

RECEPTORES NÓMADAS: confluencias entre recepción televisiva y migración transnacional

URIBE, Ana

Profesora-Investigadora del Centro de Investigaciones
Sociales, adscrito a la Facultad de Letras y Comunicación, de
la Universidad de Colima / México.

RESUMO

El cambio de residencia del sujeto, ya sea individual o en grupo, es una constante en los movimientos culturales de la sociedad global, esta situación definitivamente impacta en los procesos de recepción cultural de los medios de comunicación, particularmente la televisión. El objetivo de este artículo es compartir ideas relacionadas a los vínculos que pueden establecerse entre las perspectivas de la migración transnacional y la recepción televisiva. El artículo se divide en dos partes, en una primera recuperamos la propuesta de Appaduari Arjun (1996) sobre esferas públicas en diáspora, como un intento de nombrar los vínculos entre nomadismo y medios de comunicación; en una segunda parte, aludimos a un trabajo de investigación sobre recepción de telenovelas mexicanas realizado con inmigrantes de origen mexicano residentes en Los Angeles, California.

Palavras-chave: Recepción televisiva. Migración transnacional.
Esferas públicas.

1 INTRODUCCIÓN

Debido a la dinámica de la globalización económica y mundialización cultural, los sujetos sociales tienden a moverse de su territorio geográfico y simbólico. El cambio de residencia de las personas, ya sea individual o en grupo, es una constante en los movimientos culturales de la sociedad global. Esta situación definitivamente impacta en los procesos de recepción cultural de los medios de comunicación, particularmente la televisión, por ser el medio que tiene fuerte presencia en la vida cotidiana de los sujetos. En ese sentido, el objetivo de este artículo es compartir ideas relacionadas a los vínculos que pueden establecerse entre las perspectivas de la migración transnacional y la recepción televisiva. Para reforzar nuestros argumentos, tomamos como referencia un trabajo de investigación sobre recepción de telenovelas mexicanas realizado con inmigrantes de origen mexicano residentes en Los Angeles, California. El artículo se divide en seis breves apartados, en un primero recuperamos la propuesta de Appaduari (1996) sobre esferas públicas en diáspora, como un intento de nombrar los vínculos entre nomadismo y medios de comunicación. En un segundo apartado, aludimos a la perspectiva de migración y transnacionalismo, del tercero al sexto apartado, tomamos como referencia nuestra investigación empírica.

2 LAS ESFERAS PÚBLICAS EN DIÁSPORA

En la bibliografía académica, se ha referido de diversas formas los agentes sociales que integran las audiencias de los medios de comunicación, particularmente de la televisión. Así, se habla de consumidor(es), recepto(res), público(s), lector(es). Se ha nombrado también de manera indistinta su forma de relación con la industria cultural, recurriendo a categorías teóricas como apropiación, consumo, recepción, uso, lectura, formación del gusto. Hay referencias a comunidades hermenéuticas, comunidades interpretativas, comunidades imaginadas, formación de la opinión pública. Cada una de estas miradas analíticas es dispersa y demasiado extensa, por ello lleva a reflexiones

epistemológicas amplias sobre la concepción de los sujetos, su sentido de interacción social en la vida cotidiana.

Por lo menos desde las últimas dos décadas del siglo pasado, ya existe una amplia producción en las ciencias sociales latinoamericanas y europeas sobre estudios de recepción y/o estudios sobre audiencias[2]. Particularmente en campos como la sociología, la comunicación, la semiótica, la literatura y la antropología se plantean nuevas metodologías fundamentadas en trabajos empíricos, en su mayoría de corte cualitativo. Académicos especializados en este asunto, en variados congresos de comunicación y cultura, cada vez más generan espacios y mesas de discusión para dialogar en torno de las audiencias y la recepción televisiva, así como de las corrientes de estudio[3]. Producto de estos encuentros académicos pueden documentarse en las memorias de los congresos.

Las miradas epistémicas actuales sobre el tema que acabamos de referir, no puede desligarse de la discusión en torno de la globalización cultural y el impacto de la migración internacional. La nueva forma de pensar la audiencia y los estudios de recepción televisiva, debe tomar en cuenta la idea de receptores globales, audiencias plurales más que homogéneas (Lozano, 1991). Pues más que nunca los sujetos sociales, independientemente del contacto físico, viven interconectados en procesos de información mundial. A través de los medios de comunicación, particularmente la televisión, las personas pueden acceder a una diversidad de mensajes y códigos que trascienden las fronteras nacionales.

La globalización ha intensificado los procesos de migración al interior y entre las naciones. En los últimos años, por diversos motivos (trabajo, familia, violencia, guerra, turismo, negocios, curiosidad) mucha población en el mundo se ha movido constantemente de su lugar de origen a otros lugares. Traslados temporales o definitivos de un lugar a otro, es una característica propia de la sociedad global. Pero no se trata de una migración en una sola dirección. Se habla de migración transnacional en un sentido circular, porque el sujeto aunque deje territorialmente un lugar, no abandona su constante comunicación y referentes simbólicos respecto del lugar que ha dejado. De acuerdo con Glick Schiller, N. et. al. (1992), ese tipo de migración, refiere a un proceso por el cual los inmigrantes (transmigrantes, en este caso) constituyen campos sociales donde se vinculan juntos el país de origen y el de destino; ellos participan de acciones, decisiones y sentimientos compartidos, desarrollan identidades dentro de redes sociales que conectan dos o más sociedades simultáneamente.

Las migraciones del siglo XIX y la primera mitad del XX eran casi siempre definitivas y desconectaban a los que se iban de los que se quedaban, en tanto los desplazamientos actuales combinan traslados definitivos con temporales, hay una posibilidad mayor por mantener la comunicación fluida con los lugares de origen[4]. Los puntos de partida y arribo, son determinados por amistad, parentesco, redes étnicas y

organizadas por los mismos inmigrantes. Antes, la migración internacional seguía un camino mucho más estrecho y predecible: de una colonia a una metrópoli, unidas por el lenguaje o donde contratos de migración bilateral se firmaban. Ahora, los cambios en la tecnología y el transporte masivo han abierto nuevas rutas para los inmigrantes (Cohen, 1997).

