

MIGRACIONES TRANSNACIONALES  
Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.  
RELATOS DESDE BARCELONA Y  
PORTO ALEGRE

Denise Cogo, María Gutiérrez y  
Amparo Huertas (Coords.)

Catarata,  
Madrid, 2008

*164 páginas*

Los estudios sobre “recepción mediática” constituyen un campo de investigación prolífico que ha contribuido a enterrar para siempre la ingenua idea de que los medios de comunicación eran fábricas de transmisión de ideología sobre receptores vulnerables y acríticos. Las extensas redes de significados que se despliegan durante el proceso de recepción han sido objeto de

estudio desde que perspectivas como la de los “usos y gratificaciones” (Katz, Lull) o los Estudios Culturales (Hall, Williams, Martín Barbero) alertaran sobre la capacidad de las audiencias para ejecutar “zapping atencional” (Lash), reapropiarse de los mensajes y construir significados nuevos o incluso contrarios a los perseguidos originalmente por los emisores, como bien aseguraba hace unos años Néstor García Canclini en uno de sus artículos más conocidos: “El consumo sirve para pensar”. De hecho, los seres humanos interpretan los mensajes, no sólo de forma inconsciente y subliminal, sino de acuerdo a un conjunto de necesidades y deseos, muchas veces racionales, que, a su vez, tienen que ver con identificaciones de clase, género, edad o etnia.

Más innovador es sin embargo el estudio de los procesos de “recepción intercultural” que hoy acontecen en las “sociedades transnacionales”, aquellas en las que se interrelacionan más de un territorio y que se caracterizan por el cruce constante de fronteras nacionales y por relaciones sociales multidimensionales. Es ahí donde radica la originalidad de un volumen aparecido recientemente y coordinado por los profesores de la Universidad Autónoma de Barcelona y de la Universidade do Vale do Rio dos Santos (Brasil), que sintetiza más de dos años de investigación sobre la base de 140 entrevistas realizadas a migrantes latinoamericanos y europeos que residen respectivamente en Barcelona y Porto Alegre, dos ciudades “hermanas” que se han caracterizado por ser pioneras en la organización de eventos relacionados con la cultura y el desarrollo: el Foro Social Mundial de Porto Alegre (2001, 2002, 2003 y 2005) y el Primer Forum Universal de las Culturas (2004).

La intención del trabajo no es otra que la de analizar cómo los inmigrantes de ambos lados del Atlántico configuran y recrean su identidad cultural, sus relaciones sociales o sus estilos de vida a partir de la recepción y negociación simbólica de los mensajes que les ofrecen los medios. Pero “Migraciones transnacionales y

medios de comunicación” no es un simple análisis de contenido de productos informativos dirigidos a este “target” específico –más habitual en los estudios de comunicación contemporáneos–, sino que se adentra en el papel de las industrias culturales en tanto que (re) configuradores de imaginarios, valores e identidades en un marco mundializado y complejo.

La investigación toma como punto de partida el innovador concepto de “ciudadanía comunicativa” (Da Mata, Garretón, Hermosilla), para hacernos comprender que la noción de “ciudadanía” no es sólo una categoría jurídica o institucional “objetiva”, sino que constituye una instancia “subjetiva”, híbrida y heterogénea, que se crea y se recrea a partir de procesos de representación y transmisión cultural. Este tipo de ciudadanía viene a completar el célebre esquema de “conquistas de derechos” de Thomas H. Marshall –ciudadanía civil (s. XVIII), política (s. XIX) y social (s. XX)–, atrapado desde hace algunos años en los límites del Estado-nación y en una concepción demasiado proteccionista y pasiva del derecho. Los cambios en el escenario social de los últimos tiempos (post-industrialización, post-fordismo, crisis ecológica global, sociedad de la información, auge de la identidad y la cultura, etc.), nos impelen a apostar por una “ciudadanía emancipada” (Bostelo), que tenga en cuenta la capacidad de “agencia” (Sen) de los ciudadanos para transformar la realidad a partir de sus recursos materiales y simbólicos, así como de nuevos marcos legales, aún en construcción, referidos al cuidado del entorno y las prácticas de la subjetividad y la cultura (Reguillo).

Pero la “ciudadanía comunicativa” se construye no sólo a partir del acceso y uso de los medios, sino mediante la participación e incluso auto-gestión de procesos comunicativos públicos y privados, una dimensión por la que aboga el “derecho a la comunicación” (D’Auby), aún no recogido en ningún tratado internacional –la Declaración Universal de Derechos Humanos sólo reconoce el “derecho a la información”–, pero que, en caso de ser legislado, facilitaría la

descentralización del poder/discurso y una conquista plena de la “esfera pública” por parte del ciudadano –no sólo de derechos concedidos por un Estado benefactor, a la manera de Marshall–.

