

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/325321474>

La recepción transnacional de la televisión como impulso a las migraciones. Un estudio de campo en poblaciones marroquíes

Thesis · January 2010

DOI: 10.13140/RG.2.2.23609.26729

CITATION

1

READS

18

1 author:



Lucía Benítez-Eyzaguirre
Universidad de Cádiz

187 PUBLICATIONS 188 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Genero, Tecnología e Innovación social [View project](#)



Género, Tecnología e Innovación Social en Túnez [View project](#)

UNIVERSIDAD DE SEVILLA
Facultad de Comunicación
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO I

**La recepción transnacional de la televisión como
impulso a las migraciones.
Un estudio de campo en poblaciones marroquíes**

Lucía Benítez Eyzaguirre

Tesis Doctoral dirigida por el Dr. D. Francisco Sierra Caballero.
Codirector: Dr. D. Carlos del Valle Rojas.

UNIVERSIDAD DE SEVILLA
Facultad de Comunicación
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO I

**La recepción transnacional de la televisión como
impulso a las migraciones.
Un estudio de campo en poblaciones marroquíes**

Lucía Benítez Eyzaguirre

Tesis Doctoral dirigida por el Dr. D. Francisco Sierra Caballero.

Codirector: Dr.D. Carlos del Valle Rojas.

2010

AGRADECIMIENTOS

Esta tesis, como casi todos los quehaceres humanos, tiene mucho de colectiva: ideas, lecturas, imágenes y, sobre todo, personas han contribuido para una nueva producción que, sin ellas, hubiera sido imposible. Nuestro agradecimiento a todas ellas, y en primer lugar desde luego a quien la ha dirigido, el profesor Dr. Don Francisco Sierra Caballero, por su apoyo y por el enriquecimiento que nos ha aportado, así como a su codirector, el profesor Dr. Don Carlos del Valle Rojas, con todo afecto.

La investigación ha contado con la ayuda de la Agencia de Cooperación Española, que ha financiado buena parte de los trabajos a través de los proyectos de cooperación interuniversitaria PCI AECID A/026906/09 *La recepción transnacional de la televisión en Marruecos y su relación con las migraciones: Un estudio de campo en el Norte del país* (2009), y PCI AECID A/020264/08 *La recepción transnacional de la televisión en Marruecos y su relación con las migraciones: Un estudio de campo* (2008). También agradecemos a la Asociación de la Prensa de Cádiz la concesión de una beca con el mismo fin.

Nuestro reconocimiento, en fin, a todos los que han apoyado de forma activa un proyecto complejo que generó a veces contrariedad. Especialmente, a Tomás Martínez por su apoyo, por las correcciones y gráficos, por su calidad de editor; a Joaquín Rivas; y a una larga lista de personas que confluieron en su realización: Violeta Esteban, Carmen Martínez, Isabel Vera, Teresa Luengo, Víctor Marí, Luis Fernando Muñoz, Marcela Iglesias, Marián Bejarano, Omar Abarrak, Lole Vega, Pilar Benítez, Isabel Medina, Pilar Muñoz Clares, Mohamed El Mouden, Mouad El Mejdki, Samia Messari, y Saïda Latmani.

ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN	11
1.1.- Punto de partida	11
1.2.- Estado de la cuestión	14
1.3.- Justificación y originalidad del trabajo	21
1.4.- Objetivos e hipótesis.	26
1.5.- Avance de metodología y fuentes	32
1.6.- La estructura del texto	36
2.- DE LA GLOBALIDAD Y DE LA TEORÍA	40
2.1.- Los supuestos de la investigación	43
2.1.1.- Teoría de la Complejidad en la globalidad multidimensional	45
2.1.2.- Enfoque Sistémico para las dinámicas de la comunicación y las migraciones.	50
2.1.3.- Transdisciplinar e interdisciplinar: los diálogos del conocimiento.	54
2.1.4.- Subjetividad e intersubjetividad, las miradas de la realidad dialógica.	56
2.1.5.- Los matices del entendimiento cultural: multiculturalidad, interculturalidad, transculturalidad.	60
2.1.6.- Una visión de género hacia la diversidad	65
2.1.7.- Ambivalencia y emoción	74
2.2.- Objetos críticos	80
2.2.1.- Imaginario	86
2.2.2.- Movilidad	95
2.2.2.1.- Migración, la movilidad con estigma	105
2.2.2.2.- Movilidad y desarrollo	108
2.2.3.- Consumo	110
2.2.3.1.- Consumo, remesas y desarrollo.	120
2.2.4.- Identidad	123
2.2.4.1.- Identidad migrante.	133

2.2.5.- Fronteras	137
2.2.6.- Ciudadanía	148
2.2.6.1.- Los migrantes y la ciudadanía	157
2.3.- Comunicación y migración como campo y objeto de estudio	160
2.3.1.- Capital social, la riqueza de la movilidad y la comunicación.	163
2.3.2.- Migraciones, comunicación y desarrollo	166
2.3.3.- Productividad epistemológica del binomio comunicación- migración	176
2.3.3.1.- Comunicación transcultural mediada	177
2.3.3.2.- Mediación transcultural, interacción y experiencia	179
2.3.3.3.- Redes de comunicación, redes de migración	186
2.3.3.4.- Transnacionalismo migrante y transnacionalismo mediático	187
2.3.4.- Discurso e investigación sobre las migraciones y la televisión	192
2.3.4.1.- Mito, poder y discurso	193
2.3.4.2.- Los discursos reguladores de la inmigración en las sociedades de acogida	204
2.3.4.3.- La investigación cualitativa sobre los migrantes y la televisión	214
2.3.4.4.- La construcción mediática de la migración	218
2.3.4.5.- La representación mediática de la migración marroquí	220
3.- DE LO LOCAL Y DE MARRUECOS	228
3.1.- El contexto de las migraciones	230
3.1.1.- Marruecos en las migraciones	234
3.1.2.- La evolución de la migración marroquí	238
3.1.3.- Origen y destino de los migrantes, las redes migratorias	242
3.1.4.- Las causas de la migración de los marroquíes	245
3.1.5.- El proyecto y las estrategias sobre la migración	248
3.1.6.- Mujeres en Marruecos: cambios y estrategias	253
3.1.7.- Los efectos de las migraciones en Marruecos	266
3.1.8.- Indicadores políticos y de gobernabilidad en las orillas del Mediterráneo	275
3.1.9.- Identidades nacionales y religiosas.	279
3.1.10.- La fortificación de la frontera	283
3.1.11.- Fronteras africanas	287
3.1.12.- Ciudadanías en las dos orillas del Mediterráneo	289
3.2.- El contexto de los medios.	293
3.2.1.- Comunicación y desarrollo: continuidad y cambio.	294
3.2.2.- Las tendencias en comunicación y desarrollo: un esquema para el estudio del caso marroquí.	299
3.2.3.- Los medios de comunicación en Marruecos	303
3.2.3.1.- La prensa escrita	306
3.2.3.2.- La radio: El dominio estatal sobre la comunicación	308

3.2.3.3.- La televisión	311
3.2.4.- Los imaginarios de la comunicación y las migraciones en Marruecos	322
3.2.4.1.- El imaginario colonial sobre Marruecos.	322
3.2.4.2.- El imaginario sobre los destinos migratorios.	324
3.2.4.3.- El imaginario de los migrantes.	326
3.3.- El contexto de las interacciones comunicativas.	331
3.3.1.- La conexión externa: Parabólicas e Internet.	332
3.3.2.- Los usos de la televisión y las audiencias	336
3.3.3.- Producción social de la información e interacciones sociales	341
3.3.4.- Cultura interpretativa y alfabetización audiovisual	344
3.3.5.- La creatividad de la audiencia, resistencias y mestizajes.	347
3.3.6.- Interculturalidad en el Mediterráneo	351
3.3.7.- Valores culturales en el Mediterráneo.	354
4.- DE LAS COORDENADAS Y DEL MÉTODO	359
4.1.- Encuadre metodológico e investigador	359
4.2.- Valor metodológico de las técnicas empleadas	364
4.3.- Técnicas y criterios del trabajo de campo	367
4.3.1.- Guía de tópicos como orientación de la investigación	370
4.3.2.- La diferencia cultural como riqueza y dificultad de la investigación	372
4.3.3.- Estrategias de reclutamiento y selección de los informantes	374
4.4.- El mapa del trabajo de campo: migraciones interiores y transnacionales	375
4.5.- Encuadre del análisis	378
4.6.- Modelo interpretativo	381
4.7.- Conceptualización, operacionalización y codificación	384
5.- CARTOGRAFÍA Y DERROTERO DE ANÁLISIS	393
5.1.- Cartografía y derrotero del trabajo de campo	393
5.2.- Mapa de navegación, rutómetro y descriptores	395
5.2.1.- Navegando por las familias de códigos	396
5.2.2.- Los informantes	417
5.3.- Las correlaciones más significativas en densidad	424
5.4.- Las relaciones prioritarias	426
5.5.- Entrevistas, grupos de discusión y encuestas	443
5.5.1.- Las entrevistas cualitativas	444
5.5.2.- Grupos de discusión	446
5.5.3.- Las encuestas, una metodología para el contraste	448
5.6.- El análisis de la encuesta como avance de los resultados	450
5.7.- Derrotero de análisis	465
5.7.1.- La movilidad y la televisión, orientaciones y procesos	466
5.7.2.- Los modelos televisivos, la identidad y la interculturalidad	486

5.7.3.-La apropiación de los mensajes desde el contexto de la recepción televisiva	501
5.7.4.- Las expectativas de vida en Marruecos frente al imaginario y los 'paisajes mediáticos'	509
5.7.5.- El imaginario y la movilidad, la subjetividad migratoria	528
5.7.6.- Los estilos de vida subjetivos y la racionalidad económica	531
6.- BALANCE, RUMBO Y PERIPLO	538
7.- BIBLIOGRAFÍA	548
8.- ANEXOS en CD adjunto	
Anexo 1.- Plan de trabajo.	
Anexo 2.- Cuestionario encuesta.	
Anexo 3.- Guía de objetos críticos para la investigación cualitativa.	
Anexo 4.- Ficha de los participantes.	
Anexo 5.- Entrevistas cualitativas. Bloque 1.	
Anexo 6.- Entrevistas cualitativas. Bloque 2.	
Anexo 7.- Entrevistas cualitativas. Bloque 3.	
Anexo 8.- Transcripción de los grupos de discusión.	
Anexo 9.- Encuestas.	
Anexo 10.- Abreviaturas y siglas.	

1.- INTRODUCCIÓN

La civilización es una consecuencia del contacto y de la comunicación.

Robert Ezra Park (1928).

1.1.- Punto de partida

Muchas y vivísimas imágenes se mezclan al evocar cuándo comenzó esta aventura, el momento en que nació el deseo y la decisión de acercarnos a conocer el imaginario de los migrantes en sus tierras remotas. La primera, la de una pantalla de televisión, un equipo autógeno y una gran antena satélite encadenados a una chabola de cañas y techo de *nippa*, en una diminuta aldea del corazón de África. Allí estaban todos los chiquillos del poblado tumbados en los bancos de la Casa de la Palabra¹ –donde los ancianos discuten los asuntos comunes, como marca la tradición–. Hipnotizados por la pantalla, cantaban la sintonía de sus anuncios favoritos, como aquella de una marca de helado que les hacía sonreír de felicidad con ademanes de saborear algo delicioso. Después corrían a cielo abierto, en medio del insoportable calor, y buscaban entre sus tesoros un trozo de madera con forma de cucurucho que les acompañaba en la mímica del paladeo de un sabor tan frío que jamás habían probado.

¹ La Casa de la Palabra es una institución de muchos pueblos subsaharianos, una chabola en la que los mayores instruyen a los más jóvenes y donde toman las decisiones sobre los asuntos más importantes de la comunidad.

La escena de aquel día en el poblado cercano a Monte Alén, en Guinea Ecuatorial, se repite en las inmediaciones del río Lobé, en Camerún, en una zona selvática –más aislada si cabe– donde vivía una familia extensa de pigmeos que, después de compartir una jornada de caza y asombrados por la diferencia cultural, indagaron para satisfacer su curiosidad sobre la tierra de los blancos. Aquella *entrevista en profundidad* probablemente nos facilitó más información sobre nuestro mundo cotidiano de la que fuimos capaces de transmitir sobre lo que ellos entendían que era el paraíso. Pensaban que habíamos llegado en avión, cada uno en uno y como pilotos, que en nuestras casas guardábamos la comida en el armario y que en Europa el dinero salía de las paredes.

Y todavía otra más, esta vez en el Sur de Marruecos, en una pequeña localidad enterrada en un palmeral del oasis de la ruta de Zagora, en Ait Sidi Beni Alí, el primer día de luz eléctrica en una casa de adobe cuyo único mobiliario era un viejo aparato de televisión que, a partir de entonces, quedó liberado de su equipo autógeno. Para aquella familia, la libertad del televisor era la noticia más importante, mucho más que todas las ventajas que aquel fluido llevaría a sus vidas. En las conversaciones, de nuevo, la curiosidad por el paraíso del Norte era la misma y las preguntas siempre igual de desconcertantes.

Desde el otro lado del Estrecho, llevábamos años llenando las pantallas de imágenes en el trabajo de reportera de televisión. Entre ellas, decenas de la llegada de pateras a las playas, imágenes brutales de desesperación, de muerte, de agotamiento, con la seguridad de que aquello no permitía a nadie –ni a nosotros mismos– entender qué estaba ocurriendo. Esas imágenes formaron parte de los flujos que cruzan el planeta, alimentando los *paisajes mediáticos* en los que ensanchamos el horizonte y la vida; los paisajes a los que se asoman millones de personas cuando flotan en dirección transnacional como parte de los circuitos de la comunicación mediática. Mientras, en sentido opuesto se superponen las trayectorias de los viajes y las migraciones; nuestra curiosidad por su mundo, la de ellos por el nuestro.

En esta globalización de flujos, el valor de lo inmaterial, de lo imaginario, es esencial para comprender los procesos y las dinámicas que mueven una economía cada vez más difícilmente cuantificable. La producción de subjetividades, los estilos de vida,

las identidades, el consumo, la comunicación, o las experiencias influyen sobre los proyectos de migración tanto o más que las razones económicas. La cuestión, tantas veces vista desde el *nosotros*, hay que aprender a mirarlas desde el *ellos*. Pocas veces se presta atención a los focos migratorios donde se registran las transformaciones, a sus protagonistas y a su papel en el fenómeno.

1.2.- Estado de la cuestión.

La relación entre migraciones y comunicación se estableció hace ya casi un siglo por parte de uno de los teóricos de la Escuela de Chicago, Robert Ezra Park, quien, primero como periodista y después como sociólogo, supo ver los vínculos de estos campos de lo social. En un contexto de gran crecimiento económico, rápida urbanización, desarrollo de las innovaciones y florecimiento de las comunicaciones de la modernidad –que guarda relación con el actual momento posmoderno–, Chicago fue un polo de atracción migratoria sin precedentes: en cincuenta años pasó de 30.000 habitantes a más de millón y medio, al comenzar 1900.

Las migraciones –desde la ecología social, que defendía Park– resultan conflictivas por las transformaciones rápidas que registran: “No se advierte por qué una teoría que insiste en la importancia de la mutación catastrófica en la evolución de la civilización no habría de tener en consideración al mismo tiempo la revolución como un factor de progreso” (Park, 1928). En los dos polos migratorios se producen desajustes, pero la migración es un fenómeno liberador porque abre nuevas oportunidades económicas y culturales; por ello busca elementos constantes de equilibrio. Como padre de la Sociología de la Comunicación, estableció algunas relaciones que siguen vigentes (Martínez, 1999: 7-32): el papel de los medios en la construcción de la realidad de los migrantes, en la capacidad para mejorar la percepción sobre el valor de las cosas, en la creación del clima hacia el progreso, en los procesos de comunicación, integración y asimilación cultural fruto de los movimientos de población: “El efecto de la movilidad y de la migración es una secularización de las relaciones que anteriormente estaban sacralizadas. Quizás se puede describir el proceso, en su doble aspecto, como la secularización de la sociedad y la individualización de la persona” (Park, 1928). También señaló que los pueblos que viven juntos y participan de la misma economía transforman sus relaciones hasta que se vuelven sociales y culturales.

Para Park, por tanto, las migraciones y la comunicación son una cuestión de transferencia cultural, una dimensión de la ecología humana como marco transdisciplinar para conocer el conflicto, la competición y la adaptación que sufren las relaciones (Mattelart y Mattelart, 2005: 28-29). También en la globalidad, la dinámica entre la comunicación y la movilidad –como un concepto amplio y libre de

connotaciones reduccionistas sobre la migración—, resulta especialmente interesante para mostrar las transformaciones que se registran. La cuestión es dilucidar en qué medida esos vectores de la aceleración en la comprensión del mundo y en la concepción posmoderna tienen impacto en lo humano, cómo se establece la interdependencia creciente del mundo globalizado, la complejidad de los vínculos entre estos ejes en lo social, en lo local y en lo identitario, así como su papel realimentador del sistema.

La mejor síntesis de estas cuestiones se recoge en el estudio introductorio del texto recopilatorio de King y Wood (2001) *Media and migration: constructions of mobility and difference* que establece los grandes campos de estudio de esta productiva relación interdisciplinaria², sobre los que analizaremos el estado de la cuestión³. King y Wood (2001: 1-14), en primer lugar, defienden la importancia de las imágenes del destino migratorio como una fuente importante de información, así como la atracción hacia determinados estilos de vida, aspectos en los que se encuadraría esta investigación⁴. En segundo lugar, los aspectos relacionados con la diferencia cultural de los migrantes, la inclusión y la exclusión, a través de la comunicación, que es el enfoque más investigado⁵. Y, por último, el consumo mediático por parte de los migrantes en sus comunidades de destino y orientado hacia las regiones de procedencia, en el que en los

² Sobre el campo complejo destacan investigaciones como la obra coordinada por Contreras, González Galiana, y Sierra (2003) como un primer esfuerzo de abordar la cuestión de forma colectiva; los trabajos clásicos de Meyrowitz (1985) y Hall (1997), numerosas obras de García Canclini (1995, 1997, 2001, 2004); aplicado al caso de la movilidad en Cortellezzi (2003); para la información transnacional en Rizo (2004); desde el transnacionalismo mediático los trabajos de Uribe (2008) y Zlolniski y Canales (2001); la perspectiva transnacional de las migraciones en Suárez Navaz (2008 y 2007) y Blanco (2006 y 2007); desde la interculturalidad en Martín Díaz (2003) y Mojica (2000); en la creación de comunidades en Nash (2008), Sampedro (2003) y Ortiz (1996); desde el campo de la política comunicativa y para las migraciones marroquíes Yrizar (2009).

³ La mayor parte de estas referencias bibliográficas y de las que se presentan a continuación se desarrollan en los distintos capítulos de esta tesis.

⁴ Este tipo de estudios son, en general, más recientes. Destacan los pioneros de Vila (1999 y 2001); Mato (2001 y 2006); Malgesini (2004), Pastor (2006); Cogo, Losa, y Wulfhorst (2008) y Cogo, Gutiérrez, y Huertas, (2008); respecto a los vínculos transnacionales de origen y destino el trabajo de Uribe (2008); sobre el conjunto del objeto de investigación en Labrín (2009), el trabajo sobre imaginarios de García y Verdú (2008); en relación a las comunidades tradicionales en Gendreau, y Giménez (2000); sobre la movilidad en Lemos (2008); hacia la ciudadanía cultural en León (2008 y 2009); por el impacto de las tecnologías en Peñaranda (2008); Zusman, Lois, y Castro (2007) en las dimensiones territoriales de la comunicación.