Los estudios actuales sobre audiencias televisivas deben considerar por un lado, la forma como la migración y el transnacionalismo está construyendo nuevos receptores culturales; y por otro, la forma como los medios de comunicación están influyendo e impulsando la actividad migratoria y ayudando a los procesos de adaptación transnacional. Tenemos pues el movimiento y dinamismo de dos fuerzas complementarias, a) la migración y transnacionalismo como mediaciones en los nuevos modos de recepción televisiva, y b) el propio proceso de apropiación televisiva como mediación en el ejercicio de migrar y la convivencia transnacional.

Si tomamos la primera idea, vemos que indudablemente, la desterritorialización física, genera nuevas experiencias culturales en el sujeto que significativamente influyen en sus modos de relación con la televisión. El mudar de residencia o migrar a otro país, además de modificar los estilos y forma de vida de la gente, puede también influir en la forma como los sujetos definen sus gustos y preferencias por la televisión, así como en los usos culturales de los medios de comunicación en general. Como bien lo refiere Appadurai (1996:6): “Aquellos que quieren irse, aquellos que ya lo han hecho, aquellos que desean volver, así como también por último, aquellos que escogen quedarse, rara vez formulan sus planes fuera de la esfera de la radio o la televisión, los cassettes o los videos, la prensa escrita o el teléfono. Para los migrantes, tanto la política de la adaptación a sus nuevos medios sociales como el estímulo a quedarse o volver, son profundamente afectados por un imaginario sostenido por los medios masivos de comunicación, el cual con frecuencia trasciende el territorio nacional”.

Los receptores en tiempos actuales dejaron de ser sujetos cautivos para ser sujetos nómádicos (Lozano, 1991). De acuerdo con el trabajo de Radway: “las audiencias no están nunca ensambladas fijamente en un lugar o ni siquiera en un espacio fácilmente identificable” (en Lozano, 1991:22). Esta reflexión sobre el nomadismo surge por la dificultad de comprender la recepción como objeto de estudio fijo, y como una crítica a la forma como se ha analizado teórica y metodológicamente, tomando siempre referentes definidos, circunscritos a segmentos específicos de población. La migración transnacional tiene mucho qué decir para comprender la complejidad de este movimiento.

Los cruces entre la migración y los medios de comunicación, son centrales para comprender los nexos entre lo global y lo moderno. Para Appadurai (1996) la experiencia migratoria yuxtapuesta con las imágenes y velocidad de información característica de la industria mediática, da lugar a la creación de la “esfera pública en

diáspora”. Esto lo justifica con los siguientes ejemplos: “Cuando los trabajadores turcos en Alemania miran películas provenientes de Turquía en sus departamentos en Berlín, y los coreanos de Filadelfia miran las imágenes de las Olimpiadas de Seúl (1988) que les llegan de Corea vía satélite, y los taximetristas pakistanes que viven en Chicago escuchan cassettes con grabaciones de los sermones pronunciados en las mezquitas de Paquistán o Irán que les envían sus parientes o amigos por correo, lo que vemos son imágenes en movimiento encontrándose con espectadores desterritorializados. Esto da lugar a la creación de esferas públicas en diásporas, fenómeno que hace entrar en cortocircuito las teorías que dependen de la continuidad de la importancia del Estado-nación con el árbitro fundamental de los grandes cambios sociales...” (1996:4).

Esta idea de esferas públicas en diáspora se nutre de dos flujos, con la experiencia de vida de la migración y con la apropiación cultural de los medios de comunicación: “las personas y las imágenes se encuentran de forma impredecible ajenas a la certidumbre del hogar y del país de origen y ajenas también al cordón sanitario que a veces y selectivamente tienden a su alrededor los medios de comunicación locales o nacionales” (Appadurai, op. cit.). Es precisamente esta constitución, dinamismo y movimiento de la esfera pública en diáspora nos permite comprender la audiencia televisiva en entornos de migración y transnacionalismo.

3 MIGRACIÓN Y TRASNACIONALISMO

No hay dos naciones en el mundo, con economías tan desiguales, que tengan la característica de compartir una frontera tan extensa como la que divide a México de Estados Unidos. Esta frontera es la que muchos mexicanos cruzan diariamente en busca de mejores condiciones de vida que no encuentran en su lugar de origen. Lleno de complejidades y contradicciones, el fenómeno de la migración mexicana a Estados Unidos, tiene una larga historia que atraviesa prácticamente el siglo pasado, con antecedentes significativos desde el siglo antepasado[5]. Al abrir las puertas al nuevo milenio, la migración mexicana a Estados Unidos, tiene un crecimiento expansivo, progresivo y en diversidad, los mexicanos son una de las principales diásporas de inmigrantes en el mundo. Año con año emigran miles de mexicanos en busca del llamado sueño americano. Lugares como California, en particular Los Angeles, son espacios específicos de recepción de inmigrantes mexicanos. Mientras exista la incapacidad del gobierno mexicano para generar fuente de empleos suficientes que permitan cumplir las demandas de desarrollo económico y social, la migración no va a detenerse[6].

El desarrollo de la modernidad y la cultura globalizada han influido para que los inmigrantes de origen mexicano radicados en Estados Unidos, se encuentren cada vez más comunicados y vinculados con sus comunidades de origen. Hoy más que nunca, el

intercambio de información, dinero y comunicación personal detonada por la migración, fluyen con agilidad y rapidez. Por ejemplo, las remesas que los emigrantes mexicanos envían desde Estados Unidos a sus familiares a México, son de las principales fuentes de ingreso a ese país[7]. Asimismo, las comunicaciones telefónicas contribuyen a fortalecer estos vínculos. Las compañías telefónicas y sistemas de transferencias bancarias de envíos de dinero, son de los grandes mercados hispanos que facturan sumas millonarias en Estados Unidos. Las redes sociales han cumplido funciones singulares porque hacen posible los vínculos permanentes y cotidianos entre las comunidades de origen y destino (Massey. D. et. al., 1991; Durand, 1994; Durand y Massey, 1992).

