 이를 좇아 '에스닉 인클레이브'로 표기하고자 한다.

- 2) '제품업(confecção)'이란 브라질 한인들이 여성 의류를 제조 및 유통하는 산업으로서, '물건을 정성들여 만들다'라는 뜻을 가진다(최금좌, 2011).
- 3) '헤벤데(revendedor)'란 의류 완제품의 도소매인을 말한다.
- 4) '벤데(vendedor)'란 의류, 원단, 단추 및 부자재 등의 중개상인 및 판매인을 말한다.
- 5) 봉헤찌로 현지조사에서 의류업체 697개, 원단 61개, 단추 및 부자재 34개, 기타 한인업소 102개 등을 파악하고 이를 지도화 했다. 원단이나 부자재는 한인 이외의 업소를 포함 하였으므로 표 3보다 많은 것으로 나타났고, 한인 의류업체는 시간적으로 조사하는 과정에서 일부 업체가 누락된 것으로 보인다.
- 6) 이 지역에서 스타일리스트는 고객의 성향을 파악하여 디자인 경향을 업체에 제시하는 업무를 담당하며, 디자이너는 해외 방문 및 시장 조사에서 획득한 의류샘플을 수정하거나 카피본을 제작하는 업무를 맡는다.

참고문헌

남미동아일보사, 2011, 동아한인업소록.
 박동수, 2011, 발간사, 브라질한인이민사 편찬위원회, 브라질 한인 이민 50년사(1962-2011), 도서출판 교음사, 38-39.
 브라질한인이민사 편찬위원회, 2011, 브라질 한인 이민 50년사(1962-2011), 도서출판 교음사.
 브라질 한국이민 20주년 기념행사 추진 위원회, 1983, 브라질 이민 20주년 기념.
 손정수, 2007, 1960년대 남미 농업이민: 브라질, 아르헨티나, 파라과이, 국사편찬위원회, 138-172.
 이민 제 40주년 행사 준비위원회, 2003, 브라질 한인이민 제 40주년.
 이용균, 2013, 이주자의 장소점유와 주변화 담론연구: 서울 자양동 중국음식문화거리를 사례로, 한국경제지리학회지, 16(2), 218-232.
 임석희, 2009, 미국 시카고 대도시권의 한국인 자영업 특성과 성격 변화, 국토지리학회지, 43(2), 221-239.
 장영진, 2006, 이주노동자를 대상으로 하는 상업지역의 성장과 민족 네트워크: 안산시 원곡동을 사례로,

한국지리지리학회지, 12(5), 523-539.
 전경수, 1991, 브라질의 한국이민, 서울대학교 출판부.
 정수열, 2010, 이민자의 주거 집중이 자영업 활동에 미치는 영향, 국토지리학회지, 44(1), 25-34.
 정수열·임석희, 2013, 도시 내 이민자 자영업의 시공간적 역동성- 시카고 거주 한국인 이민자를 사례로, 한국경제지리학회지, 15(3), 376-389.
 정하원, 2011, 브라질 한인이민사회와 계와의 상관관계, 브라질한인이민사 편찬위원회, 브라질 한인 이민 50년사(1962-2011), 도서출판 교음사, 811-815.
 조현미, 2007a, 에스닉 커뮤니티에 있어서의 에스닉 비즈니스의 역할, 지리학논구, 26, 31-43.
 조현미, 2007b, 재일한인 중소기업 자영업자의 직업과 민족 간의 유대관계: 오사카 이쿠노쿠를 사례로, 대한지리학회지, 42(4), 601-615.
 최금좌, 2007, 재브라질 한국이민사회: 세계화 시대 도전과 성취 그리고 전망, 중남미연구, 25(2), 267-306.
 최금좌, 2011, 도시 쌍빠올로에서의 생활, 브라질한인이민사 편찬위원회, 브라질 한인 이민 50년사(1962-2011), 도서출판 교음사, 272-367.
 최금좌, 2012, 브라질 상파울루 시의 코리아타운 '봉헤찌로', 임영상 외, 코리아타운과 한국문화, 북코리아, 358-395.
 현규환, 1976, 한국유이민사 하권, 서울: 삼화출판사.
 Airriess, C., 2006, Scaling central place of an ethnic-Vietnamese commercial enclave in New Orleans, Louisiana, in Kaplan, D. and Li, W., eds., *Landscapes of the Ethnic Economy*, New York, Rowman & Littlefield Publishers, INC., 17-33.
 Albert, H., 2006, Geographic boundaries of the Cuban enclave economy in Miami, in Kaplan, D. and Li, W., eds., *Landscapes of the Ethnic Economy*, New York, Rowman & Littlefield Publishers, INC., 35-47.
 Barrett, G. and McEvoy, D., 2006, "The evolution of Manchester's Curry Mile: From suburban shopping street to ethnic destination," in Kaplan, D. and Li, W., eds., *Landscapes of the Ethnic Economy*, New York, Rowman & Littlefield Publishers, INC.,