⁵ Los trabajos de comunicación e interculturalidad de Bañón (2002 y 2003); Bañón y Fornieles (2008), de Rodrigo (1999, 2005), de Aguado (2003), Santamaría (1993 y 1994); Vidal (2004), Imbert (1993), Castien (2001 y 2003), Gifreu, Ruiz, Corbella, Gómez, y Pérez (2004); los aplicados a la información de migraciones de Lorite (2002, 2004 y 2004b) y Pedone (2001 y 2002); Lorite, Gutiérrez, Bertrán, y Mateu (2004), Checa (2002 y 2008); el análisis discursivo sobre las migraciones Van Dijk (2003); en relación a la identidad los trabajos de Barker (2003), Bartolomé, (2006), Castelló (2008); desde la cultura árabe en Bodas (1994).

últimos años se han registrado notables avances⁶.

Es necesario profundizar en la influencia de la comunicación y la movilidad en el mercado de trabajo y en las migraciones. Appadurai (1999) cita estos temas entre las disyunciones que se producen en la actualidad y que generan fricciones en lo local en cuestiones como el bienestar, la justicia o el gobierno, porque su contexto no es local:

Entre los ejemplos, podemos citar: los flujos mediáticos a través de las fronteras nacionales que producen imágenes de bienestar que no pueden ser satisfechas por los estándares nacionales de vida y de capacidad de consumo; el discurso de los derechos humanos que genera demandas de la fuerza laboral reprimida por la violencia del Estado; ideas acerca del género y la modernidad que crean una amplia fuerza de trabajo femenino, al mismo tiempo que las ideologías transnacionales de "cultura", "autenticidad" y "honor nacional" ejercen una presión creciente sobre las diversas comunidades para disciplinar moralmente a estas mujeres trabajadoras.

Bauman (2000) ha estudiado el impacto de la publicidad en las nuevas formas de estratificación social en *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*, donde muestra cómo la sociedad de consumo exhibe un estilo de vida inalcanzable para sectores sociales en la globalización cada vez más amplios, a los que se dirige como consumidores frustrados: “Puesto que la reproducción del modo capitalista de producción depende de la renovación constante de su mano de obra, los futuros trabajadores deben prepararse como ‘mercancías’” (2000: 83). En cierto sentido, responde a una de las necesidades de la sociedad actual en la que el tiempo de ocio estimula el consumo y la producción, gracias al patrón de sobreexposición a los mensajes publicitarios. Así, la conquista social de los trabajadores por el ocio es contradictoria en la medida que que alimenta también la estrategia de la economía productiva, a través de la persuasión publicitaria hacia el consumo y la movilidad. Respecto a las migraciones, ha relacionado la estrategia del sistema económico de expandirse con el argumento del libre comercio, respecto al control de los desplazamientos de la mano de obra (Bauman, 2000: 85). Así se entiende que la misma presión mercantilista que moviliza al capital, llega a las zonas

⁶ Los consumos mediáticos de los migrantes son objeto de estudio desde múltiples puntos de vista: Boira (2008), Castro-Gómez y Mendieta (1998) o Amezaga (2001); desde el mundo árabe en Ksikes (2006).

condenadas al desempleo endémico, y produce tensión en direcciones opuestas: los desplazamientos del capital, de las industrias, de la comunicación y la publicidad generan beneficios en cada cruce de fronteras como realidades que alimentan la idea de las ventajas del movimiento y las diásporas.

Las diásporas laborales que se intensifican en la actualidad serían por tanto una muestra de resistencia a este *tecnopaisaje*, una superación de su destino de consumidores frustrados, un paso para su integración en el imaginario colectivo que adquiere una enorme fuerza a través de la gestión de la identidad –y que pueden llegar hasta la violencia incontrolable–. Ante la caída del Estado en su papel mediador, el contacto entre culturas se transforma en un escenario conflictivo, por la desigualdad de los flujos culturales que hace imprescindibles las mediaciones políticas para evitar estas fricciones (Warnier, 2002: 115). La densidad creciente de la comunicación y la movilidad lleva en el mundo global a la reconfiguración en la concepción de lo local, la subjetividad y lo identitario, especialmente como fruto de las tensiones que se generan entre el flujo creciente de mercancías y la restricción en aumento de la capacidad de circulación de la mano de obra (Sierra, 2006: 31) que cosifica la experiencia humana y, contradictoriamente, otorga *vida propia* a los bienes y el capital.

Por tanto, el principal sesgo que se registra en la investigación sobre las migraciones y la comunicación –tanto para cada una de estas disciplinas como para el efecto interdisciplinario entre ellas– viene dado por el nacionalismo metodológico, que Wimmer y Glick Schiller (2002) entienden que limita el campo de estudio porque establece la unidad de análisis en función de las fronteras nacionales, a la vez que restringe los procesos sociales a la territorialidad. Con una visión global, los recorridos descritos por los migrantes en sus desplazamientos dibujan una relación diferente respecto a los polos de atracción, una trayectoria que describe la estrategia de ‘los olvidados’ para integrarse en los ‘paisajes mediáticos’ siguiendo las del capital, las mercancías o los discursos, para ganar valor. Pero también desde los lugares que abandonan como un ‘derecho de fuga’ (Mezzadra, 2005), en la evaluación de modelos de vida y de imaginario, coartada por el modo de producción capitalista y su poder en el control de la movilidad. La lectura de esta obra de Mezzadra nos inspira la visión de las migraciones como una expresión política hacia la visibilidad que tiene elementos comunes con las revoluciones.

La percepción global de los fenómenos de la comunicación y las migraciones introduce la dimensión transnacional, que coincide en la descripción, formulación y dinámica de la simbiosis conceptual del objeto de estudio de esta tesis. Así tenemos, de una parte, las migraciones transnacionales que han generado una gran productividad en la investigación y, de otra, los medios transnacionales. En este campo, el de los medios transnacionales, los estudios son más numerosos aunque dejan a un lado el cambio propuesto por Martín-Barbero (1987) hacia las mediaciones; es decir, hay una escasa investigación sobre las mediaciones transnacionales⁷. Entre ellas prestamos atención a las mediaciones e interacciones relacionadas con los ‘paisajes mediáticos’, un concepto que acuña Appadurai (2001: 48-49) como las posibilidades de producción de imágenes electrónicas y su difusión, que construyen mundos imaginarios –o ‘vida posible’–, incrementan la diferencia entre el centro y la periferia, y amplían las expectativas de vida con una proximidad imaginaria e ininterrumpida gracias a los medios de comunicación.

Desde el feminismo, gracias a la disolución de las fronteras entre lo público y lo privado, así como a los enfoques microsociales y subjetivos, se llega a incorporar el concepto de grupo doméstico en las explicaciones de la movilidad y, a partir de ahí, la aplicación de las teorías de redes, tan enriquecedoras para las migraciones y su comunicación –así como para la relación interdisciplinar–, que produce explicaciones sobre los mecanismos de distribución del propio mercado de trabajo. Las redes de comunicación son redes de migración y también a la inversa, porque ambos modelos son aspectos de lo social que encuentran coincidencias en ese marco teórico. La riqueza de estos aportes encamina la investigación hacia la autonomía de las migraciones, de forma que ahora se plantea como un sistema, en su escala global, multidimensional del que surgen turbulencias (Papastergiadis, 2000) que explican las dificultades de las teorías clásicas para predecir la intensidad y dirección de los flujos.

Las redes también han mostrado la importancia de los nodos en el fenómeno, los puntos de conexión en los polos de las direcciones migratorias son los espacios de contacto a los que prestó atención Park como ‘organizaciones de ayuda mutua’ y que, en la globalidad, se han multiplicado exponencialmente y centran la atención de la comunicación y la diversidad. En relación a la dimensión transnacional, habría que

⁷ En su mayoría se centran en la recepción transnacional por parte de los migrantes en los destinos, a pesar de que el contexto se presenta un gran interés, dado el incremento de las posibilidades comunicativas e interactivas transfronterizas.

hablar de la mediación transcultural y de su importancia creciente. En este sentido, hay que destacar el trabajo de Fawcett (1989) porque establece los vínculos entre los factores de la migración y la comunicación en los ámbitos en que se desarrolla, es decir, en su estructura, en sus expresiones culturales y en las propias redes, respecto a las estrategias empleadas sobre los bienes, las normas y las relaciones. Así se visualiza de forma sencilla un diagrama para el estudio del fenómeno en su circularidad y doble dirección, a la vez que se abren varios campos de análisis de estos flujos –aplicables en los polos migratorios– a los que se puede someter la epistemología del binomio comunicación-migración. Muchos de los hallazgos que propone Fawcett se van incorporando progresivamente y dan resultados en la revisión de las disciplinas. Como muestra de ello, hay que destacar el trabajo colectivo que coordina Santamaría (2008).

Respecto a los Estudios Culturales, su interés por estas cuestiones se ha centrado sobre todo en América Latina y Asia, pero África, como en tantos otros campos, es un continente prácticamente olvidado. Las investigaciones cualitativas se aplican, en general, a las comunidades de destino⁸ de los migrantes que aportan información significativa sobre sus consumos mediáticos y la recepción deslocalizada de la televisión de las comunidades de origen y, con más frecuencia todavía, como elemento de reconfiguración identitaria⁹.

En cambio, en las zonas de origen de la migración el número de investigaciones está muy limitado, además del colectivo de King y Wood (2001) que incluye algunos interesantes trabajos como el de Mai (2001: 95-109) sobre el papel de la televisión en la atracción hacia Italia de los flujos albaneses. Un estudio interesante por la comparación que establece entre imaginarios en origen y destino de varias comunidades migrantes es el de García y Verdú (2008) porque se apoya en diferentes técnicas y muestras, al igual que Cogo, Losa, y Wulforth (2008), que transmite una visión de conjunto al completar la información en los dos polos migratorios¹⁰.

⁸ Entre estas investigaciones, destaca la centrada en la comunidad latinoamericana que se centra en la hipótesis de la proximidad cultural, que podría interpretarse como una alternativa a los efectos transfronterizos de Sassen (2003): “La relocalización de los espacios lingüístico-culturales periféricos puede generar, desde el punto de vista de la ecología cultural, contrapesos de los vectores constructivos del etnocentrismo anglosajón y, en definitiva, añadir riqueza y diversidad a la globalización” (Díaz Nosty, 2007: 14) y González Cortés (2005, 2006 y 2007) sobre cuatro grandes flujos desde cada uno de los continentes a España.

⁹ John Sinclair (2005); Chavero y García Muñoz (2005); y Santamarina (2005), con estudios sobre el consumo y el ocio de los latinoamericanos desde la perspectiva de la integración. Por último, García (2004) diferencia la experiencia mediática en los deseos migratorios de comunidades latinoamericanas.

¹⁰ Este estudio tiene como antecedente el de Cogo y Lorite (2004).

Para el caso marroquí, destaca el trabajo Malgesini (2004) sobre los consumos y las expectativas televisivas de los marroquíes relacionadas con la migración y, en el mismo criterio, el de González Cortés (2005, 2006 y 2007), así como Amezaga (2001) más general sobre el consumo televisivo de esta comunidad migrante –en los tres casos se trata de análisis desde el destino–. Otros estudios de interés para el objeto de esta investigación los aportan Boundi (2006), Conoscenti (2007), Ksikes, (2007), Massana (2007) o Dibie (2004) sobre los medios en la comunicación en el Mediterráneo hacia la interculturalidad y el que hace sobre los instrumentos políticos de la comunicación en relación a las migraciones marroquíes en Yrizar (2009).

1.3.- **Justificación y originalidad del trabajo**

Una vocación de comprensión transcultural orienta esta tesis, la única posible en medio de los flujos de la comunicación y las migraciones que multiplican las zonas de roce y conexión que, para los individuos y las sociedades, supone el encuentro permanente con la diversidad y la incertidumbre. La comunicación y la movilidad son los ejes transversales de este trabajo pero también son los que han conducido el camino hasta aquí: una vida profesional sobre la comunicación, el periodismo y la televisión, un interés investigador por estos campos y los de la sociología y las migraciones, y la comprensión del mundo en movimiento a través de la pasión por los viajes y el encuentro cultural.

Ahora que el planeta está cruzado por estos flujos, sólo hay un lugar común para el encuentro: el ‘paisaje mediático’ (Appadurai, 2001) que, como el ‘continente invisible’ de Ohmae (2000), podría ser el nuevo espacio social con una nueva organización, estructura y funciones en red que se dimensionan por la comunicación y la conexión (Castells, 2009: 43-44). Y ése es el lugar al que presto interés:

Los migrantes están conformando mundos anónimos, cotidianos, socialmente invisibles e incluso denostados, que corren paralelos a los grandes procesos de mundialización de las economías y de la comunicación (Santamaría, 2002: 185).

En este contexto, las cuestiones sociales también tienen que liberarse de la territorialidad impuesta por los Estados-nación y encaminarse hacia un ‘cosmopolitismo metodológico’: “La globalización, cuando se lleva a su conclusión lógica, significa que las ciencias sociales deben refundarse como una ciencia basada en la realidad de lo transnacional, y ello desde el punto de vista conceptual, teórico, metodológico y organizativo” (Beck, 2004b: 50). Así, los movimientos de población y las comunicaciones son fenómenos cuya dinámica supera los corsés de la territorialidad de los Estados, porque el poder se concentra en dos niveles diferentes pero alejados de su lógica: lo local y lo global.

El contenido de las industrias de la comunicación marca hábitos, significados,

identidades y estilos de vida de poblaciones locales en una tendencia hacia los horizontes más amplios que describe la movilidad: la comprensión del desplazamiento en el mundo, una percepción sobre los beneficios singulares y colectivos de la migración a la hora de ampliar las expectativas de vida que se visualizan mínimas en sus tierras de origen. El modelo de comunicación transnacional abre enormes diferencias y desigualdades en la comprensión del eje Norte-Sur, a la vez que se estimula la ilusoria idea de un mundo de fronteras abiertas –especialmente para los productos y las comunicaciones–, que impulsa la voluntad de cruzarlas.

No hay que perder de vista que las motivaciones para la migración no sólo se encuentran en las explicaciones económicas y en la toma de decisiones racionales – incluso las decisiones se conforman en el sistema de información–, es decir, no dependen de variables económicas exclusivamente. Hay lugares en el mundo donde el hambre, las miserias o los desastres no llevan a la migración hacia el Norte rico y, en ocasiones, ni siquiera estimulan movimientos de población interregionales.

Es difícil explicar por qué muchos migrantes que han tenido éxito en el país de destino deciden volver a su lugar de origen luego de estar muchos años en el extranjero. Más aún, si la migración estuviera determinada exclusivamente por diferencias salariales, entonces deberíamos esperar grandes flujos de países en desarrollo hacia países desarrollados y muy poco movimiento entre países desarrollados, pero ninguno de tales patrones se da en la práctica. (PNUD, 2009: 14)

Pero incluso para el supuesto de la decisión racional, hay que considerar los efectos de las patologías de la comunicación y la información sobre los impulsos migratorios.

Por su complejidad, el estudio de las migraciones debe contemplar múltiples teorías explicativas –aunque ha dominado la investigación sobre las causas macroeconómicas y las grandes teorías clásicas sobre los factores de expulsión y atracción ligadas al fenómeno laboral–. Hasta hace pocos años, no se ha abierto a los procesos de decisión y apenas se ha investigado sobre la configuración imaginaria de los migrantes y los procesos comunicativos. El cambio desde una sociedad industrial, organizada en función de la ética del trabajo hacia una sociedad de consumo de

dimensiones globales, nos lleva a pensar que hay más factores en la sociología del consumo, en los estilos de vida y los paisajes mediáticos, que en la lógica laboral. Este conjunto de elementos –visto desde el contexto de los medios masivos– focaliza la investigación en la economía política de la comunicación, entendida muchas veces como una antítesis de los Estudios Culturales pero que, siguiendo la propuesta de Mosco (2006: 57-58), también plantea una perspectiva social, en cuanto a cambio, procesos y relaciones. Así, los intereses de ambas corrientes convergen y difuminan sus fronteras disciplinares vistos los focos de atención en la mercantilización como un proceso de generación de valor, la espacialización como modelo de análisis de lo transnacional, y la estructuración social por el impacto mediático (Mosco, 2006: 66). Economía Política y Estudios Culturales serían perspectivas complementarias y convergentes respecto al imaginario producido por los medios de comunicación.

No sólo las teorías comunicativas, el impacto cultural y la construcción de las identidades pueden contribuir a esclarecer explicaciones para el complejo fenómeno migratorio: también se trata de someter a las audiencias transnacionales al contraste de teorías sociológicas como el ‘efecto demostración’¹¹, sobre el comportamiento social que trata de simular patrones de consumo de grupos o individuos que de forma real o psicológica se interpretan como superiores. Las representaciones mediáticas y las estrategias publicitarias, en su búsqueda del control social, estimulan el consumo a través de la simplificación y la condensación, los estereotipos y discursos que se ponen al servicio de los intereses económicos o políticos. La atracción de los migrantes hacia los mundos opulentos se ha estimulado a través de un flujo de promesas para los hombres y mujeres olvidados, promesas para trabajadores que ya no son necesarios pero que viajan seducidos por mensajes que, en realidad, buscan su integración en el consumo recorren un itinerario no deseado por los Estados y la lógica del poder.

En la globalización, los flujos de la comunicación y de la movilidad han alcanzado una intensidad y una dinámica que se imponen de forma imparable como una necesidad: impulsan el libre comercio, sacralizan la libertad de consumo, planean con espíritu de control de hombres y mujeres, sobre su trabajo y su destino. La supremacía de la difusión de programas y películas del primer mundo en todas las televisiones del planeta invade las aldeas africanas y muestra a Europa –y en, general, al Norte– como

¹¹ Duesenberry (1967) con su teoría del ‘efecto demostración’ de 1949, defendía que el consumo más que responder a la satisfacción de necesidades, está inducido por situaciones emotivas, es decir, por razones no económicas sino por la imitación de niveles económicos superiores.

un escaparate del éxito de la sociedad de consumo y de la modernización. A través de la tecnología –que también permite otros modelos de comunicación–, se llega a los rincones más desolados del planeta y se superpone un modelo cultural de forma unidireccional, con el dominio de un *nosotros* engrandecido y un *ellos* minimizado. La repercusión de estas representaciones de eficacia publicitaria encierra para los habitantes del Sur promesas de un nuevo estilo de vida, inalcanzable en sus tierras, y un reclamo para la migración. El consumo de ese estilo de vida es la única respuesta posible a una forma de comunicación unidireccional que se ha impuesto en los medios transnacionales, espectacular y desmovilizadora.

La globalización ha transformado este mundo en complejo, multidimensional, diverso, plural, subjetivo, y se muestra en claves emocionales e individualistas. Es así como se construye el eje sujeto-realidad-conocimiento que ha servido para elaborar el marco teórico de la investigación sobre el binomio comunicación-migración; este eje coincide con la construcción de significados de los migrantes, con la visión de las expectativas sobre la migración, con la imagen del destino, así como con los mundos sociales en los que se insertan. Por eso, este estudio trata de indagar en la subjetividad de los individuos en la que se conforma la realidad, pero también en impulsos vitales de gran potencia como son la emoción y la imaginación. Así se orienta la lectura dinámica e integrada de su visión del mundo, de sus discursos y expresiones sobre la televisión, los planes de la migración, la evaluación de los riesgos, los logros y los costes.