La perspectiva del transnacionalismo o del estudio de las comunidades transnacionales ha venido reflexionando acerca del sentido de la movilidad y circulación de bienes materiales, simbólicos e informativos, producto o consecuencia de la migración internacional (Glick Schiller, et. al. 1992; Smith, R. 1999; Malkin, V. 1999; Canales y Zolniski 2000). La acción de migrar no es una acción lineal, los teóricos de la migración transnacional ya no pueden estudiar al sujeto como emigrante temporal o permanente, sino como emigrantes que realizan desplazamientos circulares (Durand, 1994; Bustamante, 1989, 1997) que les implica, además de la movilidad física, el intercambio de recursos económicos, sociales, culturales. Debido al carácter circular de la migración, se hablan del sujeto transmigrante o familias transmigrantes que conviven, fluyen, se conectan y se mueven afectiva y culturalmente entre dos mundos, el de su país de origen y el de destino, entre su casa en Nueva York y la casa de los padres en Puebla (Herrera, 2001; Gendreau M. y Giménez G. 2000).

Tomando en cuenta esta perspectiva del transnacionalismo y con base en nuestra experiencia de investigación empírica realizada con inmigrantes de origen mexicano que viven en Los Angeles, California, vamos a comentar algunas de las implicaciones particulares que tiene el mirar televisión y telenovelas en contextos de inmigración. Con investigación de corte cualitativo, hemos trabajado de abril de 2001 a abril de 2002, con un cuerpo de datos empíricos compuesto por siete grupos de discusión (hombres y mujeres) de inmigrantes de origen mexicano (con y sin documentos legales para residir en Estados Unidos), doce hogares mexicanos (también de ascendencia mexicana), tomamos como eje a las mujeres madres de familia, asimismo, reforzamos nuestra investigación con etnografía de la televisión[8].

4 LA TELEVISIÓN, PRINCIPAL RECEPTORA DEL INMIGRANTE

En Estados Unidos, el crecimiento de la población de origen mexicano en particular y de la población de ascendencia latinoamericana en general, sobre todo en las dos últimas décadas, ha repercutido en un crecimiento de ofertas culturales y de consumo. El llamado mercado latino, objetivado en la producción, circulación y apropiación de

bienes materiales y simbólicos dirigido al segmento de la población que habla español, representa un símbolo de progreso económico para los inversionistas en este ramo[9]. En Estados Unidos, son los latinos, un grupo étnico que tienen mayor fidelidad en consumir productos de marcas reconocidas, que desconocidas[10].

Sin duda alguna, la televisión hablada en español representa un flujo cultural y mercadológico en el mercado latino. Univisión y Telemundo, cadenas televisivas de acceso público, son las dos redes principales de habla hispana en Estados Unidos. Univisión actualmente es líder de audiencia con más del 80% de rating. Tiene filiales en muchos rincones de la unión americana. Esta cadena basa su oferta televisiva, en su mayoría con información y programas importados de Televisa México. Telemundo no alcanza a competir con la líder televisiva hispana, pero se nutre de información y programas importados de redes latinoamericanas. Noticieros, programas de auditorio y telenovelas son los géneros de preferencia. Aunque, de estas tres opciones, son las telenovelas mexicanas el género que conquista las preferencias de los hispanos, sobre todo en los horarios estelares.

Con base en la investigación empírica referida, podemos argumentar que la televisión hablada en español, sobre todo de acceso público (no telecable o televisión de paga)[11], es uno de los flujos transnacionales de fuerte impacto en los inmigrantes de origen mexicano, durante su llegada, adaptación y permanencia en el lugar de destino. Como forma de comunicación constante, la programación televisiva hispana, mueve y circula significados culturales que pueden involucrar a los sujetos receptores desde su lugar de destino con su lugar de origen. Al ser hablada en el idioma materno, la televisión refuerza ese vínculo entre esos dos escenarios culturales. En virtud de lo dicho, el transnacionalismo, representa una mediación social y cultural (Orozco, 1992) dentro del proceso de recepción televisiva. Si entendemos la recepción televisiva como un proceso de construcción de sentido, entonces, los inmigrantes pueden construir sentido de lo visto en la pantalla en función del transnacionalismo.

Cuando un inmigrante mexicano llega por primera vez a Los Angeles, California, con documentos legales o sin ellos para residir, uno de los medios de contacto inmediato es la televisión. Los programas hablados en español son una forma de convivencia con la adaptación y socialización al nuevo entorno del país residente. Al arribo, los inmigrantes buscan referentes previamente conocidos como una forma de enfrentar la novedad. Cuando miran televisión en los horarios habituales del hogar de origen, siempre y cuando el trabajo lo permita, los inmigrantes reproducen un hábito cotidiano previamente construido. Inclusive, ellos llegan a ver más horas de televisión que las acostumbradas en sus hogares de origen. Así lo cuenta un poco Dolores, una de nuestras informantes, ella comenta que ahora sus hábitos de mirar se han reducido con relación a los primeros años de la llegada.

Pues veíamos más televisión antes, mirábamos más porque no salía uno mucho por el hecho de que te vaya a agarrar emigración en cualquier lado. Sí, no podías salir, y ni dinero, no podías salir, y lo único que tenías era la televisión. (Dolores)

Aun cuando la oferta televisiva hispana no sea diversificada y rica en opciones, la posibilidad de mirarla como forma de entretenimiento, ayuda al inmigrante a lidiar con la soledad y con los largos espacios de ansiedad, también cuando se busca trabajo y no se encuentra, asimismo cuando no se tiene un lugar seguro y cómodo para vivir. El contacto con la pantalla chica conduce a los inmigrantes a concentrarse más en un espacio privado que en la vida pública. En todo su proceso de involucramiento con el territorio nuevo, el contacto con la televisión es constante. En ese sentido, resulta conveniente mencionar que no existe dentro de la oferta televisiva hispana, programas específicos (de información o entretenimiento) que orienten directamente al inmigrante en su proceso de introducción a su nueva vida en el país receptor. Al tener un papel medular, la programación televisiva hispana, podría ser un vehículo orientador de un significativo segmento de población. Aun cuando la estructura de la televisión hispana se mueva por intereses comerciales, podría quizás, introducir una propuesta en algún contenido, dirigida en particular a los inmigrantes, que son su público cautivo[12].