El libro se estructura en dos partes diferenciadas, que cuentan con tres capítulos cada una. La primera, “Historias personales que cruzan fronteras”, profundiza en factores generales concernientes al proceso migratorio: los motivos/deseos que subyacen en la decisión de abandonar un país –los “proyectos migratorios” a los que refiere uno de los autores del texto, Denise Cogo-; la percepción que el migrante tiene de su identidad o de su estatus como ciudadano en el nuevo país; el proceso de acogida y la reapropiación de la cultura de la localidad receptora; la relación expectativas/vida-lograda; etc. Las conclusiones en este sentido resultan reveladoras. Los migrantes no abandonan sus países de origen únicamente por dificultades políticas o económicas. En muchas ocasiones factores inmateriales como el deseo de conocer otras culturas, el afecto por los amigos o familiares que partieron, o la idealización de los estilos de vida foráneos, pueden llegar a ser tan influyentes como los primeros.

Una vez en el país de acogida, el estudio apunta a que los procesos de identificación son cualquier cosa menos algo fijo y estático. Constituyen más bien una “identidad intercultural” y “en transición” –de acuerdo a la terminología de Hall y Martín Barbero-, que fluctúa entre la identificación con valores del lugar de origen –comida, música, tradiciones, fútbol, relaciones afectivas, etc.- y del nuevo emplazamiento. Y es tal vez por este sentido de “identidad diaspórica” por lo que la investigación arroja conclusiones muy relevantes cuando analiza la forma en que los desplazados se autodefinen en el país de acogida. Los entrevistados no se consideran a sí mismos inmigrantes, máxime cuando llevan un tiempo residiendo en el país de acogida y han regularizado su situación; y se contabilizan hasta 25 términos diferentes en la auto-definición del rol ciudadano: turista, residente, legalizado, regularizado, irregular, visado temporal,

etc. La propia condición de migrante parece propiciar una cultura híbrida, relativista y en constante mutación, de la que dan fe un sinfín de testimonios recogidos en el libro: “Soy ciudadano del mundo. Será un cliché pero yo me siento ciudadano universal. ¿Será porque he vivido en tantas sociedades, que no me siento arraigado en ninguna?”. Por otra parte, el estudio apunta a que los comienzos de la vida en el país suelen ser complicados, puesto que muchos migrantes tienen dificultad para dar continuidad a sus estudios o para realizar actividades profesionales acordes con su formación; pero parece que con el tiempo el proceso migratorio acaba convirtiéndose en una experiencia positiva, que no sacia todas las expectativas previas pero que colma algunos ideales de vida.

La segunda parte del libro, “La migración ante la sociedad de la información desde la perspectiva de la recepción mediática”, aborda específicamente el proceso de recepción y cómo la relación “mediada” del migrante con las localidades de origen da sentido a la vida en el nuevo contexto. El primero de los capítulos profundiza en los factores que motivan una estrecha relación diaria con los medios. Las razones son múltiples, pero destacan especialmente: la “condición de ciudadanía transnacional” –es decir, mantener vínculos con los allegados o buscar información sobre su país originario-; el “deseo de integración” -conocer la cultura e historia del país de acogida-; y, por último, la “necesidad de buscar formas de ocio de bajo coste”. Los medios más consumidos por los migrantes son la televisión y la prensa, sobre todo la gratuita y aquella que ofrece “información de servicios” -ofertas de empleo, vivienda, etc.-. Mención aparte merece el creciente uso de nuevas tecnologías como Internet y el correo electrónico –especialmente en espacios de uso colectivo como los locutorios-, o la preferencia del video o el DVD a las salas de cine, como alternativa más económica y no condicionada a los horarios de emisión.

Asimismo el volumen dedica un capítulo a analizar la percepción que los migrantes tienen

acerca del tratamiento de la cuestión migratoria por parte de los medios. Los resultados en este sentido resultan alarmantes. Cuando se solicita a los entrevistados que evoquen algún mensaje mediático en el que aparezca la migración, sus recuerdos apelan a un imaginario asociado a la violencia, la pobreza, o a los mil veces denunciados estereotipos geográficos. La mayoría de los migrantes no se auto-reconoce en la imagen que de ellos proyecta los medios, por lo que reclama un discurso más plural y humanizado, que incida en la experiencia de la inmigración y las historias de vida que esta genera.

El libro se cierra con un innovador capítulo dedicado a analizar la influencia de los medios en la conformación de identidades suprarregionales –Unión Europea y Mercosur-. En este caso, las diferencias son sustanciales a uno y otro lado del Atlántico. La Unión Europea parece estar más interiorizada y mejor valorada por el migrante que la coalición sudamericana. El apartado concluye apelando a enfatizar el papel de los medios como creadores y reforzadores de nuevas identidades transnacionales –europea, latinoamericana, etc.-, que convivan sin conflicto con las de los lugares de origen y destino del migrante.

En conclusión, nos encontramos ante un material altamente recomendable para todos aquellos que deseen una aproximación compleja a la cuestión migratoria a través de la visión de sus propios protagonistas y un acercamiento al “Otro” desde la compleja trama de identificaciones que diariamente modulan los medios. El texto apela en definitiva al ideal de una sociedad comunicada y autónoma, siguiendo tal vez los sabios consejos del primer “globalista” de la historia, Heródoto, quien hace más de 2.400 años percibió que los mundos son muchos “y que cada uno es único e importante. Y que hay que conocerlos porque sus respectivas culturas no son sino espejos en los que vemos reflejada la nuestra”.

*Alejandro Barranquero*  
Investigador del CIP-Ecosocial