Para atender a las lógicas de la globalización multidimensional y de los vectores que la difunden, pero a la vez a los intereses y aspiraciones de los candidatos a la migración, nos hemos planteado un enfoque sistémico con el que abarcar las dinámicas y transformaciones de los individuos y las sociedades, así como la integración disciplinar necesaria que abarque lo complejo de las interacciones y las reconfiguraciones personales e identitarias que se registran entre la movilidad y la comunicación. Las mediaciones, interacciones y la realimentación de los discursos necesitan de la visión amplia que aportan los Estudios Culturales pero también de los efectos de la psicología social, la comunicación, la antropología, la economía, la sociología o la semiótica.

Todo ello no nos puede hacer olvidar las limitaciones y características de la investigación derivadas de este punto de vista, marcado por una fuerte identidad

eurocéntrica (blanca, europea, de arraigo local, con un gran desconocimiento de la lengua árabe, con inquietud por las migraciones y la sociedad del conocimiento, todo ello desde la orilla rica del Estrecho) para tratar de entender las migraciones humanas desde el conocimiento específico en la materia, pero también desde el periodismo como actividad profesional de más de veinticinco años, desde la sociología, y desde un espíritu del viaje por los rincones de este inmenso, plural y complejo mundo, lleno de vida, como un experiencia vital. Una mirada que se complementa con otros hechos cotidianos como el consumo de televisión desde una perspectiva crítica cuando tratamos de comprender sólo con las imágenes, con las palabras que las acompañan, con los estereotipos que manejamos, el mundo sin horizontes de los pequeños poblados africanos, densos y repletos de tiempo, escasos para el futuro que asoma en el desfile de las imágenes, contradictorios en su visión temporal del mundo...

En esas ambigüedades nos movemos cuando nos planteamos estudiar las actividades cotidianas de los hombres y mujeres marroquíes ante la pantalla de televisión y frente a sus sueños migratorios, la inquietud que el mundo externo les plantea, el retrato anodino de su tierra que les llega por la pantalla, las prácticas de sus vidas, la riqueza de sus experiencias. En este espíritu, tratamos de evitar las reducciones y la simpleza; sus lógicas, tan contradictorias como las nuestras y las de nuestro mundo.

1.4.- **Objetivos e hipótesis.**

El objetivo central de esta tesis es investigar la relación entre los contenidos mediáticos, a través del imaginario que produce en los individuos, y el impulso a las migraciones, en un trabajo de campo sobre la recepción de los mensajes de las televisiones transnacionales en poblaciones de Marruecos. Se trata de indagar si existen elementos en la emisión y/o recepción de los mensajes televisivos que actúan como estímulos para el fomento de un proyecto de movilidad en función de las expectativas despertadas, y cómo estos mensajes contribuyen a las interacciones sociales y a la construcción del imaginario migrante.

El ‘paisaje mediático’ ha acelerado la percepción de los procesos de intercambio, la circulación de imágenes, mercancías, mundos posibles, personas y discursos con diferentes trayectorias y ritmos; los puntos de conexión –y, por tanto, de fricción– se han multiplicado exponencialmente por el impacto de los medios de comunicación y la movilidad, así como por las transformaciones sociales y del conocimiento que originan. Ese paisaje estimula el imaginario, fomenta el desarrollo económico, pero también canaliza contradicciones: de una parte, como dispositivos de control de ciudadanos por parte de los intereses de los mercados y, de otra, en forma de resistencias y emancipaciones, de oposición alternativa. Los impactos locales de estos fenómenos, especialmente en las zonas más olvidadas del planeta, alcanzan un enorme interés para conocer sus efectos, los cambios y las dinámicas que suscitan y, en especial, su relación con el imaginario migrante de Marruecos, todo ello con el encuadre de los Estudios Culturales y el Análisis Crítico del Discurso.

Hemos considerado que hay dos movimientos esenciales para aproximarnos al objeto de estudio y al conocimiento de la realidad de estos hombre y mujeres marroquíes: uno, cruzar el Estrecho de Gibraltar y compartir con ellos la pantalla de televisión, los discursos sociales, la vida cotidiana, la comida, las costumbres, marco de comprensión de los flujos audiovisuales, y el otro, proyectar nuestra observación o descripción de sus puntos de vista desde dentro, tratando de acercarnos al origen de esos discursos y de decisiones relacionadas con la migración para entenderlos en su contexto. Por eso, este trabajo se desarrolla a partir de un estudio de campo en el que se integran distintas fuentes de información compuestas por entrevistas en profundidad, encuestas y

grupos de discusión sobre la recepción transnacional de la televisión y la relación con las migraciones. Con este material, obtenido en los lugares de origen de los migrantes, que es donde se registran las interacciones de la comunicación en su contexto social, buscamos aproximarnos a una evaluación de ese impacto, así como la creación de los mundos imaginarios que impulsan a la migración.

La cuestión que se plantea es si los cambios fomentados por la imaginación y la creación de valor, imprescindibles en la economía de lo inmaterial, impulsan nuevos modos de vida y actúan como elementos de atracción de una mano de obra más desregulada y precarizada hacia los países del Norte que los estimulan.

Esta investigación tiene otros objetivos complementarios que se detallan a continuación:

- 1.- Estudiar las motivaciones que tienen los individuos para emigrar relacionadas con la comunicación. El vínculo entre migración y comunicación se plantea como un campo de gran productividad para la investigación social, ya que sus vectores tienen las dinámicas sociales más densas de la actualidad.
- 2.- Analizar la relación entre el modelo televisivo hegemónico, unidireccional, mercantil, patriarcal y eurocéntrico, y la configuración de una idea de partida en el proyecto migratorio. Buscar los impactos que produce en la configuración identitaria de los candidatos y candidatas a la migración un modelo televisivo que se mantiene al margen de la interculturalidad.
- 3.- Investigar la recepción de la televisión y de los mensajes informativos, publicitarios, documentales, cinematográficos, informativos, programas de variedades, o deportivos, a través de un trabajo de campo, para valorar el contexto en los lugares de salida de migrantes marroquíes hacia Europa.
- 4.- El estudio de la experiencia y el consumo mediático en su contexto, así como de los aspectos interrelacionados en la construcción del discurso migratorio, es decir, los canales por los que fluye la información y las interacciones que se consolidan en una apuesta vital.

5.- Indagar las percepciones y el imaginario sobre las expectativas y las oportunidades de futuro de un modelo de vida ligado a la territorialidad del nacimiento en Marruecos, frente al sueño construido por la seducción de los ‘paisajes mediáticos’ de la opulencia, del consumo, del bienestar y del desarrollo

6.- Conocer su visión de la representación mediática de la migración, tanto en las televisiones marroquíes, occidentales y árabes, así como su asociación a los discursos sociales sobre el fenómeno migratorio, si detectan falsas expectativas o algún modo de ‘efecto llamada’.

7.- Incorporar el estudio de las emociones, la subjetividad y la imaginación al análisis de la decisión de emigrar, en función de la relación de los productos audiovisuales que se consumen en estas zonas.

Dentro de la globalización cultural, la construcción de los significados de los productos audiovisuales se articula entre emisor y receptor aunque cada uno de estos campos está fuertemente condicionado por lógicas culturales de lo local: adquiere una enorme importancia el factor geoespacial en la producción del mensaje, así como en su recepción. Supone una comunicación sesgada por las relaciones de poder, por su unidireccionalidad, en la que los efectos de la disolución del espacio y del tiempo alteran la esencia cultural de las sociedades que conforman la audiencia mediática con un impacto mayor y más veloz que el que se registra en las dinámicas identitarias. El modelo de comunicación transnacional abre enormes diferencias en la percepción de las diferencias entre el Norte y el Sur, a la vez que difunde un mundo sin fronteras en el recorrido permanente de los flujos de la comunicación, los productos y en los viajes. La movilidad establece dinámicas multiplicadoras, traslada de un lugar a otro los beneficios singulares y colectivos de la migración como alternativa a la percepción de escasas oportunidades de lo cotidiano.

La hipótesis principal de esta tesis se apoya, por tanto, en la influencia de los medios en el proyecto migratorio: Las propuestas identitarias y de estilos de vida de la televisión transnacional y los medios de comunicación de masas generan redefiniciones en los individuos que los aproximan a convertirse en candidatos a la migración. La interrelación entre mensajes, migrantes y norte se apoya en mitos movilizados propuestos por los medios.

Los flujos de ‘paisajes mediáticos’ deslocalizadores abren horizontes en los que las posibilidades de consumo se limitan al de un determinado estilo de vida que los *mass media* presentan como modélico: “Para los emigrantes, 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, que con frecuencia trasciende el territorio nacional” (Appadurai, 2001, 22).

Además, la investigación se apoyará en estas otras hipótesis secundarias:

1.- Incluso para las teorías que mantienen que la migración se interpreta dentro de los supuestos de la racionalidad económica, es necesario considerar que los efectos de desinformación, la sobreinformación y manipulación mediática sesgan la percepción y limitan las posibilidades de una decisión racional –cuando no crean falsas expectativas–. Sólo la información precisa y veraz sobre la realidad de la vida de los migrantes en los mundos opulentos del Norte, sobre el devenir cotidiano de los trabajadores y ciudadanos, puede contribuir a las decisiones racionales al respecto.

2.- La construcción mediática de las migraciones ha contribuido a las explicaciones del fenómeno en situaciones poco normalizadoras y que excluyen la historicidad¹² y la experiencia cotidiana. Muchos de los retratos de la migración realizados por la industria audiovisual reflejan una promesa de integración de los extranjeros como nuevos ricos no europeos.

3.- Los estereotipos mediáticos promueven la adaptación y la integración hacia sus propuestas. Los individuos en su transformación identitaria y los grupos culturales tienden a adaptarse a esas propuestas, en especial en ausencia o escasez de productos culturales y audiovisuales propios que generen referentes de identidad alternativos.

4.- Las interacciones comunicativas y las mediaciones contribuyen al sistema de información sobre el proyecto y hay que interpretarlas como variables que influyen también en la decisión de migrar. El cruce de los discursos locales, privados y públicos puede contribuir a esclarecer estas explicaciones, así como la tendencia de los migrantes

¹² Beriaín (2005) detalla cómo la idea de progreso y las rupturas espacio temporales están desdibujando el concepto de historicidad, como una colonización del tiempo y a través del propio tiempo.

retornados a confirmar la realidad producida por los medios. La información de los compatriotas también introduce sesgos en función del modelo comunicativo vigente.

5.- Los 'paisajes mediáticos' son una expresión del mundo desterritorializado que se superpone a los efectos de la globalización en las nuevas tecnologías, los medios y los transportes. Los flujos diluyen el concepto de frontera e invitan a cruzarlas como un reto a los Estados-nación que se blindan en la construcción de sus límites territoriales.

6.- La globalización ha desarrollado un nuevo modelo productivo basado en lo inmaterial, en que el trabajo y las mercancías se fluidifican y logran valor de su inmaterialidad. Los procesos culturales estimulan una creciente atención por la identidad, la subjetividad y el imaginario que no se ha atendido desde las teorías migratorias en su potencia explicativa del impulso al desplazamiento. El imaginario simbólico determina nuestra realidad y tiene un enorme poder movilizador. La incorporación de las motivaciones no materiales y simbólicas estimuladas por el modelo comunicativo son un complemento imprescindible a las teorías de los movimientos de población.

7.- En la sociedad de consumo, o de hiperconsumo, la sobreexposición a mensajes publicitarios y a discursos que estimulan la adopción de modelos de vida, por encima de la materialidad de la compra. La pérdida de la centralidad del trabajo en la organización de la vida cotidiana en las sociedades occidentales, lleva a entender las migraciones también como una integración en el consumo y el ocio, gracias a los procesos culturales que participan de la conformación de la realidad.

8.- En un modelo hegemónico de la comunicación muy influido por la publicidad y el consumo, la relación entre comunicación y emociones está muy estudiada por esta industria. Sin embargo, es necesario trasladar esa inquietud a otros campos de las motivaciones de los individuos. Aplicado a un contexto de recepción como el de muchas poblaciones africanas, las posibilidades de consumo se limitan al de un determinado estilo de vida que plantean como modélicos los *mass media*.

9.- Incorporar el estudio de la imaginación y las emociones al proceso de decisión de los migrantes. El modelo neurobiológico propuesto por Damasio mantiene que una persona sin emociones tomaría decisiones irracionales. El proceso decisorio se apoya en un

sistema evaluativo de las oportunidades y las expectativas en función del contexto personal y social.

Todo ello, con el planteamiento de que la comunicación y las migraciones son un elemento esencial del desarrollo humano, con una visión crítica que contribuya a la detección de problemas y a la propuesta de soluciones, con el análisis plural, social y humano que aportan los Estudios Culturales. La orientación trata de integrar las migraciones, dentro de los fenómenos de la movilidad, en una experiencia social con una visión colectiva y plural en pro de la integración de todos los vectores, eso es, contando no sólo con la investigación académica, sino también con la sociedad civil, las políticas públicas en la gestión, los medios de comunicación y, desde luego, las comunidades de migrantes.

1.5.- Avance de metodología y fuentes

El planteamiento metodológico de esta investigación es cualitativo, como la mejor opción para comprender los procesos complejos de lo subjetivo y la intersubjetividad del universo de población dentro de la muestra. Sin embargo, la investigación se complementa con una encuesta cuantitativa que incluye también preguntas abiertas, como una estrategia de triangulación de la información para aumentar la solidez de los resultados. Se trata de indagar en la construcción de la realidad social (Berger y Luckmann, 2001) e individual (Goffman, 1981), a partir de las mediaciones y las interacciones comunicativas que se apoyan en los mensajes sobre la migración, los destinos migratorios o la desigualdad de oportunidades y de expectativas de vida. Por esta razón, son los discursos, el lenguaje el que canaliza esa construcción de significados y del imaginario pero también el que lo modela y transforma permanentemente; centra la metodología por cuanto permite llegar de forma directa a ese proceso comunicativo.

Para el acceso a esos discursos se han previsto tres técnicas diferenciadas. De una parte, los grupos de discusión como modelo de la expresión libre entre sujetos en sus relaciones sociales, en el que muestran sus opiniones, emociones e interpretaciones de la realidad. Las razones metodológicas, para salvar la diferencia cultural y, en muchos casos, la de género, han recomendado que la conducción de estos grupos corriera a cargo del periodista marroquí Mohamed El Mouden, quien también se ha encargado de las traducciones del árabe al español. De otra, la realización de entrevistas en profundidad como un relato que reconstruye la memoria, las prácticas y lo cotidiano; son los discursos que ofrecen a una interlocutora con una clara y marcada diferencia cultural: blanca, europea, que desconoce el idioma y a la que ven con la misma curiosidad que a una turista. Por último, a través de un cuestionario de preguntas abiertas a estudiantes universitarios.

Todo ello, en cuatro momentos diferentes a lo largo de un año y con distintos modos de aproximación al objeto de estudio, en la búsqueda de la complementareidad de los resultados. Primero, a través de una investigación previa basada en encuentros etnográficos y entrevistas en profundidad; en segundo lugar, con la realización de encuestas; en tercer lugar, con las entrevistas en profundidad a periodistas; en cuarto

lugar, a través de la organización y debate de los grupos de discusión; y, por último, con una nueva ronda de entrevistas en profundidad. De esta forma y por aproximación, se ha tratado de triangular con una muestra cuantitativa, así como mediante la comparación con otros estudios de esas características, los resultados que afloran en la investigación cualitativa.

Los planteamientos de los Estudios Culturales en su interés por el contexto han llevado a plantearnos la flexibilidad necesaria que, con este criterio, se hace imprescindible para abordar la complejidad del objeto de estudio y de la propia investigación, de forma que resulte operativa la combinación y ampliación de la metodología que se hizo necesaria para obtener la mayor información posible. Este enfoque combina diferentes estilos de investigación, de técnicas cualitativas y etnográficas, en las que juega un papel fundamental el desarrollo de entrevistas o grupos de discusión sobre los contenidos. En este sentido, hay que recordar la tendencia de las disciplinas y las corrientes a una mayor flexibilidad en favor de nuevas formas de aproximación desde la pluralidad a las representaciones y significados que se producen en lo social. La propensión a desdibujar las reglas metodológicas tiene la voluntad de ampliar la capacidad interpretativa de los fenómenos de producción de sentido, así como la de hacer acopio de mayor información. Tanto el Análisis de Recepción como los Estudios Culturales coinciden en señalar los discursos de los medios por su capacidad de condensación y codificación, a la vez que consideran a los individuos como generadores de sentido en la recepción televisiva. Siguiendo a Orozco (1994: 7), habría que estudiar la ‘televidencia’, un concepto amplio en el que integra diferentes relaciones con los medios: las formas de ver, hacer y abordar la recepción televisiva. En este último aspecto con la premisa de que cada vez más los usos mediáticos son múltiples, imprevistos y creativos.

La combinación de estas propuestas metodológicas, así como la del Análisis Crítico del Discurso en la fase posterior, nos han hecho tomar en consideración los siguientes aspectos relacionados con la ‘televidencia’ y la producción de sentido sobre la migración:

- 1.- El momento, el lugar y la forma en que se ve la televisión.
- 2.- La recepción colectiva de los contenidos televisivos. El concepto de lo

colectivo es mucho más amplio que el de grupo doméstico y está profundamente vinculado en lo cultural con el contexto.

3.- El discurso de los individuos para conocer su interpretación de los mensajes y de las mediaciones que se producen en torno a esa interpretación, a través de entrevistas y grupos de discusión.

4.- La comparación de estos resultados con la producción de mensajes.

5.- Detectar las mediaciones, así como los grandes temas que se articulan alrededor de ella.

6.- Investigar si son éstas las únicas mediaciones o hay otras fuentes de información complementarias como la radio, internet, las comunicaciones telefónicas con los migrantes o el contacto directo con turistas.

7.- Buscar la relación entre las mediaciones y las interacciones comunicativas en los grupos sociales y domésticos.

8.- La existencia de redes sociales en las que se apoya la experiencia migratoria, más fuertes en sociedades menos individualistas.

En la selección de las localidades y comarcas para el trabajo de campo se ha tenido en cuenta la tasa migratoria y otros aspectos descriptivos de carácter sociodemográfico, con el apoyo del *Atlas de la inmigración magrebí en España. Atlas 2004*, de López y Berriane. Uno de los criterios empleados trata de contemplar la dualidad de la sociedad marroquí entre una creciente y fuerte presencia urbana y una tradicional composición rural de la población, que ahora sufre los mayores efectos de la desigualdad en el país. A la vez, se han contemplado focos muy descriptivos desde el punto de vista migratorio como Tánger, Beni Mellal o Tetuán y, por el contrario, otras zonas con un comportamiento diferente en su relación con los movimientos de población como son Mecknes, Rabat o zonas rurales de la región central marroquí alrededor de municipios como Boukfrane, Azrou y Sefrou.