Aparte de los vínculos afectivos y de las redes sociales que ayudan al inmigrante a involucrarse con el nuevo territorio geográfico y cultural, la televisión y el acto de verla, cumple la función que Naficy (1993) califica como “ritual del exilio”. Investigando el impacto cultural de la televisión iraní en Los Angeles, este autor argumenta que la televisión proporciona un orden simbólico y discursivo en medio del caos y la incertidumbre que puede proporcionar el exilio, una forma de lidiar con la novedad y recordar el pasado. La televisión es una forma de reafirmar la identidad de origen en el marco de la vida norteamericana. Así pasa también con los inmigrantes mexicanos en Los Angeles, la televisión les otorga certidumbre en medio del cambio al país receptor. Y si sucede que el inmigrante mexicano no habla el inglés como es común en la mayoría de los casos, encuentra en los canales televisivos hispanos un medio de conexión inmediata con su idioma materno.

Por otro lado, otro de los hallazgos significativos en nuestra investigación refleja que para algunos inmigrantes, particularmente de origen rural, el contacto con la televisión, se inicia y se intensifica al llegar a los lugares de destino en Estados Unidos, pues en sus comunidades de origen no tenían siquiera vínculo cotidiano con el medio audiovisual. Fue bastante significativo observar en nuestras entrevistas con inmigrantes de origen rural, y ya residentes en un escenario urbano de la ciudad de Los Angeles, la intensificación de sus tiempos de exposición a la televisión. De esta manera, ver televisión, implica también para inmigrantes no urbanizados, una forma de modernización de sus hábitos culturales.

5 LA NOSTALGIA POR EL PASADO Y LA COMPARACIÓN BINACIONAL

Las telenovelas mexicanas han conquistado con fuerza la audiencia de los latinos y en particular los de ascendencia mexicana. En la década de los sesentas, fue la empresa Internacional Network, dependiente de la red corporativa Televisa-México, que comenzó a transmitir telenovelas mexicanas en Estados Unidos, a través de Galavisión y Univisión en sus primeras filiales. Desde entonces no ha dejado de re-transmitirse este género melodramático. Actualmente, las telenovelas mexicanas son el género que lleva el liderazgo en el horario estelar entre la comunidad hispana[13].

Particularmente las telenovelas mexicanas, por las características propias del género (sus orígenes y relaciones con el melodrama, así como sus contenidos tendientes a desdibujar lo nacional), puede cumplir una función de vínculo transnacional. Como forma dialógica de interacción, la telenovela mexicana permite que el sujeto que la mira, aun cuando cambie de lugar de residencia, pueda seguir involucrándose emocionalmente con los enredos melodramáticos de cada una de las historias y de esta manera, seguir siendo parte de la comunidad de origen. En el propio ejercicio de mirar historias de amor televisivo, el sujeto puede compartir secretos entre los protagonistas, anticiparse a los acontecimientos, saber los nombres de los personajes, reconocer estilos de actuación, hablar de la vida cotidiana y el mundo del espectáculo mexicano mientras se ve reflejado en la telenovela. Entrar y salir del género televisivo es una manera de transitar entre la ficción y la realidad. Esta acción circular puede reproducir una lógica simbólica de entrar y salir desde el lugar de destino a la comunidad de origen.

Mientras interactúan con la telenovela, los inmigrantes pueden llegar a imaginar situaciones y valoraciones orientadas hacia el pasado, particularmente los momentos cuando la familia se reunía para ver la telenovela en el que fuera su hogar en México y que en tiempo presente probablemente podría estar habitada por familiares cercanos, o por otras personas.

Oh, me recuerda como cuándo vivíamos en Juárez, que estábamos en la sala todos viendo televisión, así que nos poníamos a ver la televisión, la telenovela o diferentes programas y por eso, porque siento que estamos allá todavía.(Rosa)

A mí, me recuerda si yo llegaba y veía la telenovela, mi abuela era aficionada a las telenovelas y era una hora de ella sentarse agarrar su cafecito, su chocolatito, su lugarcito, con los nietos, la familia y véngase para acá... es el momento de calidez, ¡hay qué momento tan rico!, Y de que yo he ido a veces a México y veo igual a mi mamá y mi papá y dicen ya va empezar la telenovela y no tanto por ver a un programa, sino por estar, por ese momentito de estar ahí, de compartir con tus padres, es algo muy

familiar. Es la conexión.(Grupo de discusión con mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 5-10 años en USA)

Como dicen las informantes, el mirar telenovela como experiencia de vida, se estimula el sentimiento nostálgico orientados hacia el pasado donde se imagina la familia reunida en torno de un significativo común. La nostalgia orientada hacia el pasado, como un sentimiento primordial, puede estimularse durante la exposición televisiva, pero también significa aludir a él en momentos posteriores. Esta acción puede ser estimulada por un discurso entre los personajes, un escenario, un tipo de vestuario, una cierta forma de hablar, una escenografía determinada, un estilo de vida (de comer, de dormir, de descansar, de trabajar, de maquillarse, de vestirse), la canción de la telenovela, las características físicas de los personajes. Cualquiera de los elementos que componen el relato de la telenovela, puede convertirse en detonantes de la añoranza de lo que dejó el sujeto en el pasado. De esta manera, la telenovela como género televisivo que sugiere un modo de adscripción orientado al pasado, es una forma moderna de “inventar la tradición” (Hobsbawm, 1984). De acuerdo con Hobsbawm, por “tradición inventada” se puede entender un conjunto de prácticas, normalmente reguladas, por reglas tácitas o aceptadas abiertamente, tales prácticas de naturaleza ritual y simbólica, buscan inculcar ciertos valores y normas de comportamiento a través de la repetición, lo que implica automáticamente una continuidad en relación al pasado. En la misma línea, Thompson (1998) argumenta que las formas simbólicas mediáticas, ofrecen una manera de sostener la “continuidad cultural”, traducible también en una manera de renovar la tradición en nuevos y diversos contextos, por ello juegan un papel importante en el mantenimiento y renovación de la tradición entre grupos migratorios.