- 193-207.
- Bonacich, E. and Modell, J., 1980, *The Economic Basis of Ethnic Solidarity: Small Business in the Japanese American Community*, Berkeley: University of California Press.
- Davis, C., 2004, Beyond Miami: The ethnic enclave and personal income in various Cuban communities in the United States, *International Migration Review*, 38(2), 450-469.
- Fong, E., Chen, W. and Luk, C., 2007, Ethnic businesses in suburbs and the city, *City and Community*, 6, 119-136.
- Fong, E., Anderson, E., Chen, W. and Luk, C., 2008, The logic of ethnic business distribution in multiethnic cities, *Urban Affairs Review*, 43(4), 497-519.
- Harrison, B., 1992, Industrial districts: old wine in new bottles? *Regional Studies*, 26, 469-483.
- Healey, M. and Ilbery, B., 1990, *Location and Change: Perspectives on Economic Geography*, Oxford University Press, Oxford.
- Jones, T., McEvoy, D. and Barrett, G., 1992, *Small Business Initiative: Ethnic Minority Business Component*, Swindon: ESRC.
- Kaplan, D., 1997, The creation of an ethnic economy: Indochinese business expansion in Saint Paul, *Economic Geography*, 73(2), 214-233.
- Kaplan, D. and Li, W., 2006, "Introduction: The places of ethnic economies," in Kaplan, D. and Li, W., eds., *Landscapes of the Ethnic Economy*, New York, Rowman & Littlefield Publishers, INC., 1-14.
- Light, I., 1972, *Ethnic Enterprise in America: Business and Welfare among Chinese, Japanese, and Blacks*, Berkeley: University of California Press.
- Light, I. and Bonacich, E., 1988, *Immigrant Entrepreneurs: Koreans in Los Angeles, 1965-1982*, Berkeley, University of California Press.
- Light, I., Bernard, R. and Kim, R., 1999, Immigrant incorporation in the garment industry of Los Angeles, *International Migration Review*, 33(1), 5-25.
- Light, I., Sabagh, G., Bozorgmehr, M. and Der-Martirosian, C., 1994, "Beyond the ethnic enclave economy," *Social Problems*, 41(1), 65-80.
- Lo, L. and Wang, S., 2007, The new Chinese business sector in Toronto: A spatial and structural anatomy of medium-sized and large firms, in Fong, E. and Luk, C., ed., *Chinese Ethnic Business: Global and Local Perspectives*, London: Routledge, 64-86.
- Min, P., 1989, Some positive functions of ethnic business for an immigrant community: Koreans in Los Angeles, *Final Report submitted to the National Science Foundation*.
- Mitchell, K., 2000, Network of ethnicity, in Sheppard, E. and Barnes, T., eds., *A Companion to Economic Geography*, Oxford, Blackwell, 392-407.
- Ndofor, H. and Priem, R., 2011, Immigrant entrepreneurs, the ethnic enclave strategy and venture performance, *Journal of Management*, 37(3), 790-818.
- Portes, A., 1981, Modes of structural incorporation and present theories of labor immigration, in Kritiz, M., Keeley, C., and Tomasi, S., eds., *Global Trends in Migration*, New York: Center for Migration Studies, 279-297.
- Portes, A. and Bach, R., 1985, *Latin Journey*, Berkeley: University of California Press.
- Portes, A. and Jensen, L., 1987, What's an ethnic enclave? The case for conceptual clarity, *American Sociological Review*, 52, 768-771.
- Saxenian, A., 1989, In search of power: organization of business interests in Silicon Valley and route 128, *Economy and Society*, 18, 25-70.
- Scott, A., 1988a, Flexible production systems and regional development: the rise of new industrial spaces in North America and Western Europe, *International Journal of Urban and Regional Research*, 12(2), 171-186.
- Scott, A., 1988b, *New Industrial Spaces*, London: Pion Limited.
- Ward, R., Randall, R. and Krcmar, K., 1986, Small firms in the clothing industry: the growth of minority enterprise, *International Small Business Journal*,

- 4(3), 46-56.
- Wilson, K. and Portes, A., 1980, Immigrant enclaves: An analysis of the labor market experiences of Cubans in Miami, *American Journal of Sociology*, 86, 305-319.
- Zhou, Y., 1998a, Beyond ethnic enclaves: Location strategies of Chinese producer service firms in Los Angeles, *Economic Geography*, 74(3), 228-251.
- Zhou, Y., 1998b, How do places matter? A comparative study of Chinese ethnic economies in Los Angeles and New York City, *Urban Geography*, 19(6), 531-553.

교신: 장영진, 363-791, 충북 청원군 강내면 다락리 산 7
번지, 한국교원대학교 지리교육과, 전화: 043-
230-3508, 이메일: jangyj@knue.ac.kr

Correspondence: YoungJin Jang, Department of Geog-
raphy Education, Korea National University
of Education, San 7, Darak-ri, Gangnae-myen,
Cheongwon-gun, Chungbuk, 363-791, Korea,
Tel.: 82-43-230-3508, E-mail: jangyj@knue.ac.kr

최초투고일 2014년 9월 28일
수 정 일 2014년 10월 20일
최종접수일 2014년 10월 22일