Para ello, se parte de la elaboración de un guión genérico para toda esta producción investigadora con unos criterios que tratan de establecer la relación de los

informantes con la televisión en términos de preferencia y consumo mediático; de credibilidad del medio; los cambios registrados por el fenómeno migratorio en lo local; las noticias y experiencias relacionadas con la movilidad; las diferencias de percepción entre la calidad de vida del Norte y del Sur; la construcción de identidades bajo la presión de los flujos externos; así como la construcción del sistema de información relacionado con el proyecto.

El análisis de la producción de esta tesis se realiza bajo los criterios del análisis discursivo, el Análisis Crítico del Discurso, coherente con los objetivos y el resto de la metodología por cuanto presenta una unidad en sus herramientas, así como con otras técnicas de investigación cualitativas para la investigación conversacional, y el complemento de la recepción televisiva.

Todo ello, con la búsqueda de la complementareidad de las fuentes, la delimitación del marco teórico que evite el relativismo y contemple la transculturalidad, la revisión de la bibliografía orientada en ese sentido, el cotejo de los resultados con otros datos recogidos durante la investigación, la comparación con otras fuentes de información y con otros estudios existentes sobre la recepción televisiva y las migraciones. Finalmente, se realiza un balance de los resultados con las hipótesis planteadas inicialmente y pretendemos abrir un debate en relación a las aproximación de resultados que aporta la tesis.

Con este planteamiento plural y transversal se orienta la investigación hacia el eje entre sujeto-realidad-conocimiento, hacia la intersubjetividad, la confluencia de las distintas disciplinas y el cruce de culturas y mundos que se superponen en la experiencia migratoria, con la idea principal de que en la globalización todo está en movimiento: la dinámica marca la esencia y la existencia. Las identidades, tanto las ajenas como la propia, están en permanente evolución.

1.6.- La estructura del texto

El texto en que se recoge esta investigación tiene una estructura compleja fruto, de una parte, del objeto de estudio en su concepto amplio de apertura epistemológica así como las direcciones que se han seguido en el proceso de conceptualización, en la recogida de datos, en los sentidos que se otorga a las dimensiones de la *ubicuidad* y la *asincronía* que desestabilizan las certidumbres urdidas en relación con el poder territorial. Por eso, en ocasiones, los argumentos y la organización interna de esta tesis presentan redundancias y dobles sentidos en la dirección de lectura, ya que se ha buscado y se ha intentado plasmar la estructura rizomática en la que se expande la imaginación, en la que abrimos las ideas en su proyección hacia los paisajes mediáticos.

En esta clave también hay que entender algunos de los términos que se utilizan en su redacción para plasmar el objeto de la investigación y el papel de los informantes. Este puede ser el caso de la palabra migrante, que resume la posición y predisposición hacia la movilidad, desde una perspectiva global. Los desplazamientos trazan direcciones y redes que luego encuentran su sentido –y suele ser en su ida y vuelta, con lógica interactiva para la comunicación– en función del momento, del instante en que se analiza. La *atemporalidad* difumina las rígidas jerarquías pero también la *ubicuidad* hace desaparecer los prefijos en los que se ha consagrado una estigmatización adicional de la movilidad, más allá de la de sobra conocida relacionada con la migración. Cabría entender que en realidad los informantes de esta investigación son –como tantos otros– seres en movimiento que dibujan un tránsito permanente, cuyo término más preciso sería la transmigración. En cada estela que queda tras la movilidad, hay un surco que marca la posibilidad de repetir el recorrido en cualquiera de los sentidos posibles para reconstruir las redes con nuevos y fluidos puntos de vista y relatividades.

Esta perspectiva se ha buscado para incorporar una mirada transfronteriza hacia los fenómenos transnacionales, fluidos, en que ha estado centrada la atención durante el largo recorrido de la investigación. El conflicto surge con la dificultad de encontrar soluciones denotativas con las que alcanzar elementos y conceptos consagrados en nuestra comprensión del mundo y que evolucionan hacia la pérdida de valor como son *Norte*, *Sur*, *Occidente*, *Central*, *Periférico*, a los que recurrimos con las estrategias de simplificación y orden con las que debemos presentar los resultados.

La intención es, desde luego, lograr una mirada de pájaro que sobrevuela el estrecho de Gibraltar y no situarnos ni en un lugar ni en otro, sino en el de los flujos que constituyen la trama de lo social, la única dimensión espacial en la que nos reconocemos y, por otras vías, reconstruimos la comunidad, ahora que la *ubicuidad* lo ha traspuesto todo. En el espacio de los flujos, el movimiento es relativo tanto que la importancia del espacio geográfico va desapareciendo poco a poco al igual que los informantes de este trabajo no son, en la mayor parte de los casos, migrantes en sentido estricto pero sí son migrantes de la imaginación, que se predisponen hacia ‘paisajes mediáticos’ en los que reencantan su mundo cotidiano.

En los contactos que se establecen por la comunicación y la movilidad, el encuentro cultural adquiere una dimensión de especial atención. Por eso, la investigación y la búsqueda de referencias quiere plasmar un criterio transcultural que evite el eurocentrismo y muchos de los sesgos que por esta vía se registran. Como quiera que no estamos libres de ataduras, atavismos y etiquetas, se habrán pasado desapercibidos algunos automatismos sobre los que nos gustaría que desde la lectura se nos advirtiera.

Las páginas que siguen a esta introducción se agrupan en función del material recopilado, con espíritu exhaustivo, en otros seis capítulos en los que a veces en doble dirección y sentido se repasan los argumentos principales detectados en la conversación y la indagación sobre el imaginario de los candidatos a la migración.

Con el título “De la globalidad y de la teoría”, capítulo 2, se marcan las pautas que orientan la selección teórica en la que se apoya el trabajo. Así, en primer lugar, “Los supuestos de la investigación” repasa la perspectiva de la Teoría de la Complejidad, la Teoría sistémica, el encuadre transdisciplinar, la integración de la subjetividad y la intersubjetividad, la imprescindible transversalidad de género, los patrones para el entendimiento cultural desde la multiculturalidad a la transculturalidad, y, por último, la incorporación de las emociones y de la ambivalencia como sistemas reguladores de muchos fenómenos que acompañan las conexiones que se establecen en la comunicación y la movilidad. Un segundo apartado del capítulo 2, acerca los “objetos críticos” como elementos del cambio social de la globalidad: el imaginario, la movilidad, el consumo, la identidad, las fronteras y la ciudadanía. A través de valores transversales como el desarrollo, se integran en el vocabulario con que se crean las diferencias, los estigmas y también con las que se ‘reencanta’ el mundo. En tercer lugar,

se aborda los aspectos más fructíferos de la relación entre comunicación y movilidad. Como binomio se hace productivo, de una parte, hacia el capital social; de otra, hacia el desarrollo; pero también hacia la investigación científica por su alta productividad epistemológica: la comunicación transcultural mediada, la mediación transcultural, la vinculación entre las redes de comunicación y las redes de migración y, por último, en el transnacionalismo migrante y su expresión comunicativa del transnacionalismo mediático. La exposición teórica continúa con atención a los ‘paisajes mediáticos’ en los que se ensancha el horizonte de la *ubicuidad* y la *asincronía*, para terminar con un apartado dedicado al discurso y a la investigación sobre las migraciones y la televisión que repasa la elaboración de los discursos y su relación con el poder como sistemas reguladores de las sociedades de acogida, así como la construcción mediática de la migración y la investigación cualitativa sobre la cuestión.

Con el título “De lo local y de Marruecos” se aplican muchos de los conceptos al terreno de la investigación, con aportación de datos significativos sobre el papel que juega el país en las migraciones, su evolución, las redes, proyectos, estrategias, así como una investigación sobre el peso de los conceptos relacionados con el género en la constitución social marroquí. El apartado “Los efectos de las migraciones en Marruecos” abre un análisis de variables políticas, sociales y de gobernabilidad en el país respecto a la construcción de la ciudadanía, a la fortificación de la frontera o a la productividad de identidades políticas y religiosas y el refuerzo de la Otredad. Este segundo capítulo se detiene también en el otro elemento constitutivo del estudio, los medios de comunicación y la política comunicativa marroquí que se repasa desde los esquemas de comunicación y desarrollo. Después da paso a la construcción de los imaginarios tanto sobre Marruecos como sobre los destinos migratorios, así como un estudio sobre la representación mediática de la migración de esa nacionalidad. Por último, nos aproximamos al contexto de las interacciones comunicativas desde una visión de las audiencias sobre los productos transculturales, los usos de la televisión, la interpretación, la creatividad, resistencia y mestizaje de la recepción, para buscar elementos clave de la producción social informativa. El capítulo se cierra con algunos apuntes sobre la interculturalidad y los valores culturales en el Mediterráneo.

En el capítulo 4, “De las coordenadas y del método”, comienza el desarrollo del trabajo de campo con su correspondiente encuadre metodológico y la valoración que merece a efectos del análisis ya que se detallan las técnicas y los criterios que se han utilizado para elaborar la guía de tópicos, para abordar la diferencia cultural y las

estrategias en la selección de los informantes. Tratamos también de dar coordenadas geográficas dentro de los desplazamientos de población que se registran en Marruecos para enriquecer las aportaciones con estas variables. El encuadre del análisis y el modelo interpretativo cierran las aportaciones sobre la metodología.

Con “Cartografía y derrotero de análisis”, capítulo 5, se abre el estudio del material recopilado durante la realización del trabajo de campo en primer lugar como una descripción cuantitativa y comparada de esos hallazgos, según criterios de densidad, para clarificar los mapas mentales que se registran alrededor de la movilidad y el imaginario de los candidatos a la migración. A continuación, se profundiza en las relaciones más significativas que la tecnología digital facilita para contribuir a enriquecer con esas aportaciones el planteamiento y las hipótesis de la tesis. Con estos indicios y un procesamiento sistemático de la información desde la perspectiva que se había definido en las hipótesis y objetivos de la investigación hemos procurado extraer los resultados más elocuentes. En segundo lugar, el derrotero de análisis nos permite establecer nuestro propio rumbo interpretativo con sus consistencias y paradojas que muestran la complejidad de los resultados y la posibilidad de múltiples interpretaciones que se enriquecen por contraste, paralelismos e indefiniciones. El panorama que se muestra abre nuevos interrogantes a la investigación, planteamientos con los que espero contribuir a la producción científica de la vinculación entre la comunicación y la movilidad, un territorio que se agranda en la globalidad.

Las conclusiones y las propuestas para tratar este binomio, así como su vinculación con la producción de la subjetividad propia y de los informantes se desarrollan en el capítulo “Balance, rumbo y resultado”.

2.- DE LA GLOBALIDAD Y DE LA TEORÍA

Las dinámicas de la *ubicuidad* y la *asincronía* reconfiguran procesos sociales, marcan cambios y resitúan en el mundo, estelas de movilidad y posicionamiento con las que nos localizamos en cada instante. Son contextos para la interrogación y el descubrimiento de miradas, de puntos de vista, de percepciones así como de creaciones, imaginación, subversión y resistencia: todos ellos entendidos como conceptos de enorme productividad para el sujeto y la socialidad.

El marco teórico de esta investigación pretende abarcar la complejidad y diversidad de puntos de vista que la movilidad y la comunicación imprimen a nuestro cotidiano, recrean realidades y nos obligan a repensar nuestra subjetividad, nuestro conocimiento y nuestra posición en el mundo, que durante siglos estuvo determinada por unas coordenadas que se han disipado en los flujos de los discursos, las mercancías, las lógicas migratorias, las velocidades que imprimen nuevas realidades.

Por eso, para tratar de acercarnos a una visión adecuada al contexto de la globalidad, inserta en las prácticas cotidianas de proximidad que definen la localidad, hemos abierto el proceso de interrogación y búsqueda de bibliografía y referencias sobre la comunicación y la movilidad a múltiples enfoques posibles, para cribar entre ellos los que entran en sintonía con una perspectiva crítica, una mirada de género, el olvido de las certezas preformativas y la capacidad generadora de la creatividad y la imaginación. Aquí se resumen los vectores y tendencias en los que hemos reconocido nuevas posibilidades para comprenderme, comprendernos, para la riqueza nutritiva de subvertir explicaciones tradicionales, mecanizadas, así como las infinitas posibilidades de cerrar conflictos y aproximarnos al reconocimiento común.

En primer lugar, en *Los supuestos de la investigación* se trata de orientar el marco teórico de esta investigación conceptualmente alrededor de la complejidad y los

modelos de interpretación de la densidad y las dinámicas que marcan los flujos y nodos como espacios comunicativos en los que se insertan los sujetos. El encuadre sistémico pretende servir para la conceptualización de las referencias sobre la interdependencia de los fenómenos y las variables que son productivas para la investigación; las disputas epistemológicas entre campos científicos y disciplinares se recogen en un apartado que trata de establecer conexiones entre ámbitos académicos a través de su integración. Al igual que en el campo científico, los procesos de renegociación dialógicos sitúan a los sujetos en la realidad mientras la negociación con el contexto orienta la subjetividad hacia la intersubjetividad. La cultura y el encuentro entre sujetos crean conceptos productivos como son la multiculturalidad, la interculturalidad y la transculturalidad, que abordo como un flujo de intercambios, reconstrucciones creativas de lo identitario que llenan de matices los fenómenos sociales. De la misma forma, el capítulo *Una visión de género hacia la diversidad* trata de enriquecer este planteamiento con la transversalidad de género como un doble sistema de indagación sobre las contradicciones y oposiciones en que se apoyan los reduccionismos. Por último, un apartado dedicado al análisis de la emoción y la ambivalencia en los procesos de racionalización en el contexto de la incertidumbre de la globalidad.

En segundo lugar, los *Objetos críticos* de esta investigación se definen como elementos de diagnóstico del cambio y la estratificación social en la globalidad. Los seis objetos críticos: imaginario, movilidad, consumo, identidad, fronteras y ciudadanía van acompañados, en la mayor parte de los casos, de una contextualización adaptada a esta investigación con referencias concretas al estudio de caso o bien al efecto que la superposición de estos objetos produce para su interpretación.

En tercer lugar, la teorización sobre la comunicación y la movilidad, especialmente desde la relación de las teorías de ambos campos, se recoge en el capítulo *Comunicación y migración como campo y objeto de estudio*. Por eso comienza con la interconexión entre las migraciones, la comunicación y el desarrollo que muestra la capacidad que la densidad de estas interacciones tiene para la transformación. La indagación sobre el conjunto del binomio comunicación-migración fructifica en campos de investigación de gran interés para esta tesis como son la mediación transcultural, las redes en sentido migratorio y comunicativo, y los transnacionalismos de la movilidad y de los medios. Analizamos el concepto de ‘paisaje mediático’ como una aportación esencial para la comprensión de la *ubicuidad* y la *asincronía* desde la que se viven los procesos de decodificación, reapropiación y resistencia en la recepción, así como de la

ampliación del catálogo de mundos posibles y estilos de vida que se vuelven cotidianos para el imaginario de las sociedades emisoras. La relación entre migración y televisión, como un binomio productivo en el que interrogar sobre las interacciones y las mediaciones, comienza planteando los vínculos entre mito, poder y discurso, ámbitos de construcciones simbólicas que operan sobre todos los elementos anteriores y con los que tanto se analizan los discursos reguladores de la inmigración en las sociedades de acogida como se revisan los antecedentes de la investigación cualitativa sobre la cuestión; también se exponen los principales elementos de la producción mediática y de la representación sobre las migraciones.

2.1.- Los supuestos de la investigación

La investigación sobre *La recepción de la televisión como impulso a las migraciones. Un estudio de campo en poblaciones marroquíes* precisa de una estrategia dialógica y reflexiva que conduzca a la coherencia en el enfoque teórico, metodológico y sobre el terreno en el campo complejo de la recepción de la comunicación mediática y los proyectos de vida en torno a la migración. A fin de cuentas, el cruce entre las posiciones relativas de los objetos críticos a investigar permite un análisis plural y complejo de las realidades que construyen los individuos y su reconfiguración en el mundo de cambios que se aceleran con la globalización. Los discursos de los actores se contrastarán con el corpus conceptual y teórico sobre las principales variables que se interpretarán como significativas. Se trata de la superación de las interpretaciones binarias y el paso al ‘pensamiento ternario sobre la significación’ (Verón, 1987: 122), es decir, un nexo con la realidad construida a través de lo representado, el objeto y el sujeto de la interpretación.

Por tanto, si tratamos de buscar la coherencia de los planteamientos, será necesaria una perspectiva crítica desde la que sea posible cuestionar cada una de esas posiciones e incluso la propia, desde una visión global y compleja, con la integración de las variables. Trataremos de evitar el análisis fragmentado de las realidades ya que su agregación y su integración, en un enfoque sistémico, hará aflorar las relaciones y las estructuras, especialmente si se observan de forma completa con la revisión de los puntos de vista y los postulados. Para ello, es imprescindible reconocer la propia presencia como una parte del sistema que se altera en la observación, en la que nos integramos, construyendo esta realidad compartida.

Para comprender mejor las relaciones que se establecen y ensanchan los puntos de vista hay que difuminar las barreras que se abren, de manera solidaria. El planteamiento sistémico conduce a un diseño de la investigación en el que la posición de los sujetos es prioritaria y a través de los mismos se dibuja un eje triple que configura el sistema sujeto-realidad-conocimiento. La producción de conocimientos relativa a un determinado campo de lo real, en la visión de Verón (1987: 27), es un proceso y no un acontecimiento singular, no tiene la unidad de un acto ni de un lugar, es decir, está integrada por una red intertextual que se registra en un momento dado.

Los supuestos de esta investigación parten de una lectura sistémica, transdisciplinaria de la complejidad, culturalmente intersubjetiva, desde una matriz crítica. Son supuestos que enlazan la investigación y la acción social transformadora.

2.1.1.- Teoría de la Complejidad en la globalidad multidimensional

El objeto de estudio de esta tesis es un campo complejo de lo social que se manifiesta en la comunicación, en las transformaciones sociales, en el conocimiento, en la nueva economía, en las identidades, en la globalización o en la capacidad de los sujetos para responder a los retos cotidianos por la vía de la imaginación. Todo ello en un mundo también complejo y plural que se muestra en los testimonios orales, a modo de entrevistas en profundidad e historias de vida: un caleidoscopio de situaciones y referencias que se multiplican con los enfoques y puntos de vista de sus voces, con las posiciones propias.

Comunicación y migración son los dos campos en los que se entrecruza el objeto de esta tesis, en un momento en que las dinámicas sociales están fuertemente atravesadas por la aceleración impuesta por el desarrollo tecnológico que ha disuelto las certezas históricas y culturales. El espacio y el tiempo, y con ellos muchas concepciones, se transforman por la voluntad de los flujos en *ubicuidad* y *asintonía – atemporalidad* para Castells–; un ámbito desmaterializado que se fluidifica (Bauman, 2006; Balandier, 1996: 161) en lo simbólico e imaginario.

En este encuadre se encuentra el objeto de estudio en doble dirección: de una parte, el discurso televisivo en las corporaciones transnacionales sobre Marruecos; de otra, las motivaciones para los proyectos de migración de los sujetos que configuran la audiencia en relación a esos discursos, a su contexto, en función de las interacciones y las mediaciones sociales. Por ello, un marco teórico adecuado para el análisis de la cuestión está sin duda en la interrogación sistemática por los conceptos y variables sobre las que se apoya la investigación, a través de la definición y revisión de un conjunto de objetos críticos con los que se trata de definir las cuestiones candentes del complejo entramado de intereses y argumentos en los que se desarrollan los discursos, las motivaciones, y la construcción de identidades en tránsito.