Durante nuestras entrevistas y trabajo etnográfico, algunos comentarios acerca de la experiencia nostálgica detonada por la telenovela, iban inmediatamente acompañados de comentarios acerca de la experiencia de comparación y diferenciación cultural. Mirar telenovela trae el recuerdo de la familia y vida en México, al mismo tiempo estos referentes son puntos de comparación entre los dos estilos de vida, el que se vive y el que se dejó. Como si la sensación de comparar fuera una respuesta inmediata que ayudara a entender la nostalgia.

Cuando veo televisión me acuerdo de familia, los valores, la manera de vivir allá. Que aunque uno está limitado en economía, pero como que uno es más feliz allá, porque si se fija, aquí es todo correr, desde que se levanta uno anda corriendo, hasta que llega uno en la noche, todo el tiempo anda uno a las carreras, y allá pues como que se me hace más calmado, porque uno hace sus cosas. Es diferente aquí y allá.(Ofelia)

Como lo expresa el argumento de nuestra informante Ofelia, mirar televisión y telenovelas en particular dentro de contextos de inmigración, contribuye que los sujetos receptores, construyan sentido de lo visto a partir de referentes de

comparación entre los dos escenarios culturales donde se mueven. La comparación puede contribuir a poner en evidencia la desigualdad y la diferencia, entre el nosotros mexicanos y ellos norteamericanos.

6 LAS COORDENADAS ESPACIO-TEMPORALES

Esa experiencia de comparación entre dos escenarios geográficos y culturales distintos, evidenciada por el proceso de recepción de telenovelas, puede ser reflexionada también a partir de una experiencia subjetiva de recepción donde se ponen en juego de coordenadas espacio-temporales.

Cuando el sujeto ve televisión y géneros de ficción como las telenovelas, pueden llegar a mezclar e incluso sustituir imaginariamente las distancias reales por las distancias simbólicas (Lull, 2000; Thompson, 1998). Construir sentido de lo visto en la pantalla pone en juego coordenadas de tiempo-espacio (Morley, 1998), de tal manera que el sujeto puede sentir experiencias vividas de otros tiempos y en otros lugares distintos al lugar donde se encuentre cuando se expone ante la televisión. Este juego de coordenadas M. Berman habla de la internacionalización de la vida diaria, la idea de estar en la casa e ir a varios lugares (citado en Morley, 1998). Para el caso de los emigrantes mexicanos que ven telenovela mexicana, este juego de coordenadas está influenciado significativamente por la experiencia de vida transnacional entre el país emisor y el receptor, también por la desterritorialización “proceso que abarca la pérdida de la ‘relación natural’ de cultura con los territorios geográficos y sociales”. (García-Canclini:1999:288).

Como género televisivo presentado cotidianamente en la pantalla casera, elaborado con un formato industrial de producción, la telenovela mexicana, es un medio para que las audiencias puedan viajar simbólicamente a uno o varios lugares que se encuentran distantes. Es decir, a través de formatos audiovisuales fragmentados en capítulos semanales, las audiencias inmigrantes pueden re-territorializar experiencias y sentidos de vida del país de origen

[...] para mí, a veces sí te quita el tiempo, pero en cierta manera, yo que estoy acá sí es un medio para irte a México, para transportarte allá, al ver cosas de allá, que es el pan, que es la ropa y si hay cosas ... (Grupo de discusión de mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 5-10 años en USA)

En un análisis sobre la comunicación y cultura John B. Thompson (1998) argumenta que con la modernidad, los medios de comunicación, particularmente la televisión, ha sustituido poco a poco los patrones de interacción cara a cara, creando experiencias de discontinuidad en tiempo y lugar: “Los individuos que miran la televisión, deben en cierta medida, suspender la estructura espacio-temporal de sus vidas cotidianas y orientarse temporalmente hacia un grupo de coordenadas espacio-

temporal diferentes; se convierten en viajantes espacio-temporales ocupados en la negociación entre estructuras espacio-temporales distintas y en relacionar de nuevo su experiencia mediática de otros tiempos y lugares con el contexto de su vida cotidiana. La habilidad para negociar estas estructuras y volver a salvo a los contextos de la vida cotidiana es parte de las habilidades que poseen los individuos como telespectadores competentes” (Thompson, J. 1998:130). Esta reflexión puede aplicar para lo que venimos comentando. La recepción de telenovelas mexicanas en nuestros informantes funciona como un juego de coordenadas espacio-temporales que permiten que el sujeto pueda mezclar imágenes ficcionales vistas en tiempo presente (el propio momento de exposición televisiva o incluso después) con imágenes reales vividas en un tiempo pasado (experiencias de vida en México). Aquí la situación de migración tiene un papel importante en el juego de estas coordenadas, pues el sujeto se ha movido territorialmente de su lugar de residencia.

James Lull (2000), estudiando la recepción televisiva en China, encontró que las personas al mirar televisión, marcan una “distancia simbólica” de los contextos espacio-temporales. Al mirar por la pantalla televisiva regiones del mundo (distantes geográfica y culturalmente de las suyas), los individuos toman distancia para reflexionar sobre sus propias vidas. En el caso de la recepción de telenovelas en el entorno transnacional México-Estados Unidos, la “distancia simbólica” dada por la tecnología y la misma situación de inmigración, se puede convertir en “proximidad simbólica”, pues la telenovela como género televisivo predecible, les permite a los sujetos traer información de la cultura y estilo de vida del propio país donde fue producida la historia. Los mexicanos que residen en Los Angeles, ven telenovelas y se conectan con su propia vida a través de las producciones mexicanas. Los chinos se pueden separar de su mundo para hacer una autorreflexión y los mexicanos al contrario, se aproximan a su mundo. Obviamente esta diferencia, puede estar dada por el análisis de los géneros televisivos entre una y otra investigación, y sobre todo por la enorme distancia entre ambas culturas.