Para lograr la proximidad necesaria en el análisis, a través de la elaboración de una guía de los objetos críticos en los que se centra el estudio, es imprescindible superar las visiones universalistas, congeladas en el tiempo, fragmentadas, opuestas, deterministas, y la hegemonía de un modo de acceder al conocimiento: la búsqueda del orden y de la simplicidad de teorías en las que se fundaron las ciencias sociales en su

paralelismo con el corpus científico del momento, en el que la ambición era distanciar al máximo la realidad o el objeto de conocimiento del sujeto que accede a ellas para que no contamine el proceso y permanezca inalterable ante lo conocido. Ese objetivismo parte de la base de que el mundo se organiza al margen de los individuos que lo componen, que se mantienen alejados y no participan de su orden. La ambición de hegemonía y de poder que se generalizó para la explicación del mundo social no serviría para adentrarnos en las vidas complejas de estos aspirantes a la migración, al menos imaginaria, ni a las realidades plurales que las habitan, ni en los mundos diferentes que las rodean.

Por eso, asumimos la propuesta operativa de Najmanovich (2005: 67) de gestionar la complejidad como una forma de relación con el mundo, un estilo cognitivo desde la práctica y la interacción no sujeta a esquemas previos, porque los grandes argumentos que guiaron a lo largo de los siglos la construcción y la reconstrucción de la historia, los puntos de vista inequívocos que ayudaron a mantener la lógica de un orden social inmutable, la comprensión lineal y causal del mundo, derrumbaron hace ya mucho las ambiciones totalizadoras de un cuerpo teórico que se enfrentaba a la realidad plural y cambiante, mientras crecía un movimiento que reconocía la diferencia y se alejaba de la norma.

Maldonado (1999: 9) desarrolla el concepto de complejidad como cosmovisión, que resulta significativa para este caso, ya que incluye las elaboraciones sobre el mundo en general y sobre el proceso del conocimiento, como una nueva mirada a partir de planteamientos que surgen del pensamiento sistémico: “La comprensión holista del universo tiene el mérito grande de no separar los planos de la realidad ni los componentes de la misma, y por el contrario, nos revela lo real mismo como movimiento y como forma antes que como sustancia”.

La crisis del modelo simplificador y normativo de la epistemología se venía produciendo desde los años setenta y más intensamente en los noventa, con la creciente aceleración del mundo globalizado que aporta innumerables causas, como la complejización de las sociedades contemporáneas, en las que se multiplican los actores sociales y los escenarios en sus diferentes dimensiones; con la emergencia de nuevas realidades y sus efectos superpuestos (Espina, 2004: 16). En definitiva, un mundo plural al que hay que mirar con otros ojos porque “una inteligencia incapaz de considerar el contexto y el complejo planetario nos hace ciegos, inconscientes e

irresponsables” (Morin, 2000: 15).

Precisamente lo complejo quiere servir para la comprensión de las historias plurales, diversas, simbólicas, a caballo entre mundos y culturas diferentes, y ello a pesar de su dificultad operativa, ya que esta elección implica una transformación multidimensional en evolución en la que es necesario mantener la contingencia ante las superposiciones de las interacciones, retroacciones, la incertidumbre o la contradicción (Morin, 2004: 33). De esta forma, es imprescindible un planteamiento dialógico que forme parte de la propia naturaleza humana (Freire, 1970) y que centre el análisis en lo comunicativo; su papel primordial en lo social y en lo posmoderno es necesario para la comprensión de los fenómenos relacionados con las diásporas actuales. Lo dialógico recoge toda una trayectoria conducida por los procesos de comunicación que se articulan en el espectro que va desde el choque y la tensión a la conexión; quizá por ello, Najmanovich (1998) mantiene que su práctica “continuada y sistemática permitirá la emergencia de categorizaciones que den sentido a nuestra experiencia del mundo”.

El principio dialógico es para Morin (2004: 107) uno de los elementos básicos de la complejidad, en la que también se incluye la recursividad –un proceso en el que los productos y los efectos intervienen en el origen y resultado de sí mismo–, y lo hologramático¹³, que en su menor expresión contiene la mayor parte de la información de lo representado: “La sociedad en red nos pide también un pensamiento en red.” (Mendes, 2009: 152). Pero además, es el marco de la relación entre el observador y lo observado, entre el objeto y su contexto, porque “no pierde nunca de vista la realidad del tejido fenoménico en la cual estamos y que constituye nuestro mundo” (Morin, 2004: 146). En este mundo operamos con simplificación relativizada, entendiendo como complementarios los antagonismos entre el orden y el desorden, entre la complejidad y completud; así como el tránsito entre razón, racionalidad y racionalización a través de macroconceptos como autonomía y autoorganización. En definitiva, es una forma de pensamiento multidimensional que integra la incertidumbre y la contradicción porque son procesos transformadores, es decir, un campo de acción pero también de la solidaridad: “Si tenemos sentido de la complejidad, tenemos sentido de la solidaridad” (Morin, 2004: 100).

¹³ El concepto hologramático (Bohm, 1987) establece una relación diferente con lo observado, ya que supera la visión reduccionista que se centra en las partes, y la visión holística por ser excesivamente englobadora. El principio hologramático permite localizar en cada pequeña porción de una imagen la casi totalidad del conjunto. De esta forma entiendo que el estudio de casos aportan una información integral del conjunto de la experiencia de los migrantes ante la televisión y en la elaboración de su proyecto.

La complejidad surge de la experiencia que el desarrollo tecnológico ha marcado en nuestra concepción del tiempo y del espacio, que ahora tiene nuevas formas sociales construidas desde el pasado y en los cruces que existen en la naturaleza. Castells, ante el nuevo contexto tecnológico, propone la hipótesis de que el espacio organiza el tiempo (2005: 453-454). El mundo contemporáneo se gestiona a través de los flujos y la movilidad pero genera contradicciones, descritas por Marc Augé (2007a: 89-90) en *Por una antropología de la movilidad*, que se centran especialmente en lo espacial:

Concebir la movilidad en el espacio pero ser incapaz de concebirla en el tiempo es, finalmente, la característica que define al pensamiento contemporáneo atrapado en una aceleración que lo sorprende y lo paraliza. Sin embargo, por esta misma razón, su debilidad la traiciona en el espacio: ante la aparición de un mundo humano que es consciente de ocupar todo el planeta en su extensión, todo ocurre como si, ante la distancia con respecto a él, refugiándonos tras las antiguas divisiones espaciales (fronteras, culturas, identidades) las cuales, hasta el momento, han originado los enfrentamientos y la violencia.

El mundo en movimiento por los efectos de la velocidad del transporte y las comunicaciones imprime carácter a multitud de realidades de la comunicación, a la información, al cambio a los formatos multimedia y audiovisuales, a la creación de valor, a la esperanza de vida, a la sanidad, a las relaciones sociales, al concepto del pasado y del futuro, a la valoración de la memoria o de la historia, a la disolución de la ideología, al trabajo y, también, a los territorios y la geografía. La yuxtaposición de las dinámicas de la comunicación y del transporte tienen como resultado “un nuevo orden de inestabilidad en la producción de subjetividades” (Appadurai, 2001: 19).

El apego espacial se manifiesta como una de las formas de resistencia de las sociedades y, especialmente, de los Estados que se balcanizan sobre la lógica de la diferencia identitaria, expresada en lo territorial, con el reforzamiento de unas fronteras que delimitan un espacio físico disuelto por los flujos y por la aceleración de las comunicaciones y del transporte. Virilio (1999) sostiene que la defensa de lo territorial es una estrategia de poder, y que en esa estrategia surgen las ambigüedades del modelo porque las fronteras son el espacio de intercambio de capitales, de mercancías, del turismo, de mensajes, y, por supuesto, de migraciones.

La frontera es también un territorio simbólico en el que nos vamos a mover a lo largo de estas páginas, un espacio contradictorio y difícil en el que se articula una estrategia de comprensión de lo sociocultural en el mundo contemporáneo (Grimson, 2005), un lugar complejo del pensamiento “que surge como respuesta a las condiciones de vida cotidiana creadas por la globalización económica y los nuevos rostros de la diferencia colonial” (Mignolo, 2003: 383).

La *ubicuidad* y la *asincronía* desordenan la mayor parte de las variables sobre las que se desarrolla esta investigación: la televisión transnacional, las definiciones culturales, la globalización, las cartografías, la representación, lo simbólico, las interacciones, los discursos, la recepción de los medios, las mediaciones, la subjetividad, la imaginación, motivación y emoción de los sujetos, el concepto de la racionalidad. Junto a ellas, definidas como objetos críticos por su alta capacidad reveladora, están las transformaciones que se registran en los imaginarios y en la subjetividad con la movilidad y apertura de fronteras.

2.1.2.- Enfoque Sistémico para las dinámicas de la comunicación y las migraciones.

La coherencia entre el objeto de estudio y la dimensión de análisis, si nos apoyamos en la Teoría de Sistemas, permite aplicar el concepto de holograma como una posibilidad interesante y actual que ya apuntaba Morin (1988: 113) en la tercera parte de *El método*, donde defiende que “el todo está en cierto modo incluido (engranado) en la parte que está incluida en el todo”. De una forma mucho más clara, lo expone respecto al plano social en *La epistemología de la complejidad*: “Son las interacciones entre individuos las que producen la sociedad; pero es la sociedad la que produce al individuo. He aquí un proceso de recursividad organizacional; lo recursivo se refiere a procesos en los cuales los productos y los efectos son necesarios para su propia producción” (2005: 39). Morin mantiene el interés para observar los cambios sociales y hacerlos comprensibles, dentro de su concepto de identidad compleja, pero también para interpretar la capacidad transformadora de lo social, en una idea de permanente cambio pero no dialéctica de superación de los contrarios.

Los beneficios de este enfoque para la comprensión de los sistemas complejos de lo social se encuentran en facilitar una visión global de las situaciones, de sus protagonistas, de los fines y los medios, incluso si se aplica la operatividad de los subsistemas. Pero respecto al objeto de esta tesis, lo más destacado es la atención que presta al juego de las interacciones, la articulación entre diferentes campos, así como a los distintos niveles de análisis que posibilita, incluso complementarios.

Para el análisis, se hace imposible la observación de cada una de las partes de forma aislada, ya que serían tan sólo fragmentos. Los principios del enfoque sistémico fundamentales son varios: las partes conservan las características generales del todo al que pertenecen a la vez que se hace compatible con las propiedades singulares y originales de cada una de estas partes; la autonomía rige en el funcionamiento de las partes pero entre ellas hay relaciones de intercambio y comunicación; así como, la más innovadora de las características, la capacidad hipotética regeneradora que tiene cada uno de los elementos o partes respecto a la totalidad (Morin, 1988: 113). Por su parte, Vidal (2005a: 35) llama la atención sobre el sentido negativo y rígido de la retroalimentación, que puede derivar por parte del poder en una ingeniería del orden y del consenso social, en la gestión de lo relacional-comunicacional.

La Teoría de Sistemas se fundamenta en Bertalanffy (1989) y se desarrolla en principios como el objetivo y la totalidad, que definen la relación entre los elementos del sistema, y en los mecanismos de regulación de la entropía (como principio desintegrador) y la homeostasia (la tendencia al equilibrio interno y dinámico). Se apoya en principios biológicos que defendió Herbert Spencer cuando estableció las similitudes de los organismos sociales con los individuales en el crecimiento, complejización, interdependencia y heterogeneidad. La interacción es la base de su funcionamiento sinérgico y abierto –la apertura es un rasgo común a todos los sistemas biológicos, humanos y sociales en la medida en que todos interactúan con el ambiente, crecen y se adaptan y pueden competir con otros. En este sentido, creemos que los sistemas pueden resultar una aportación de importancia a la comprensión del fenómeno migratorio dentro del contexto de la globalización, tal y como la describe Appadurai (2001: 50) cuando defiende que la rapidez e intensidad de los flujos que genera repercute en los desajustes entre los ‘paisajes’ étnicos, financieros, mediáticos, ideológicos y tecnológicos, a la vez que estos ‘paisajes’ transforman las tendencias hacia la homogenización. De esta forma, lo sistémico se entiende tal y como lo concibe Lazzarato (2006: 49): “El universo no es el resultado de una composición de movimientos mecánicos, sino de un vitalismo inmanente de la naturaleza”

Si estos planteamientos se trasladan a otras ciencias como la física y la óptica, enlazan con la idea de los fractales, pero también con la visión rizomática de las identidades, el poder y el conocimiento que surge de la filosofía de Deleuze y Guattari (1995) que, definitivamente, elimina la concepción jerárquica, descentra los conocimientos y la realidad, pero no a través de la inestabilidad sino de su propio orden y organización internas¹⁴. Estos teóricos no sólo aportan un pensamiento creativo que encauzan por el constructivismo, sino que se dirigen a la transformación y la resistencia, a través del estudio del discurso y del poder. Con sus propuestas –que desarrolla más concretamente Deleuze (2002)–, la creatividad se configura en su apoyo a la diferencia, en huida de la repetición, de la misma forma que el rizoma genera patrones cuando se aleja de la raíz. La comunicación, a diferencia de la información, será el escenario de transformaciones identitarias también alejadas de los estereotipos, a la vez que el movimiento que acompaña a las imágenes genera realidades innovadoras y construye nuevos flujos que preceden a los sujetos.

¹⁴ Los conceptos de su teoría son de aplicación en los ámbitos de la ciencia, la sociedad y la comunicación.

En el terreno social, particularmente interesante a los efectos de esta investigación resulta la figura de Luhmann (1998), por la integración teórica que realizó a mitad de camino entre la teoría social y la comunicación por cuanto centra, define y autorregula las relaciones, pero también por su atención a los valores que representa y a la capacidad manifiesta para reducir la incertidumbre en un contexto de complejidad. Son la base del imaginario de la realidad, simplifican la realidad hasta hacerla comprensible para la sociedad, en la búsqueda de su equilibrio y lo hace en función de “códigos simbólicos socialmente generalizados que, como se ha indicado, guían la transferencia de decisiones” (Vidal, 2005a: 37).

Los medios, en Luhmann (1998: 99-130), son autorreferentes y generadores –el sentido de la *autopoiesis* de Maturana (1991)– de identidad que se alimenta del conjunto de sus producciones y se hace coherente con los valores dominantes en los que hay un predominio de racionalidad mercantil. Construyen la realidad a través de la simplificación, la simulación o la falsedad apoyadas en la agenda que disuelve la memoria. El modo de operar del sistema de medios a través de la dialéctica con el resto de los sistemas especializados establece una realidad compleja. Por eso, para Callejo (2001a: 38) la investigación de audiencias es un “esfuerzo sistémico y sistemático para la concreción del interlocutor”, en la que la creatividad de los profesionales puede alcanzar una “concreción material y materialista” derivada de esta investigación.

Del conjunto de sistemas que ocupan esta investigación, hay que destacar el sistema mediático del que Sánchez Noriega (2002: 26) señala que tiene unas fronteras cada vez más difusas porque satisface, además de las necesidades de información, las de ocio: “Hablamos de sistema mediático como un conjunto de comunicadores que, en la diversidad señalada, tienen en común una presencia pública relevante y hasta hegemónica respecto a otras instancias sociales en orden a constituirse en “voz pública” y configurar el pensamiento común”. Para Rusconi (1997), el sistema es transnacional y esta característica es una de las evidencias del proceso de globalización, tanto desde la producción con la configuración de las corporaciones mundiales, como desde la difusión a través de satélite o de cable, que las convierte en canales transnacionales que cruzan las fronteras establecidas.

Junto a éste, se sitúa el “sistema mediático-instituciones sociales” para el que Sánchez Noriega (2002: 72) encuentra tres modelos básicos no excluyentes sino que operan según la relevancia pública de los mensajes de masas: como un elemento más

del subsistema cultural y subordinado al político-económico dominante para un determinado sistema social; los medios independientes con respecto a otros poderes y dinamizadores del cambio social; y, por último, el modelo que se gestiona por dinámicas de colaboración, conflicto o complementariedad entre los medios y el sistema político-económico.

De especial interés para este estudio son los sistemas simbólicos, como “una guía para orientarse en esos ramales múltiples de los significados que laten en la pluralidad de cada significante [...] Con ellos no podemos descubrir la multiplicidad de los juegos asociativos que se desarrollan en nuestra psique. Sirven, eso sí, para interpretarlos” (Paoli, 1994: 108). Lo simbólico, como ya mencionamos, articula las relaciones de poder para Bourdieu (1988), porque garantiza la dinámica de las relaciones sociales al determinar la producción y reproducción del sistema de dominio, que se expresa por la vía de su función simbólica. El consenso integra las interacciones sociales que se consolidan en la práctica cotidiana sin necesidad de una actividad reflexiva. Es decir, son estructuras estructurantes, pero también estructuras estructuradas susceptibles de análisis (Bourdieu, 2000: 65-73).

2.1.3.- Transdisciplinar e interdisciplinar: los diálogos del conocimiento.

Los conceptos de interdisciplinar y transdisciplinar alcanzan de lleno al campo comunicativo aunque desde el conocimiento, como señala García Canclini (1989: 13), se ha primado lo transdisciplinar ya que “damos importancia a los espacios de intersección porque hoy no puede entenderse lo que ocurre en los estudios comunicacionales leyendo sólo lo que escriben los especialistas en comunicación de masas”. De alguna forma quiere señalar el espacio abierto entre las disciplinas que se liga desde la comunicación para la explicación de los fenómenos sociales. La comunicación tiene un carácter marcadamente social, como elemento definitivo a la hora de abordar el planteamiento del roce entre las disciplinas que ha dado como resultado todo un catálogo de niveles en la relación entre éstas.

El planteamiento transdisciplinar permite no sólo abordar las cuestiones que son comunes en su desarrollo a varias disciplinas o quedan más allá de ellas –en un campo en creciente desarrollo en el mundo académico–, a la vez que es complementario sobre otras perspectivas de la investigación como sería la multidisciplinar. Este cruce transversal, transdisciplinar (Thompson, 2004: 30), recoge una amplitud de miras dentro de los campos interdisciplinares pero también atraviesa las grandes disciplinas científicas.

Por su parte, la interdisciplinariedad permite un planteamiento enriquecedor para esta investigación, ya que completa la explicación de los fenómenos a la luz de otras disciplinas sin necesidad de integrar de antemano los paradigmas del conocimiento. Ahí puede estar la comprensión de los fenómenos complejos, en lo interdisciplinar, con la confianza en lo permeable de las fronteras entre campos y disciplinas; al igual que los candidatos a la migración saben aprovechar las grietas del sistema que ha blindado las fronteras políticas entre países y sociedades.

De hecho, Geertz (1989: 83) defiende su importancia para el campo de la cultura y la aproximación a la dimensión humana:

A pesar de los puntos de vista que sostienen la sustancialidad de la cultura, de la organización social, de la conducta individual o de la fisiología nerviosa como sistemas cerrados y aislados, el progreso en el

análisis científico del espíritu humano exige que un ataque conjunto virtualmente de todas las ciencias de la conducta, ataque en el que las conclusiones de cada disciplina obliguen a continuar reestimaciones teóricas de todas las de las otras.

Se trata de lograr el intercambio de métodos de diferentes disciplinas, al igual que se ha operado en el campo teórico, para obtener mejores resultados en el estudio de la realidad a través de interacciones. En este sentido, el planteamiento comunicativo y dialógico de Vassallo de Lopes (2007: 105) nos conduce a la acción:

La interdisciplinariedad moviliza el conocimiento de cada una de las disciplinas en diálogo, pretendiendo trascender su propia especialidad aunque sin perder sus límites. No se trata de sumar, sino de interactuar para transformar. La interacción es, antes que nada, una actitud de comunicación, lo que permite verificar que, más que una categoría de conocimiento, la interdisciplinariedad, así como la transdisciplinariedad, es una categoría de acción.

A través de estas teorías, se trata de superar los límites que impone hiperespecialización para realidades complejas que configuran el mundo actual, en las cuales los nexos de unión entre fenómenos permiten esa interconexión. La propuesta de García Gutiérrez (2007: 37) del pluralismo lógico –en el que el acto de clasificación es una violencia ya que muestra un solo mundo y el desconocimiento– pasa por “desclasificar el mundo” para hacerlo más accesible al entendimiento: “Sólo puede conseguirse, instalando en nuestro sistema de raciocinio, una herramienta metacognitiva –de autovigilancia crítica– basada en el pluralismo lógico que no es más que la convicción profunda del respeto al otro, sea contemporáneo, predecesor o sucesor”.

2.1.4.- Subjetividad e intersubjetividad, las miradas de la realidad dialógica.

Las limitaciones que desde el discurso científico –también hegemónico– se producen respecto a las posibilidades de la creatividad, a la perspectiva personal y subjetiva, en la tradición se han justificado por la defensa de la racionalidad como conocimiento. Pero no hay que olvidar que, como ha señalado Foucault (1991: 121) la racionalidad del mundo científico, como la del político, no es ‘la razón en general’ sino un tipo muy específico de racionalidad, motivo por el que este concepto excluyente de la comprensión del mundo queda cada vez más refutado en la metodología científica. La investigación tratará de reconstruir la realidad, interpretarla para dotarla de significados desde la subjetividad, atendiendo al planteamiento rico de Rosana Guber (2004: 55): “El conocimiento es, así, un reflejo y, por ende, una reproducción o copia de lo real en la subjetividad”.

Si el mito de la objetividad racional olvidaba al sujeto, el planteamiento reflexivo de esta investigación lleva a mostrar con honestidad la dirección y la intención de la propia mirada respecto al objeto que lo centra: “Aunque esta elección se opera en virtud del objeto de la investigación, ello no obsta para que el ángulo se vaya reformulando conforme avanza el trabajo de campo y el investigador se vaya incorporando a la cotidianidad” (Guber, 2004: 195).

Por eso también hay un acercamiento a su mundo, buscando que se integren en esta experiencia a través de sus relatos que son paralelos y que muestran similitudes y diferencias en las que indagamos sobre sus razones individuales y colectivas para mantener siempre presente la posibilidad de una aventura migratoria, de su contradictorio entendimiento con los mundos externos y ajenos. Se trata de cambiar el punto de vista, de situarnos al nivel del suelo, de acercarnos al origen, de entenderlo en su contexto, de cruzar la frontera, para detenernos en la observación de las personas y buscar las claves con esa mirada y no con la que se contempla como una anécdota dentro de un complejo sistema de movimientos migratorios. Y para completar la visión de los protagonistas de esta historia, nos apoyamos en estas estrategias – transdisciplinariedad, análisis complejo y crítico, enfoque sistémico, e intersubjetividad– con las que afrontar el análisis de sus discursos así como del resto de los campos que confluyen en las interacciones y en su resultado.

Con esta transparencia, tratamos de acercar las direcciones relacionales entre los elementos de la investigación, tal y como propone Espina (2004: 20), como un factor de enriquecimiento: la integración de los sujetos, incluido el mío propio, activa y multidimensional, aporta la forma de entender el mundo y de producir su comprensión, la transformación que se ha producido en su cambio:

Se trata de que el sujeto, al conocer, transforma y es transformado, concede significados, interpreta según estructuras preestablecidas y que él produce y esta acción de “significación”, de “objetivación”, forma parte también de la realidad. Es la reafirmación de lo existente como relacional, como interactuante. Si se concibe la realidad de la relación, es porque se asume la existencia, la realidad, de lo que se relaciona, no se elimina o reduce ninguno de los dos elementos, supone, por el contrario, asumirlos en su complejidad, multidimensionalidad, interacción y diversidad.

Carrizo (2004: 50) añade que esta subjetividad es imprescindible para completar la perspectiva del mundo complejo: realidad y pensamiento social se apoyan en la riqueza que el sujeto incorpora al mundo de las ciencias sociales, de las que había estado excluido, y sirve de puente entre el objeto y el conocimiento, como parte transformadora de ambos mundos. Incluso Hall (2003: 64) mantiene su sentido en la producción a través de la intersubjetividad: “Las identidades no son una propiedad nuestra, sino historias construidas a partir del recurso intersubjetivo del lenguaje. La subjetividad no produce intersubjetividad, sino a la inversa”. Estos planteamientos nos alumbran sobre muchos aspectos que ya había recogido la producción científica pero que ahora se enriquecen con la dimensión humana, con las aportaciones propias, con su contraste sobre el terreno y con el análisis cualitativo.

La perspectiva dialógica desde la que se enfoca este estudio, busca acercar e incorporar las distintas disciplinas así como los diferentes mundos que se superponen en las experiencias de los televidentes y sus aspiraciones vitales relacionadas con la migración, con las que tratan de obtener reconocimiento. Pero también, en la línea entre sujeto, realidad y conocimiento se construyen las identidades en evolución; así se disuelven los enclaves defensivos y excluyentes, en la dinámica de la construcción de identidades, tal y como las entiende Hall (2000: 323).

En la teoría de la comunicación, la estimación de los supuestos subjetivos e

intersubjetivos respecto al sujeto receptor de los productos culturales y las mediaciones se reactiva, según Mattelart (2007: 193), en la década de los ochenta vinculada al concepto de Gramsci de hegemonía y a la construcción social del discurso. Rizo (2009b: 27) considera una aportación para la comunicología el encuentro con la sociología fenomenológica, en especial, en la configuración de la intersubjetividad a partir del trabajo de investigadores como Berger y Luckmann o Schütz, desde el momento que enlazan el flujo de la conciencia interior con un tránsito hacia lo social, lo histórico y lo cotidiano. El enfoque sociofenomenológico comprende la intersubjetividad, tal y como la entiende Marta Rizo (2009b: 29), como un acto de compartir sentidos, una relación de significados hacia lo común, dentro de lo cotidiano.

La intersubjetividad –así como la interacción directa y la social– hace aflorar objetos específicos de la comunicación de mucho interés para esta investigación, de los que Rizo (2009a: 94-99) destaca la interacción interpersonal, la subjetividad social y los sistemas de información y comunicación, a los que prestaré atención, así como otros que facilitan la conexión como son: “situación biográfica, acción, significación, situación y/o ambiente comunicativo, lenguaje, interacción e intersubjetividad”. Por tanto, la comunicación intercultural es un fenómeno que

tiene lugar cuando interactúan entre sí sujetos cuyos universos simbólicos son diferentes, de tal manera que en dicha interacción se despliegan las creencias, representaciones, valores y significados de cada uno de los sujetos respecto de sí mismos, de sus interlocutores y de la realidad que les rodea (Pech, Rizo y Romeu, 2009: 35).

Así se vincula al campo social e histórico y, en este caso, también a las relaciones de dominación porque, no hay que olvidar, que los mismos discursos, las mismas subjetividades que buscan la exclusión se confirman a menudo en la voz de los excluidos. En este sentido, el sujeto a través de la interacción, la resistencia y la negociación participa en la construcción social y en la creación del consenso que se reproduce en lo cotidiano: “El mundo de la cotidianeidad sólo es posible si existe un universo simbólico de sentidos compartidos, construidos socialmente, y que permiten la interacción entre subjetividades diferentes” (Rizo, 2009b: 29). En este encuadre se sitúa la relación entre la comunicación transcultural y la interculturalidad, entendida como contexto de negociación o de conflicto a la hora de ajustar las diferencias entre los individuos. La interculturalidad como concepto (Malgesini y Giménez, 2000: 253-

258) introduce el factor dinámico, la interrelación en la que se registra la evolución y el cambio social, aunque más preciso –como abordaré más adelante– será el concepto transcultural, en el contexto de la globalidad y de la transnacionalidad.

La necesidad de las ciencias sociales de articular los ámbitos macro y micro sociales atraviesa la dificultad de los enfoques dominantes, bien excluyentes, al considerar el uno o el otro, de oposición, en una dialéctica entre contrarios, o como una división irresoluble o subordinada. Sin embargo, Sotolongo y Delgado (2006: 131-164) mantienen la comprensión de estas dimensiones sociales como paralelas, simultáneas y concomitantes, así como que en las interacciones que se registran se sitúa precisamente el contexto, es decir, la praxis produce, reproduce o modifica constantemente su propio contexto. Estos autores las describen como prácticas articuladas en cuatro campos –de poder, deseo, saber y discurso– de forma circular y con realimentación.

La intersubjetividad, junto a la reflexividad, son instrumentos para la comprensión de los sujetos en la medida en que otorgan sentido a la realidad. Para la investigación, la reflexividad obliga a tomar en consideración los actos de los sujetos, incluso de la propia investigadora: “La reflexividad inherente al trabajo de campo es el proceso de interacción, diferenciación y reflexividad entre la subjetividad del sujeto cognoscente –sentido común, teoría, modelos explicativos– y la de los actores o sujetos/objetos de investigación. Por ello, cobra mucha importancia la valoración del contexto ya que los discursos producen situaciones y sus métodos deben ser coherentes con las prácticas cotidianas” (Guber, 2001: 53). En la aproximación se utiliza el enfoque *emic* para observar el objeto de estudio, próximo a la palabra de los sujetos en los que se apoya la investigación y a la relación constructiva del conocimiento común: “No debiera asombrar que las propiedades del mundo y sus objetos emerjan en el transcurso de las interacciones, aunque estremezca el sólo pensar que así ocurre y que algunas peculiaridades que supuestamente pertenecían a los objetos parecen habitar en el sujeto que los observa” (Mazzella, 2006: 234).

2.1.5.- Los matices del entendimiento cultural: multiculturalidad, interculturalidad, transculturalidad.

En el contexto de la globalización y las dimensiones de impacto social y humano desarrolladas a partir de la *ubicuidad* y la *asincronía*, las relaciones comunicativas son relaciones interculturales para dar respuesta a un mundo transcultural que se organiza en función de las migraciones y la comunicación, en múltiples zonas de contacto, en nodos, en los que se puede construir un modelo comunicativo de resistencia, asimilación, entendimiento o conflicto. En la búsqueda de marcos de referencia que permitan el entendimiento de los cambios y transformaciones, la diversidad de intereses y el impacto de las innovaciones encontramos interesantes aportaciones teóricas como la crítica a lo cultural de Bauman (2006), en su expresión de crisis, por su falta de utilidad para analizar nuevos contextos que, sin embargo, se muestran con mayor claridad en función de la movilidad y lo transitorio. Urry (2000) también centra la crisis y solución de lo social en la movilidad en función de su diversidad y transformaciones hacia lo “social como movilidad”. En ese contexto sitúa Delanty (2008) la comprensión de la comunidad transnacional dispersa y desterritorializada, sin límites en el espacio tiempo que se reconstruye en la conectividad a través de lo social.

En la comprensión sistémica de la globalización, las identidades surgen con la misma potencia que la estructura económica y política que sustenta la dimensión global (Castells, 2005b); se expresa como un enfrentamiento entre la identidad legitimadora con las identidades de resistencia. La progresión exponencial de las zonas de roce lleva a la antropología y a la comunicación política a articularse sobre procesos interculturales, una vez el impacto de las relaciones coloniales y poscoloniales se ha extendido hasta alcanzar lo cotidiano, porque son realidades cada vez más próximas para los habitantes de la globalización. Para profundizar en la práctica intercultural en Occidente, habría que plantearse si el colonialismo generó flujos, a los que han seguido en sentido opuesto las migraciones; ahora, para la revisión de las diferencias culturales, sería necesaria una práctica de viaje –que no de turismo– como aproximación a los modos de vida y a la cultura que vivimos desde la distancia o a la irrupción de esos estilos en nuestro mundo.

Los encuentros entre diferencias culturales, que se registran con una frecuencia creciente, necesitan salir de la confrontación a través de acciones comunicativas,

negociación simbólica y cultural en el lugar donde se articula la diferencia, porque allí está la innovación (Bhabha, 2002: 18). La crisis identitaria de Occidente que se centra en utilizar los modelos temporales de la modernidad y tradiciones inventadas, lleva a valores malinterpretados, a los conflictos alrededor de la diferencia y a modelos de significado de choque (Bhabha, 2002: 54-57 y 123). La realidad se plantea compleja, contradictoria y ambigua para la acción política, tal y como ha señalado Bartolomé (2006: 30), “en la medida en que se manifiesta como confrontación entre lógicas culturales y estructuras de sentido que el subsistema dominante suele hacer aparecer como irreconciliables para lograr reproducirse”, todo ello producto de los cambios espaciotemporales. En el contexto de la globalización, la identidad étnica se ha convertido en un asunto de especial prevalencia, que Bartolomé (2006: 63 y 81-83) vincula con lo ideológico, en función del contexto, por lo que la define como

una construcción ideológica histórica, contingente, relacional, no esencial y eventualmente variable, que manifiesta un carácter procesual u dinámico, y que requiere de referentes culturales para constituirse como tal y enfatizar su singularidad, así como demarcar los límites que la separan de otras identidades posibles.

Si las relaciones comunicativas y culturales de la diversidad dependen de esta construcción ideológica serán muy susceptibles de articularse alrededor de lo demagógico. Por tanto, confluyen y se superponen intereses que dificultan la salida de la opresión que oculta el sistema económico. Esa opresión y su exclusión cristalizan en conceptos como migrante, extranjero, ciudadanía, racismo, integración, etcétera. En esa línea, para Vizer (1999: 176) todo ello guarda relación con el valor de mercado de los individuos, en su papel laboral: “La destrucción del valor de la persona en el proceso económico implica también la destrucción del sentido del valor sobre el que se construye la propia identidad social”.

Las estrategias de opresión que constriñen las relaciones interculturales responden a un sistema previo de múltiples registros que ha esquematizado Young (2000: 71-77) en cinco categorías dominantes, que pasan por: la explotación, como apropiación del trabajo no sólo de un grupo sobre otro sino también de los hombres sobre las mujeres; la marginación, como fórmula de exclusión política; la subordinación, en función del poder y la productividad; el imperialismo cultural que combina la doble exclusión del dominio de unos valores y su universalización

normativa; y la violencia, entendida como humillación prolongada. Así se comprende que, como mantiene Bartolomé (2006: 119), se haya relegado el valor de la diferencia hasta suprimirla, cuando se ha malentendido que ésta es sinónimo de desigualdad y se ha olvidado que tampoco la multiculturalidad evita o elimina el juego de las relaciones de poder entre los diferentes grupos. Wolton (2004: 80), a este respecto, se apoya en la triple dimensión de la convivencia cultural como “una *realidad* (se debe organizar la convivencia de culturas en el plano mundial), una *apuesta* política (debe evitarse que la cultura y la comunicación devengan factores suplementarios de guerra), y un *concepto* (es necesario pensar en la mundialización)”.

Los usos políticos o económicos de conceptos relacionados con la diversidad cultural también están marcados ideológicamente y es necesario revisarlos para centrar el marco teórico de esta investigación. De una parte, el discurso culturalista, que expresa una ideología falsamente igualitaria y alcanza también al antirracismo culturalista (Pérez Tapias, 2000: 67; Solana, 2000: 100-105). En el campo del consumo, García Canclini (2004: 23) reconoce el uso de la multiculturalidad como un elemento de segregación entre el Norte y el Sur. Junto a estas visiones, hay otras muchas que influyen en conceptos que se van generalizando y que guardan errores profundos, como es el caso del relativismo que Geertz (1996: 100-101) combate porque aunque trata de combatir las visiones eurocéntrica y etnocéntrica, en realidad cae en ellas y genera las mismas inquietudes: “El antirrelativismo ha inventado gran parte de la inquietud de la que se alimenta”

Dentro de la *ubicuidad* y *asincronía* que caracteriza lo social en tiempos de globalidad, García Canclini (2001) ha destacado la coexistencia de la que denomina ‘heterogeneidad multitemporal’, es decir, una superposición de momentos y concepciones entre el mundo de las tradiciones, la modernidad y la posmodernidad. Esa confluencia sería el espacio en el que la superposición de intereses hace difícil la gestión de la diversidad cultural; sistemas de poder y lógicas de pertenencia se superponen para recaer sobre los individuos que tratan de resolver la incertidumbre en diferentes direcciones también espaciotemporales. La superación de los culturalismos¹⁵ es imprescindible en el nuevo orden global que se vive en la comunicación, aunque la crítica al culturalismo en la visión de Benhabib (2006: 10) depende de si el concepto es conservacionista: “Importa mucho si defendemos las exigencias culturalistas porque

¹⁵ Para Grimson (2008: 45-63), el culturalismo adopta una forma de retórica “que subraya la diferencia de identidad cultural, tradiciones y herencia entre los grupos, y acepta la delimitación cultural en base al territorio”.

queremos *preservar* las culturas minoritarias dentro del Estado democrático liberal, o porque deseamos *ampliar* el círculo de la inclusión democrática”.

Las críticas a la estática concepción del multiculturalismo de Kymlicka (1996, 2003) se han producido desde numerosos sectores¹⁶ sobre todo por su raíz próxima al relativismo cultural (Tibi, 2003: 74-75). A partir de ahí, se ha revitalizado el uso del concepto transcultural, como dinámica que reconoce la interacción y el intercambio cultural (Onghena, 2008: 367), y que Vidal (2005b: 63) espera que se convierta en “un auténtico instrumento de ‘resistencia multicultural’ frente a los diagramas normalizadores del *Capitalismo Total Imperial*”. La globalización obliga a un proceso permanente de redefinición de las identidades, ante las que se producen respuestas en forma de resistencia y asimilación (Martín, 2003: 137; Dubar, 2000: 195 y 241), así como multitud de construcciones complejas en función de la alteridad, la narrativa, el lenguaje, o la reflexividad. En definitiva, se trata de un proceso de individuación que acompaña la modernización y el alejamiento de las formas de vida tradicionales (Beck, 2002b: 141 y 199). También comparte esa visión García Canclini (2001: 17), cuando abre un espacio entre la homogeneización forzada y la resistencia total, como un proceso de mediación y reorganización de los problemas identitarios en función del consumo y circulación de productos culturales, entre la tensión de lo local y lo global, dibujando la salida hacia lo multicultural. El espacio de gestión de la diversidad cultural debe ser el de la comunicación, que lo construye y puede ayudar a resolverlo, pero también es un escenario complejo que García Canclini (2004: 14-15 y 34) mantiene como “dos modos de producción de lo social: *multiculturalidad* supone la aceptación de lo heterogéneo; *interculturalidad* implica que los diferentes son lo que son en relaciones de negociación, conflicto o préstamos recíprocos”. Piastro (2008: 28) defiende que éstos son conceptos que se utilizan también para designar modelos sociopolíticos de convivencia entre culturas, con trasfondo ideológico y político –de hecho, la cuestión centra muchos de los debates epistemológicos sobre las migraciones y la comunicación–, mientras Bartolomé (2006: 125) señala el esfuerzo comprensivo que requiere una sociedad multiétnica igualitaria.