7 VIENDO TELENÓVELAS E IMAGINANDO MÉXICO

Con base al trabajo de investigación referido, hemos propuesto la categoría de México Imaginado como una apuesta metodológica reflexiva que ayuda a pensar en los procesos de recepción en contextos de migración transnacional. México Imaginado es una categoría que hemos construido a partir de la perspectiva B. Anderson (1997) sobre comunidades imaginadas y lo que teóricamente entendemos como nación. En particular la nación la asumimos desde una perspectiva de adscripción cultural y sentido de pertenencia colectiva. Para nuestros fines, no recuperamos la idea de nación como un

órgano ideológico, histórico, político, o como estructura legitimadora desde el estado[14].

Debido a la fuerza de los medios de comunicación en las sociedades actuales, son éstos los escenarios simbólicos donde se reconoce y reproduce el sentido de lo nacional. En se sentido, mirar televisión producida en México (por una empresa, Televisa, que durante muchos años ha definido una identidad institucional que ha reforzado en sus contenidos específicos, con actrices y actores identificados con un slogan de la "gran familia mexicana"), contribuye al refuerzo de sentimientos nacionales. Cuando se vive en contextos de transnacionalismo emergen significativamente los sentimientos nacionales. En el caso de los inmigrantes de origen mexicano que viven en Los Angeles y en todo California, por ejemplo, esta situación es bastante evidente en diversas prácticas culturales y recursos simbólicos (música, comida, celebraciones festivas como el 5 de mayo, entre otras) que se muestran en la propia escenografía urbana. Si transitamos por barrios mexicanos como el Este de Los Angeles (Est-LA), podemos ver una riqueza y colorido de estilos donde se evidencia la etnicidad mexicana.

Entendemos la construcción imaginaria de la nación desde la experiencia de recepción de telenovela como un del sentimiento de filiación social. Las personas aunque no estén juntas físicamente, a través de su experiencia de ver telenovela se pueden imaginar ser parte un grupo mayor y compartir el sentido de adscripción nacional. Debido a la experiencia de simultaneidad que otorga el ver las telenovelas, los sujetos sociales pueden sentirse parte de una comunidad simbólica nacional. Por lo tanto, México imaginado desde la perspectiva teórica de las mediaciones (Orozco, 1992), es empíricamente observable en las variadas formas de interacción social de las personas con las telenovelas.

Por otro lado, la telenovela puede traducir el carácter simbólico de una nación televisiva. La telenovela puede ser entendida como un campo semiótico de imagen que representa la nación metafórica o metonímicamente. Pero al decir que la telenovela como género televisivo muestra elementos nacionales, no significa negar que haya en su contenido patrones de significación globales que aludan a sentimientos universales como el amor, el odio, la tristeza, sin duda ganchos que las han colocado en los mercados internacionales. Martín-Barbero (1987), conocedor y analista del género, dice que sin negar el carácter nacional, las telenovelas tienen un 'carácter decididamente latinoamericano'. Sin embargo, aunque haya valores universales en las historias, y matrices culturales latinoamericanas, la especificidad del género de las telenovelas mexicanas, refieren al mundo de vida que tiende más a un sentido nacional, el 'sello nacional'. Sólo basta ver la forma como se reproduce la idea de familia nuclear como modelo social, la recurrencia a la religión católica y el culto a la Virgen de Guadalupe como credo central en las historias. Particularmente el uso del melodrama en exceso en

el estilo narrativo, recordemos que en la historia de la industria cultural mexicana, el melodrama ha ocupado un lugar medular. Hay pues en las telenovelas mexicanas un abuso en su estructura genérica y nudos climáticos de ‘tidy nacional’, por lo tanto en el relato puede dramatizar y ritualizar la nación.

8 IDEAS FINALES: desafíos de estudio

A lo largo de este trabajo hemos expuesto puntos relacionados la comprensión del proceso de recepción televisiva en contextos de inmigración, tomando como eje una investigación específica de la diáspora de mexicanos en Los Angeles (la ciudad metropolitana que aglutina a más mexicanos fuera de su país). Uno de los desafíos actuales de los estudios de la audiencia televisiva, es estudiarla en condiciones de movilidad territorial y simbólica, prestar atención a los sujetos nómadas en el mundo globalizado. En ese sentido, viene bien la propuesta reflexiva de las esferas públicas en diáspora, pues precisamente busca analizar la relación que puede existir entre sujetos móviles (geográfica y culturalmente) y el impacto de los medios de comunicación. Aquí cobra particular interés la reflexión del sentido del territorio en el mundo moderno, y las conexiones que puedan establecerse en otras áreas de interés.

Es precisamente una concepción de territorio transnacional lo que mueve la reflexión en torno de la recepción televisiva. Los inmigrantes mexicanos, conviven constantemente con la televisión hablada en su idioma desde que llegan y se insertan parcial o completamente en la dinámica cotidiana del país receptor, construyen sentido de lo visto a partir de escenarios culturalmente diferentes: el de origen y el destino. En particular miran y se apropian de las telenovelas mexicanas, el género de ficción popular de mayor impacto en América Latina (y sobretudo en el segmento de la población que habla español en Estados Unidos), y su experiencia de recepción les permite construir: una orientación desde el presente hacia el pasado a través de sentimientos nostálgicos, una proximidad cultural con la nación territorial y simbólica de origen, una forma de marcar presencia en un espacio territorial que ya son ausentes.

Por lo anterior, es importante llamar la atención en los estudios del inmigrante internacional no sólo desde la perspectiva económica, es decir, cuánto aportan a las economías mexicanas norteamericanas a través del consumo de bienes y de ciertos impuestos, y desde la perspectiva demográfica, bajo la óptica de cuánto han crecido y reproducido), sino también dentro de las perspectivas de sus prácticas culturales. En ese sentido, la bibliografía académica del transnacionalismo y los vínculos multidisciplinares entre los estudios de comunicación y las ciencias sociales en general, representan una sugerente alternativa.

Bibliografía

Anderson, Benedict (1997). Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo, Fondo de Cultura Económica, México.