En la evolución del uso de los conceptos ligados a los intercambios y negociaciones culturales e identitarias también se ha vivido la presión política y económica (Wolton, 2004: 63-64). Las ‘políticas de la diferencia’ se muestran como un

¹⁶ Vidal (2005) propone una terminología completa sobre las desviaciones del multiculturalismo (de mercado, de suvenires, segregacionista, mosaico e incluso multiculturalismo monocultural).

amplio abanico de estrategias que, a través de la jerarquía y el orden, establecen desde la tradición y la experiencia modos de naturalizar las exclusiones y la marginalización necesaria para el sistema económico mundial (Sierra, 2003a: 193-195). La alternativa pasa necesariamente por la apertura de espacios para la expresión cultural y las diferencias, garantía de libertades públicas, como nuevos derechos sociales: “El derecho a ser diferente, al territorio, a la representación y expresión cultural propias, a partir del reconocimiento del derecho a una comunicación activa” (Sierra, 2003a: 200). En este sentido, Dietz (2003: 18) mantiene la capacidad creativa de los movimientos de resistencia para ejercer prácticas culturales al margen de las imposiciones dominantes de las regulaciones culturales, como comunidades contrahegemónicas. Pero a la vez entiende que la politización del fenómeno orienta enfrentamientos a través de discursos en los que la migración se entiende como ‘aliada’ o ‘enemiga’ (Dietz, 2003: 22). La superación de todo ello se plantea a través del ejercicio dialógico de la diferencia cultural: “La noción de un yo dialógico que se centre en las formas de tratar con la diferencia en vez de la identidad es una noción muy prometedora” (Pinxten, 2009: 63).

Las interpretaciones partidarias y excluyentes se dan tanto desde la cultura occidental como musulmana, apoyadas en el relativismo cultural (Tibi, 2003: 77). El entendimiento y la negociación pasan por la transformación y los usos que nos conducen a una conciencia transcultural llena de matices, significados y de visiones controvertidas: la hibridación como proceso de intersección y transacciones (García Canclini, 2001: 20); la hibridez vista desde las representaciones (Barker, 2003: 82) o como metáfora botánica de cultivo (Franco, 2001: 51); el mestizaje y la criollización imprevisible (Glissant, 2002: 89); la crítica al etnocentrismo de las diferencias culturales de Bhabha (2002: 95); la interculturalidad de los fenómenos de la convivencia de Grimson (2001: 15); el mestizaje de la comunicación intercultural (Rodrigo, 1999: 199); o la síntesis transcultural como “conectividad compleja entre realidades locales diferentes a un ritmo marcado por procesos globales” de Onghena (2008: 368), que Steingress (2002: 78) matiza todavía más cuando propone la ‘hibridación transcultural’ para tender a los cambios y tendencias de los espacios socioculturales en la globalización.

2.1.6.- Una visión de género hacia la diversidad

La revisión del conocimiento y de la investigación bajo un prisma de género permite aflorar patrones y sesgos ocultos, pero sobre todo muestra una realidad evidente, soslayada por la dirección de la mirada amaestrada y orientada en los sentidos marcados por el patriarcado. El paso desde la división sexual al análisis de género nos aleja de los planteamientos biologizados y nos inserta en una clave social, económica, de la comunicación, de las migraciones, o de la política. Así es posible comprender, en una dimensión amplia, compleja y diversa, aspectos de desentrañamiento relacionados con las constricciones sociales que ocultan razones económicas, formas de poder de un reparto del mundo desigual e inequitativo.

Una escisión, la división público/privado, marca una doble concepción del mundo y de la construcción de la Otredad femenina: poder/sumisión, racional/emocional, activo/pasivo, hacer/ser, cultura/naturaleza, y, por tanto, una visión asimétrica que ha condicionado también la investigación académica. La perspectiva de género en este campo supone la incorporación de nuevas claves de fenómenos relacionados con la identidad, a través del cuestionamiento de las características sociales ligadas al sexo y el análisis de la posición de las mujeres en la construcción de la sociedad y en la aportación a la economía. Una interesante recopilación de esta perspectiva de análisis la sintetiza McDowell en *Género, identidad y lugar* (2000: 329-363) a través de matrices sobre los objetos, la metodología, los puntos de vista, la epistemología fruto de la ciencia tradicional y racionalista, en contraste con el conocimiento diverso y de significados múltiples que acompaña a la investigación feminista.

Esta metodología en la investigación y la epistemología muestra la relación entre el género y la división espacial del trabajo, la reproducción biológica y social, el bienestar, el contrato sexual, el espacio o la religión. McDowell (2000) se centra en la situación espacial y el punto de vista como ejes de la representación de la realidad para la revisión de los esquemas tradicionales ligados al espacio, rígidos, que no incorporan en las percepciones la movilidad, la flexibilidad ni las dinámicas. En este sentido, Castles (2010: 142-143) promueve la investigación sobre la idea de cambios rápidos y generalizados “como *transformación social*, como una etiqueta conveniente para facilitar la discusión de la *complejidad, interconectividad, variabilidad, contextualidad,*

y de las *mediaciones a una multiplicidad de niveles del cambio global*¹⁷. A través de la perspectiva de género se integran dimensiones ausentes en la racionalidad epistemológica como son la subjetividad, la emoción y otros modelos alternativos a los sistemas de poder –dentro de la complejidad y la diversidad que la caracteriza–, como un conjunto de relaciones sociales y formas de representación que permitan transgredir las antiguas divisiones (MacDowell, 2000: 323). La realidad social compleja nos lleva al análisis en paralelo de dimensiones materiales, culturales, simbólicas y subjetivas.

Ahora es posible entender la diversidad del conocimiento y de los significados múltiples no excluyentes, una visión multidimensional de las motivaciones complejas y plurales que quedaron olvidadas con las dicotomías con las que se estructuró la *realidad*. Pero, además, el cruce de género con otros ejes de jerarquías sociales, políticas y económicas permite avanzar en nuevos sistemas analíticos. Así, las desigualdades universales se pueden revisar con estrategias del feminismo, de la interculturalidad, de la colonialidad, de los derechos humanos, de las minorías étnicas, de los nuevos contextos de los flujos transnacionales, como modelos para la transformación de los patrones desiguales.

Si aprendemos a escuchar las voces de otras mujeres y sus diferencias, es posible empezar a deconstruir prejuicios occidentales –racismo y etnocentrismo, principalmente– y reconstruir nuevas visiones y perspectivas interculturales. El carácter transnacional del feminismo hoy puede ser considerado como un laboratorio en el que se erosiona el etnocentrismo acogiendo los desafíos de las voces de la alteridad a las identidades occidentales que se enmascaran en las retóricas tramposas del universalismo (Guerra, 2007).

La creación de las diferencias apoyada en la ocultación sistemática de la economía reproductiva, o mejor, de las economías no cuantificables ni acumulativas, ha centrado la visibilidad de lo económico alrededor del crecimiento mercantil. En paralelo, las economías *aformales* (Latouche, 2007: 26), de subsistencia, solidarias y recíprocas de multitud de comunidades no integradas en los grandes circuitos de la globalización pasan desapercibidas: “La economía no es sólo oferta y demanda, compra y venta; es también violencia, afectos, un entramado de relaciones no vistas como económicas y que sustentan, entre otras, la producción doméstica” (León, 2005: 82). La economía mercantilista está en permanente desarrollo alrededor de la acumulación y de

¹⁷ Cursiva en el original.

la creación de escasez (Polanyi, 2009: 69 y 75), es decir, apoyada en el capital económico y financiero y en el olvido permanente del capital social y su imbricación en la sociedad, a la que se debe. La economía del decrecimiento¹⁸, adaptada a las necesidades humanas, comienza a tomar fuerza en los noventa y propicia un cambio de dirección que coincide también con muchos planteamientos del feminismo y la visión de género.

Esta investigación trata de alcanzar en todos los aspectos la transversalidad de género, tanto en la teorización como en la inclusión de datos desagregados, también el análisis y, especialmente, en las cuestiones epistemológicas y en el diseño de la investigación. La perspectiva de género en los grandes temas que trata de abarcar esta tesis se sintetiza en las páginas siguientes en la relación género y comunicación, las migraciones y el desarrollo, como una guía que orienta el análisis y la mirada hacia cuestiones invisibilizadas en las estructuras del razonamiento y el conocimiento.

Esta mirada por encima de cuestiones lingüísticas y semánticas hacia modos de visión plurales que incluyen a las mujeres en los discursos como elemento esencial de los sistemas sociales y productivos, especialmente, desde la reproducción. Sin embargo, no se ha introducido la adaptación lingüística que entendemos como fórmulas forzadas de inclusión de las variables de género puesto que éstas son más amplias y diversas de las que engloba la oposición masculino/femenino que, en cierto sentido, se ha transformado también en un patrón de análisis de la identidad y las perspectivas simplificador y excluyente. Coincidimos con la visión de Benhabib (2006a: 272) sobre una construcción alternativa del lenguaje:

Si es imposible pensar, de acuerdo con dicha tradición, sin oposiciones binarias, entonces la tarea de la lectura feminista se convierte en la articulación no de un nuevo conjunto de categorías, sino de hacer trascender el discurso categórico por completo. Una debe buscar no un nuevo lenguaje, sino un discurso en los márgenes del lenguaje

En la relación que se establece entre género y migraciones, la investigación feminista, al margen de teorías y explicaciones sobre los movimientos de población ligados al trabajo y al dinero, congelados en el tiempo, ha realizado otras lecturas del fenómeno. Las teorías clásica y neoclásica no incluyeron el análisis de género,

¹⁸ Los trabajos de Georgescu-Roegen sobre las leyes entrópicas en el proceso económico, publicados en 1971 y traducidos al francés por Grinevald en 1979, incorporaron a la política y la epistemología el concepto de decrecimiento, fruto del cuestionamiento que realizaba sobre el 'paradigma de crecimiento' de la economía clásica abrió por primera vez la idea de la contracción económica.

ignoraron la movilidad de las mujeres o sólo la contemplaron en función de los desplazamientos masculinos. Pero incluso dentro de esta conceptualización también se omitían migraciones con cambio de residencia cuyas protagonistas son mujeres, por ejemplo, las que realizan las refugiadas de género, las ligadas a la asignación de trabajos por sexo y las derivadas de la patrilocalidad (Juliano, 2006: 8). Los primeros estudios sobre la migración de las mujeres, a partir de los años sesenta, muestran el sesgo de su análisis por considerar que su posición y decisión estaba unida a la de un hombre, desdibujando la importancia y el calado de la incorporación de las mujeres a los movimientos de población. A partir de los ochenta, se ajustan los modelos de estudio, aflora una realidad más plural y diversa que incluye el patrón migratorio femenino, la desagregación de las cifras estadísticas, la incorporación del género como eje transversal o el planteamiento multidimensional, junto a otras dimensiones sociales o étnicas (Parella, 2003 y 2005). La presencia femenina en los desplazamientos de población comienza a tener incidencia, fruto de las transformaciones de género y la mayor autonomía de las mujeres (Mora, 2006).

Las explicaciones diversas e integradas del feminismo muestran las turbulencias, los esquemas sistémicos y multidimensionales en los fenómenos de la movilidad, así como la importancia de las expectativas en los procesos de decisión. Pero más importante todavía es la visibilidad que ha aflorado tras la desagregación de las cifras estadísticas: las mujeres en el fenómeno migratorio, las pautas de transformación que se producen en las relaciones sociales, familiares y culturales alrededor del empoderamiento femenino. Con esta visión, el diagnóstico de las migraciones evoluciona y recoge la motivación como impulso para la movilidad y el desplazamiento –especialmente con la inclusión de la figura de la ‘mujer migrante’ (Oso, 1998: 39)– como retrato de la situación de las mujeres (Sassen, 2004: 43).

Los análisis que se realizan tanto sobre las migraciones como sobre la economía, la comunicación, la educación o la lucha contra la pobreza –como campos del desarrollo– tienen mayor alcance cuando incluyen la ‘generización’ (Gregorio, 1998: 264), la adopción de una perspectiva feminista, sobre el proceso en su conjunto así como sobre los resultados. De hecho, tanto esta estrategia como la presión social hacia las mujeres parece estar en el origen de la ‘feminización de las migraciones’, es decir, que el método de análisis ha contribuido a su visibilización tanto como la agregación individual de la toma de decisiones de muchas mujeres.

El estudio de las migraciones con perspectiva de género precisa también del

análisis de la categoría ‘grupo doméstico’, en paralelo y de forma complementaria, porque así se integra la economía reproductiva y las estrategias de poder internas dentro de las familias, una propuesta de amplio calado que no está solo ligada a la economía material (Gregorio, 1998: 32 y 38). De esta tendencia, Sassen (2004: 71) defiende su capacidad para el análisis de procesos globales de la economía, de la pertenencia y de la formación de la identidad, y de la relación con las subjetividades feministas. La perspectiva se integra en la teoría articulacionista con la que afrontar la complementariedad de la economía doméstica y el sistema capitalista; su revisión desde la perspectiva del desarrollo resulta muy elocuente (Carballo y Echart, 2007).

Los trabajos que estudian el papel de las mujeres en los proyectos migratorios y en la movilidad son cada vez más numerosos y muestran que no necesariamente están vinculados a las decisiones familiares, aunque en sí misma la migración es una estrategia del grupo doméstico ante las situaciones adversas y las crisis. La socióloga Sassen (2003: 46) ha planteado la necesidad de incorporar los circuitos de mujeres en el sistema económico global: “los circuitos alternativos transfronterizos (...), en los cuales el rol de las mujeres, y especialmente la condición de mujer migrante, es crucial.”

Los efectos de las migraciones de mujeres son complejos y en muchas ocasiones contradictorios, no sólo desde los hechos sino asimismo desde su explicaciones. La variedad de registros e interpretaciones que se producen respecto a la movilidad de las mujeres guarda relación con posiciones previas y culturales. La variedad y diversidad de impactos junto a la falta de resultados concluyentes sólo permiten expresarlos en términos de complejidad: según las circunstancias, el tipo de migración, la situación previa y las posibilidades de inserción en la comunidad de destino. Así, Sassen (2003: 71) destaca efectos diversos como el papel de las migraciones en su impacto en las conductas de género como el fortalecimiento de las mujeres como resultado de su protagonismo en los hogares transnacionales, las nuevas formas de solidaridad transfronteriza, la pertenencia y la identidad fruto de las nuevas subjetividades. También menciona los efectos del patriarcado y de la economía sobre la desigualdad estructural que sufren las mujeres con resultados en la marginalidad, la exclusión, la pobreza, y la victimización; la mayor subordinación de las mujeres a través de varias dinámicas como son la feminización de la supervivencia (a causa del comercio sexual), la globalización de la maternidad, de la asistencia y el cuidado, así como las nuevas formas de poliginia transnacional que permite la reproducción del patriarcado (Sassen, 2004: 76-77). Otras investigadoras, detectan complejidad en los resultados: una mayor posibilidad de

autonomía, de movilidad social, la ruptura con el sistema de poder familiar pero también como la transferencia de las relaciones patriarcales de una comunidad a otra (Parella, 2003: 101). Por su parte, Morokvasic (2007: 36-40) destaca los efectos sobre los sistemas de poder, la desigualdad a causa de la pérdida de apoyos, el aumento de la carga de trabajo, la falta de reconocimiento, o la sustitución transnacional de mujeres en las cadenas del cuidado. Mucho más interesante resulta la sistematización que realiza sobre la resistencia de las mujeres al sistema de poder con interpretaciones creativas y trasgresoras de los roles que se les asignan, aprovechando las ambigüedades del sistema de matrimonio, de la maternidad o del acceso a trabajos desregulados (Morokvasic, 2007: 40-46).

En clave transnacional, Gregorio (1998: 32-38; y 2009) entiende que de la interrelación e interconexión de los dos mundos surge el cuestionamiento de todo el sistema, como una nueva realidad, mientras se mantienen mecanismos reproductores como la maternidad transnacional, la múltiple discriminación, los cambios en las relaciones de género, o el uso simbólico de las diferencias culturales. Habría que añadir otros efectos negativos como los relacionados con la violencia durante todo el proceso migratorio, el trabajo sexual y la explotación, la salud y los derechos reproductivos.

En cuanto al papel de las mujeres en el desarrollo, otro de los ejes transversales de esta investigación, la perspectiva de género coincide con la apertura social y humana hacia la que ha evolucionado el concepto de desarrollo en las últimas décadas. Valores de género como la diversidad o la complejidad, la visión de lo colectivo o la calidad de vida basada en elementos como la educación, la salud, la igualdad y la sostenibilidad, son criterios que orientan en la actualidad las políticas internacionales en materia de desarrollo.

La orientación de género nos lleva a elementos esenciales del desarrollo con orientación hacia las personas y las oportunidades sociales, porque el criterio de la equidad y la justicia aplicado a diferentes disciplinas produce orientaciones sociales enriquecedoras:

- De la economía, hacia la sostenibilidad.
- De la política, hacia la inclusión y la democratización de la democracia.
- Del género, hacia la paridad.
- De las tecnologías, hacia la gobernanza digital.
- De la identidad, hacia la interculturalidad y la transculturalidad.

- De la comunicación, hacia la participación e interactividad.
- De las migraciones, hacia la movilidad.

La crítica al paradigma tradicional llevó a un cambio radical materializado en la publicación del primer Informe del Desarrollo Humano en 1990 y, de una forma más integral, con la incorporación de los Objetivos del Milenio, en el año 2000. Así, el desarrollo deja de ligarse a los resultados contantes de lo productivo de los países como el criterio único que se ha utilizado durante décadas, en función del producto interior bruto y su división aritmética respecto a la población: la renta per cápita.

El Índice de Desarrollo Humano recuperó la visión social con la integración de valores relacionados con la salud, la educación y la calidad de vida y en el año 1995 se incluyeron los índices de Género, como dimensiones que forman parte de la vida de las personas y transmiten valores ligados a la igualdad y la equidad. Con el paradigma alternativo, la orientación del desarrollo gira hacia las necesidades locales, como respuesta a procesos endógenos, con promoción de la autodeterminación, de la igualdad y del acceso, considerando las normas, valores y la cultura propios, y a través de la participación (Cerdá, 2005: 18-19).

Pero en muchos aspectos se vuelve a olvidar el papel de la mujer en su relación con el desarrollo. De los enfoques prioritarios, tanto el enfoque de ‘la mujer en el desarrollo’ como el del ‘género y el desarrollo’, no profundizan en la reproducción de las desigualdades de género como elemento de producción y reproducción de las situaciones: “La relación entre el desarrollo y la dimensión de género que sustenta el concepto de empoderamiento no escapa de los parámetros economicistas que priman a la hora de pensar, tratar y actuar sobre las migraciones internacionales” (Magliano y Romano, 2009: 116 y 120). La cuestión es muy compleja y su estudio debe contemplar numerosas variables de género: los factores de género en el país de destino (política migratoria, mercado de trabajo, políticas de integración, de cooperación al desarrollo y de género), también en el país de origen (como las relaciones de género y poder en los hogares o la situación económica, política y social) y los cambios registrados en la migración para las propias mujeres y para los roles sociales en origen y destino (Ramírez, García y Míguez, 2005: 22-42).