Appadurai, Arjun (1996). Modernity at large. Cultural dimensions of globalization, University of Minnesota Press.

Bustamante, Jorge A (1997). Cruzar la línea. La migración de México a Estados Unidos, Fondo de Cultura Económica, México

Canales, Alejandro y Zolnisky, Christian (2000). Comunidades transnacionales y migración en la era de la globalización, texto presentado en el Simposio sobre Migración Internacional en las Américas, San José, Costa Rica, septiembre.

Cohen, Robin (1997) "Diásporas in the age of globalization", In Robin Cohen. Global diasporas. An introduction. U.S.A. ED, University of Wahington Seattle.

Curran James, Morley, D. Y Walkerdine Vl. -compiladores- (1998). Estudios culturales y comunicación, Paidós Comunicación, Barcelona, España.

Durand, Jorge (1994). Patrones migratorios entre México y Estados Unidos, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

Durand, Jorge; Massey Douglas (1992). "Mexican Migration to the United States. A critical Review", in Latin American Research Review, Vol 27, Número 2.

García Canclini, Néstor (1999). La globalización imaginada. Piados, Estado y Sociedad, México.

García Canclini, Néstor (1995). Consumidores y ciudadanos, Grijalbo, México.

García Canclini, Néstor (1993). El consumo cultural en México, Seminario de Estudios de la Cultura, CNCA, México.

Gendreau Mónica y Giménez G. (2000). "Betwen Popocatepetl and Brooklyn: Migration and Mass Media effects on Regional Identity in Atlixco Puebla", In Immigration, La Vitrina. Ref.: <http://www.lavitrina.com/htm/currently/herrera.html>

Giménez, Gilberto (1996). "Territorio y Cultura", en Estudios sobre las culturas contemporáneas, Epoca II, Vol. II, Programa Cultura, Universidad de Colima, México.

Giménez, Gilberto (1993). "Apuntes para una teoría de la identidad nacional", en Revista Sociológica, año 8, Número 21, enero-abril. México.

Glick Schiller, Nina; Basch L. y Szanton-Blanc, C. (1992). "Transnationalism: a New Analytical Framework for Understanding Migration". En Towards a Transnational Perspective on Migration. N. Glick Schiller; L. Basch y C. Szanton-Blanc, eds. New York Academy of Sciences. NewYork.

González, Jorge. (1994). Más (+) cultura (s). Ensayos sobre realidades plurales, Pensar la Cultura, México.

González, Jorge (1993). "El regreso de la cofradía de las emociones interminables: telenovela y memoria en familia", en García Canclini Néstor. El consumo cultural en México, México, CNCA, Seminario de Estudios de la Cultura

González, Manuel G. (1999). Mexicanos. A history of mexicans in the United States, Indiana University Press, United States of America.

Herrera, Fernando (2001). Familias transnacionales.

<http://www.lavitrina.com/html/current8/herrera.html>

Hobsbawm, Eric. (1984). "Introduction: Inventing Traditions", In Hobsbawm E. and Terence R. The invention of tradition, Cambridge London and New York.

Jacks, Nilda (1999). Querência. Cultura Regional como Mediação Simbólica. Um estudo de recepção, Editora da Universidade, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil.

Lozano, Elizabeth. (1991). "Del sujeto cautivo a los consumidores nômádicos", en Revista Diálogos de la comunicación, Número. 30, FELAFACS, Perú

Lull, James (2000). Media, Communication, Culture. A Global Approach. Columbia, University Press.

Lull, James (1990). Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences, Routledge London and New York.

Malkin, Victoria (1999). "La reproducción de las relaciones de género en la comunidad de migrantes mexicanos en New Rochelle, Nueva York", en Mummert, Gail. Fronteras Fragmentadas, El Colegio de Michoacán, CIDEM, México.

Martín-Barbero, Jesús M. (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía, Gustavo Gili, Barcelona.

Massey, Douglas,; Alarcón R., Durand J. y González H. (1991). Los ausentes. El proceso social de la migración internacional en el occidente de México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

Morley, David (1998). "Populismo, revisionismo y los nuevos estudios de audiencia", en Curran James, Morley, D. Y Walkerdine Vl. -compiladores- (1998). Estudios culturales y comunicación, Paidós Comunicación, Barcelona, España.

Morley, David (1993). *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu Editores, España.

Murdock, Graham (1990) "La investigación crítica y las audiencias activas", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Vol. III número 10, Programa Cultura, Universidad de Colima.

Naficy, Hamid (1993). "The making or exile cultures: iranian television in Los Angeles", In During Simon -ed- The Cultural Studies Reader, Routledge, USA and Canada.

Orozco, Gómez G. (2000). 'Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina', en Revista Comunicación y Sociedad, Universidad de Guadalajara, Julio-diciembre.

Orozco, Gómez G. (1997). La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa, Universidad Nacional de la Plata, Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A. C. Buenos Aires, México.

Orozco, Gómez G. -compilador- (1992). "Estudios de recepción en varios países", en Cuadernos de comunicación y prácticas sociales Número 4, Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales, Universidad Iberoamericana, México.

Smith, Robert (1999). "Reflexiones sobre migración, el Estado y la construcción, durabilidad y novedad de la vida transnacional", en Mummert, Gail. *Fronteras Fragmentadas*, El Colegio de Michoacán, CIDEM, México.

Thompson, John B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Piados Comunicación, México.

Tuirán, Rodolfo -coord.- (2000a). *Migración México-Estados Unidos. Presente y futuro*, Consejo Nacional de Población, México.

Tuirán, Rodolfo -coord.- (2000b). *Migración México-Estados Unidos. Opciones de política*, Consejo Nacional de Población, Secretaría de Relaciones Exteriores, Secretaría de Gobernación, México.

Uribe Alvarado Ana Bertha (2004). "As telenovelas mexicanas no México de Afuera"; en Vássalo de Lópes Immacolata, -coord- *Telenovela. InternacionalizaVão e Interculturalidade*, Ediciones Loyola, Sao Paulo, Brasil.

Uribe Alvarado Ana Bertha (2003). *Re-imaginado México con la telenovela. Recepción cultural de telenovelas por inmigrantes mexicanos residentes en Los Angeles, CA*. Tesis de Doctorado defendida en el Colegio de la Frontera Norte, México.

Vássalo de López I. (2002). *MediaVões na recepção. Um estudo brasileiro dentro das tendências internacionais*. ECA-USP, Sao Paulo.

Vássalo de López I. (1997). "Exploraciones metodológicas en un estudio de recepción de telenovela"; en *Comunicación y Sociedad*, Universidad de Guadalajara, México.

Varios autores. *Revista Sociológica* (1993). Año 8, Número 21, *Identidad nacional y nacionalismos*, enero-abril, México

Varios autores (1993) *Revista Versión Fronteras de la recepción y procesos culturales*, UAM Xochimilco, México Número 3.

Varios autores (1990). *Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. III, Número 10, Programa Cultura, Universidad de Colima, México.

[1] Profesora-Investigadora del Centro de Investigaciones Sociales, adscrito a la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima, México.

[2] Aunque la bibliografía es amplia, los textos que recuperan trayectorias históricas de los estudios de recepción: *Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, (1990). *Revista Versión* (1993). Asimismo son útiles los trabajos de: Curran J, et. al. (1998); García Canclini, N. (1995, 1993); González, J. (1994, 1993); Jacks, N. (1999); Lull, J. (2000, 1990); Morley (1998, 1993); Murdock, G. (1990); Orozco (2000, 1997, 1992); Vassalo L. (2002, 1997).

[3] Por ejemplo citamos los congresos organizados por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), Asociación Brasileña de Investigadores de la Comunicación (INTERCOM), Internacional Association in Mass Communication Research (IAMCR), Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAI), Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), y la Asociación Internacional de Sociología (ISA), por citar a las entre otras.

[4] En general podemos citar tres sistemas migratorios para la actualidad: la migración de instalación definitiva o de poblamiento, la migración temporal por razones laborales y la migración de instalación variable, intermedia entre los dos precedentes. Son las dos últimas las que crecieron en las décadas recientes (García Canclini, 1999:78-79).

[5] Durante los decenios de 1870 y 1880, se impulsa la migración mexicana a Estados Unidos, en esos años aparecen los principales flujos de personas que comienzan a trabajar en el campo, ferrocarril, las minas entre

otras actividades (Bustamante, J. 1997). Aunque la migración se impulse en esos años, hay que reconocer que las relaciones entre mexicanos y norteamericanos se inicia incluso con la llegada de los españoles al nuevo mundo (González, M. 1999).

[6] De acuerdo con los datos del censo del 2000, La población de ascendencia mexicana en los Estados Unidos ha aumentado en las últimas décadas, de ser 13.5 millones en 1990, a 20.6 millones en el 2000. (The Hispanic Population Census 2000 Brief. USC Census Bureau).

[7] Aunque en variados textos de migración se alude al asunto de las remesas, destacamos la recuperación hecha por varios autores en los volúmenes compilados por El Consejo Nacional de Población, coordinado por Tuirán R. (2000a y 2000b). Por ejemplo, de acuerdo al Fondo Monetario Internacional, en 1995 México fue el tercer país receptor neto de divisas a nivel mundial. En la década de los noventa ingresaron a México alrededor de 33 mil millones de dólares. Para 1998 se estima una cifra de 5.6 mil millones de dólares. En 1996, poco más de un millón de hogares en México reciben remesas (155:2000a). En las áreas rurales de nueve entidades federativas del centro-occidente de la república, de cada dos hogares, uno está involucrado en recibir dólares porque entre sus miembros hay uno que radica en Estados Unidos (189:2000b);

[8] Información en particular sobre la metodología, la composición de los informantes, consultar en el trabajo referido Uribe Alvarado Ana Bertha (2003), o bien un artículo metodológico que aparecerá en la *Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Universidad de Colima, diciembre de 2004.

[9] Este progreso económico lo podemos objetivar por ejemplo, en el gasto publicitario invertido en los medios de comunicación en español, éstos han tenido un crecimiento anual de 15% frente al 5% del gasto publicitario general en Estados Unidos (datos del 2000): La televisión hispana absorbe un 60% del gasto publicitario latino, una proporción que es mucho mayor a la media estadounidense.

En: *El mercado publicitario de USA lo mejor de dos mundos*, 2 de abril de 2000, aparecido en <http://www.baquía.com/España>)

[10] Roslow Research Group, Estudio de eficacia de comerciales, 1994, aparecido en http://kmex.com/espanol/mercado_SC/La_spanish_tv.htm

[11] En importante comentar que en nuestro trabajo de investigación, la mayoría de nuestros informantes no tienen acceso a tele-cable o televisión de paga. Tres excepciones en el caso de los doce hogares y cerca de diez excepciones en el caso de los 72 informantes de los grupos de discusión.

[12] Una televisión que nos ayude muy en particular con nuestra adaptación, fue una de las ideas expresadas por algunos informantes de los grupos de trabajadores indocumentados. Ellos sentían necesidad de contar con algún referente de apoyo y pensaban que la televisión podría incluso cumplir esta ideal tarea. Aunque reconocieron que los Noticieros de la red Univisión, incluyen información relacionada a lo que sucede en México, y esto de alguna manera reafirma sus vínculos con su país.

[13] Para reforzar este argumento, pueden consultarse los *ratings* que tienen las empresas televisivas, para nuestro trabajo consultamos los reportes de audiencia: *Nielsen Hispanic Index*.

[14] La discusión en torno de lo nacional es amplia, al respecto son útiles Giménez, G. (1993), Valenzuela, M. (1999). En particular, los artículos aparecidos en la *Revista Sociológica*, Año 8, número 21, Identidad nacional y nacionalismos, enero-abril de 1993

Copyright (c) 2004 Autor(es) / Copyright (c) 2004 The author(s)

The copyright of works published in this journal belong to the authors, and the right of first publication is conceded to the journal. Due to the journal being of open access, the articles are of free use in research, educational and non-commercial activities.