Ocurre algo similar en la estimación de los efectos del desarrollo fruto de las migraciones, que se ha centrado especialmente sobre las remesas en su concepto de capital económico —incluso se ha sobrevalorado—, y que también produce sesgos e invisibilidades. De nuevo, en la investigación sobre este campo se registra la división

entre lo público y lo privado, de forma que se asume que el efecto de las remesas sobre los hogares es positivo y que ayuda a eliminar pobreza y a mejorar la calidad de vida, además de sobre el uso productivo y uso de consumo. En este aspecto, hay que destacar las críticas hacia la consideración de los gastos educativos o de salud como gastos domésticos corrientes de los hogares.

Las discusiones son mucho más controvertidas cuando se plantea el efecto sobre los países receptores de ese aporte económico. Los aspectos positivos pasan por el incremento del ingreso del país, el equilibrio de la balanza de pagos, el emprendimiento, el ahorro y el consumo, mientras que los negativos van desde la inflación, la desigualdad, la demanda y consumo de importaciones, incremento de la dependencia, inestabilidad de mano de obra, fuga de cerebros, inflación en vivienda y el abandono de actividades económicas propias (Ramírez, García y Míguez, 2005: 16-17). En el nexo migración y desarrollo también se puede revisar el conocimiento y el análisis de experiencias como, por ejemplo, los derechos de las personas migrantes a lo largo de todo el proceso o, en especial, las ‘cadenas globales de cuidados’¹⁹, por el papel destacado que ocupan en lo social –tanto global como local– pero también en lo personal, en las identidades, las relaciones y la sexualidad (Pérez, Paiewonsky y García, 2008: 28-32).

Respecto a la comunicación —mucho más si se orienta al desarrollo—, la confluencia de los campos teóricos de este ámbito con los de género presentan un escaso avance productivo y epistemológico, a pesar de la capacidad que la interrelación de dos grandes teorías tiene para mostrar la realidad: “Los medios de comunicación y la teoría de género se han convertido en elementos clave para explicar y explicarnos el mundo en que vivimos” (Moyá, 2009: 2). De momento, el centro de esta investigación produce resultados parciales en tres campos: “Imagen, la presencia como comunicadores/as, y por último los procesos de recepción” (Moyá, 2009: 7). Este avance, en realidad, muestra la falta de investigación sobre el diseño de políticas comunicativas, así como en el estudio y las posibilidades de los modelos participativos de comunicación desde una perspectiva de género.

Todo esto resulta muy elocuente cuando se valora la incorporación de la mujer al mundo digital, donde se registra un doble sesgo: la brecha digital de género como un

¹⁹ Pérez, Paiewonsky y García (2008: 80) definen las ‘cadenas globales de cuidados’ como “cadenas de dimensiones transnacionales que se conforman con el objetivo de sostener cotidianamente la vida, y en las que los hogares se transfieren trabajos de cuidados de unos a otros en base a ejes de poder, entre los que cabe destacar el género, la etnia, la clase social, y el lugar de procedencia”

fenómeno universal, pero también la percepción de la misma, de forma que se dibuja un panorama en el que se intensifican las brechas comunes a la estratificación social como son la geopolítica, la social, la formativa, la laboral, la de renta, clase social y tiempo de ocio (Bonder, 2007: 7-9).

Tanto las estrategias comunicativas como la comunicación participativa, en cada una de sus vertientes, pueden mejorar cada uno de estos campos que determinan la capacidad de las remesas económicas para generar desarrollo, pero también otras muchas circunstancias en las que el capital social y las relaciones son de una importancia decisiva: el sistema de transferencias monetario, las redes transnacionales, sociales o migratorias, la creación de empresariado y la gestión de la solidaridad transnacionales, así como los ejes de codesarrollo y las políticas de cooperación.

2.1.7.- **Ambivalencia y emoción**

Afrontamos el mundo complejo, diverso, plural y en movimiento con patrones sobre el conocimiento y el análisis esquematizados y simplificados por mecanismos mentales y emocionales, pero también por las estrategias de la hermenéutica y de la epistemología construidas por el racionalismo y que no se han enriquecido de los matices necesarios que posibilitan las estructuras rizomáticas.

La ambivalencia invade nuestras percepciones y emociones, en el contraste de posiciones opuestas que no sabemos integrar, contra la que luchamos con estrategias como la subdefinición o la polisemia en la búsqueda del orden con el que hemos estructurado el mundo. Si bien de esta forma se avanzó en el conocimiento durante siglos y ha permitido la resolución de conflictos e intereses, en su origen se encuentran también tensiones contra la diversidad, como ha descrito Bauman (2005a: 28-29) en su ensayo sobre el tema *Modernidad y ambivalencia*:

Mientras el afán de acabar con la ambivalencia guíe la acción colectiva e individual, la intolerancia se mantendrá –incluso si ella se esconde bajo la máscara de tolerancia (que muy frecuentemente significa: tú eres detestable, pero yo, siendo generoso, permitiré que sigas viviendo).

El planteamiento coincide con el de Grossberg (2003: 148-151) sobre la reformulación de los estudios culturales, como una práctica transformadora para superar los modelos de opresión, tanto el ‘modelo colonial’ que corresponde a la dualidad opresor/oprimido, como el modelo de trasgresión que pivota entre opresión/resistencia, porque son inadecuados para las relaciones de poder contemporáneas y limitan la capacidad de generar alianzas hacia el cambio. La cuestión de la sociedad multicultural, en su visión, es normativa y ética por lo que no es posible abordarla en relación con los sistemas de poder establecidos, aunque sea en oposición a ellos. Abordar la cuestión de la identidad, de los discursos identitarios, pasa por situar necesariamente su lugar o ubicación dentro de las formaciones de poder moderno:

Si como problemática central la identidad es moderna, hay al menos tres aspectos o lógicas que componen el terreno donde se constituye esa relación: una lógica de la diferencia, una lógica de la individualidad y

una lógica de la temporalidad. Quiero recusar la dirección actual de los estudios culturales, situando sus fundamentos teóricos en cada una de esas lógicas y proponiendo tres alternativas correspondientes: una lógica de la otredad, una lógica de la productividad y una lógica de la espacialidad. (Grossberg, 2003: 150)

La Otredad, en oposición a la diferencia, se sitúa en el mismo discurso, al margen del poder y en relación con la subjetividad; la productividad en función de la agencia y las posibilidades de acción implica participación y acceso y por tanto el poder para salir de la marginalidad; mientras la espacialidad es una expresión de empoderamiento en territorios socialmente construidos (Grossberg, 2003: 157-174)

Las estructuras de poder marcan su impronta en estos procesos de fragmentación del mundo y en su reconstrucción manipulable:

Poder, represión y acción determinante se encuentran entre la naturaleza y el orden consumado socialmente en el que lo artificial es natural. Podemos decir que la existencia es moderna en tanto es efectuada y sustentada por el *diseño*, la *manipulación*, la *administración*, la *ingeniería*. La existencia es moderna en tanto sea administrada con inventiva (es decir, mediante la posesión de conocimiento, capacidades y tecnología) de las agencias soberanas (Bauman, 2005a: 27).

Más allá de la hermeneútica y la tecnología, las estructuras de poder son instituciones del lenguaje que operan en la construcción de distinciones, de valoración hacia la creación de realidades diferentes, y también hacia la historia –con narraciones de visiones únicas del pasado que consolidan como algo no sujeto a modificaciones– mientras nos aparta de la versión original (Ceberio y Watzlawick, 2008: 133 y 158). La herencia de estructuras del conocimiento pesa sobre la percepción y conceptualización de la realidad:

Si bien las ciencias modernas construyen la percepción de manera circular y consideran la duda, la incertidumbre y la complejidad como parte del fenómeno a describir –de manera que el porqué y el para qué dan cuenta de diferentes direcciones de una recursión–, en el pensamiento cotidiano la linealidad y el porqué causalista-lineal no han abandonado su lugar privilegiado (Ceberio, 2008: 175).

Ese efecto simplificador y lineal es la base, a juicio de Bauman (2005: 281), de la manipulación y determinación de opciones; a fuerza de limitar la incertidumbre y la perplejidad guían las decisiones simplificadas en un cálculo racional, en un proceso que califica de taylorización, mientras que también detecta una fordización, un mecanismo de traslación de responsabilidad y habilidades, que aísla a los individuos.

La ambigüedad es una muestra elocuente de la escasa formación y conocimiento que tenemos sobre nuestros sentimientos y la forma en que generan contradicciones. Una limitación epistémica que llega de la mano del mundo sistémico y de la pragmática de la comunicación, a juicio de Ceberio (2008: 185):

En el ámbito sistémico, las emociones y los sentimientos fueron quedando relegados de las investigaciones, otorgándole la preeminencia al pensamiento y a la acción. No olvidemos que la génesis del modelo sistémico tiene como base una pragmática de la comunicación en la que los afectos fueron tomados muy poco en cuenta a la hora de aplicar las llaves y contrallaves con miras a obtener resultados de cambio.

El desprecio de las emociones es uno de los efectos del respaldo que al racionalismo le dio el mundo académico y científico. Después de siglos en la creencia de la incompatibilidad de la razón y el sentimiento, reforzada por la división público/privado y razón/emoción denunciada por el feminismo, el neurólogo Damasio (2008: 3) asumió el reto: “Aventuré la hipótesis (conocida como la hipótesis del marcador somático) de que las emociones entraban en la espiral de la razón, y podían ayudar en el proceso de razonamiento en vez de perturbarlo sin excepción, que era la creencia común.” Años después demostró que las emociones forman parte del comportamiento racional —y su ausencia, del irracional— como una manifestación de impulsos e instintos sobre la comunicación de intenciones y guía cognitiva: “Nos ofrece la *flexibilidad de respuesta basada en la historia particular de nuestras interacciones con el ambiente*²⁰” (Damasio, 2008: 75, 141, 157, 160-161). La teoría de Damasio (2008: 14) pone en valor también a la subjetividad como elemento esencial de nuestras experiencias, pensamientos, acciones y emociones a través del cuerpo, que es la referencia base de las explicaciones que hacemos del mundo.

Damasio también aporta una explicación neurológica sobre los imaginarios en la

²⁰ Cursiva en el original.

orientación de los procesos de decisión hacia el cálculo del valor:

Una parte sustancial de este cálculo dependerá de la generación continua de supuestos imaginarios adicionales contruidos a partir de pautas visuales y auditivas, entre otras, y también de la generación continua de narrativas verbales que acompañan a estos supuestos y que son esenciales para mantener en marcha procesos de inferencia lógica. (Damasio, 2008: 203).

La emoción conjuga —en Damasio (2008: 174, 202, 231 y 120)— la experimentación de cambios corporales y las imágenes mentales que iniciaron el ciclo de activación; nuestro pensamiento también está constituido por imágenes. Del condicionamiento de esas imágenes e imaginarios se ha ocupado desde la psicología Watzlawick (2008) cuando mantiene que la experiencia subjetiva nos orienta en la construcción de nuestras realidades sin que se corresponda con las imágenes exteriores: “Los procesos con los que construimos nuestras realidades personales, sociales, científicas e ideológicas, a las que luego damos el valor de objetivamente reales, constituyen la materia y el objeto de estudio de esa moderna disciplina epistemológica denominada constructivismo radical” (Watzlawick, 2008: 49). La construcción de la realidad se apoya en una armadura lógica que limita las opciones en la resolución de problemas, desarrolla profecías autocumplidoras y organiza nuestras preferencias (Watzlawick, 2008: 47, 56, 67 y 70-75).

Para el entendimiento de estos fenómenos, Damasio (2008: 151 y 225) propone la integración de diferentes campos del conocimiento que van desde la biología y la neurobiología a las ciencias sociales, y reconoce la influencia de impulsos biológicos de origen social como la obediencia, la conformidad o el deseo de preservar el amor propio con manifestaciones también emocionales. En el proceso se desarrolla una acomodación a las normas de racionalidad de la cultura propia en las que también se encuentran las recetas de supervivencia de las sociedades (Damasio, 2008: 234 y Ceberio, 2008: 184). De hecho, las emociones o el planteamiento emocional en el análisis de las relaciones internacionales propuesto por Moïsi (2010) dibuja otra interpretación del ‘choque de civilizaciones’: sería un ‘choque de emociones’ el que regula los conflictos entre culturas ya que, según mantiene, Occidente ha quedado preso del miedo, las naciones árabes y musulmanas sufren de sentimientos de exclusión y humillación, incluso resentimiento, mientras otros países —en su mayoría asiáticos— orientan sus estrategias

en función de la esperanza, aunque en realidad también podría entenderse como ambición. Su planteamiento novedoso y desafiante resulta de interés como alternativa a las visiones dominantes, aunque todavía queda pendiente de un estudio cualitativo que lo respalde

Este espacio, entre las emociones y las normas sociales, es un lugar de conflicto, resistencia e imaginación; Ceberio (2008: 184) mantiene que es necesario profundizar en este terreno para obtener resultados sobre el grado de coherencia entre la atribución de las situaciones y las acciones que se derivan de ellas, si su resolución supone un éxito o una interacción. Sobre el proceso de toma de decisiones, Damasio (2008: 233) ha descrito el proceso de jerarquías, criterios, valores y preferencias que lo orienta, y cómo los ‘marcadores somáticos’ orientan las decisiones por las preferencias acumulativas del sujeto. Pero todo ello no impide uno de los principales problemas que se registran en el contraste de las emociones y las normas sociales, que provoca incapacitación y que tiene muchas repercusiones en las cuestiones relacionadas con la interculturalidad:

La ambivalencia, la posibilidad de referir un objeto o suceso a más de una categoría, es un desorden en la especificidad del lenguaje: un fracaso de la función denotativa (separadora) que el lenguaje debiera desempeñar. El síntoma principal es el malestar profundo que sentimos al no ser capaces de interpretar correctamente alguna situación ni de elegir entre acciones alternativas (Bauman, 2005a: 19).

La falta de herramientas lingüísticas dificulta que se pueda atribuir determinadas situaciones de una forma diferencial o, incluso, que se puedan realizar precisiones respecto a alguna de ellas. En este contexto, “las consecuencias de la acción se vuelven impredecibles, mientras que la arbitrariedad, suprimida supuestamente por el intento de estructuración, parece retornar de manera inesperada” (Bauman, 2005a: 20). A la investigación de estos mecanismos de equilibrio en los sistemas biológicos y sociales se ha dedicado Damasio (2008: 6 y 205), que trata de generar interpretaciones del “conflicto humano y una explicación más global de la creatividad”; entre ellas ha detectado procesos de aprendizaje en la conexión de emociones y sentimientos que orientan hacia la predicción de resultados. De hecho, sus investigaciones tratan de esclarecer un campo científico que ha estado vetado por el racionalismo y la verificación empírica: “La fisiología de la emoción y del sentimiento debería hacernos más conscientes de los fallos de la observación científica” (Damasio, 2008: 282).

La perspectiva de Damasio se complementa con la interpretación sociológica de Bauman (2005a: 15):

La ambivalencia continua produce una ‘disonancia cognitiva’, un estado mental notoriamente desvalorizante, incapacitador y difícil de sobrellevar. A su vez, convoca el repertorio acostumbrado de estrategias atenuantes; entre las más recurrentes se encuentran: minusvalorar, restar importancia y desdeñar uno de los dos valores irreconciliables.

Bauman (2005a: 35) concluye que el orden genera nuevos problemas y no tiene capacidad para organizar la realidad ni para la resolución de problemas, de forma que sólo se avanza descartando soluciones pasadas, una actitud que se interpreta como progreso. La cuestión tiene muchas repercusiones para la transculturalidad, la interculturalidad y la diversidad ya que la integración del ‘extraño’ se realiza con minusvaloración: “Supone reafirmar la inferioridad, indeseabilidad e inadecuación de su forma de vida, proclamar que el estado original del extraño es una mancha que debe ser borrada” (Bauman, 2005a: 108). Sin embargo, el mercado logra la creación de identidades comercializadas que resuelven estos conflictos y la ambivalencia: “Se evita la incertidumbre respecto a la viabilidad de una identidad construida por el propio sujeto y la agonía de buscar su confirmación.” (Bauman, 2005a: 274).

Frente a esta posición, Ceberio (2008: 181) defiende la estrategia de la comunicación total: “Metacomunicar es una de las probables soluciones para abolir los supuestos y allanar, por así decirlo, el canal de la comunicación. Esta información produce deconstrucciones y desestructura tales imaginarios de la dinámica, imponiendo una nueva construcción”. La propuesta es una alternativa para la ruptura de preconceptos, imaginarios y etiquetas en las que se fundamenta nuestra percepción de la realidad y que ha descrito Watzlawick (2008: 35, 55 y 67).

2.2.- Objetos críticos

Esta investigación se centra en el análisis de textos y discursos culturales, polisémicos, de múltiples referencias; el imaginario que construye la realidad y el discurso de los migrantes, insertado en su contexto. También se ocupa de muchos otros temas que se inscriben en esta corriente y que Sierra (2003c: 257) enumera así:

La agenda de los estudios culturales y de la comunicación delimita así un campo de múltiples encrucijadas y problemas interdisciplinarios desde el que explicar: los procesos de modernización y transformación de las tradiciones culturales y su representación colectiva, la integración de lo local y lo global en la esfera pública, la confusión y codeterminación de las culturas populares y las culturas mediáticas y el cambio y afirmación de las identidades y sentidos de pertenencia cultural.

Los textos sociales producidos por los entrevistados en los que se centra la investigación son materiales que sólo se comprenden dentro de una determinada experiencia histórica o cultural amplia. En ese sentido, Verón (1987: 21 y 134) lo califica de ‘ideológico’: “Ideológico y poder son, como se ve, dos dimensiones (entre otras) del funcionamiento de los discursos sociales”. La importancia del contexto en el análisis de los actos de comunicación tiene una larga tradición en la teoría y en los estudios culturales, y su evolución muestra una revalidación permanente de este criterio (Mattelart y Mattelart, 2005). De hecho, precisamente, una de sus características definitorias está en el campo que opera entre el texto y el contexto del consumo, así como la apertura a multitud de opciones y un debate permanente que Grandi (1995) defiende centrado entre el sistema semiótico-informacional y el semiótico-textual, en lo que se refiere a modelos comunicativos.

El análisis de la semiosis social, tal y como la define Verón (1987: 27), es una teoría de los discursos sociales dinámicos: “Por semiosis entiendo la dimensión significativa de los fenómenos sociales: el estudio de la semiosis es el estudio de los fenómenos sociales en tanto *procesos de producción de sentido*”. El modelo es adecuado porque no presenta una unidad de lugar ni de espacio, es un proceso

singularizado de forma humana y no constituye en sí mismo un acontecimiento; por tanto, “en cada lectura, el texto es estudiado en su integridad, *en su coherencia y sus contradicciones*” (Verón, 1987: 37).

Los textos culturales objeto de este análisis se producen en un contexto globalizado, que incide en culturas locales de los ‘márgenes del mundo’ y que produce ‘formas de violencia’ en las que se confunden el poder y los hechos, lo público y lo privado: “Cuando se ponen recursos en circulación, la consecuencia es una desconexión entre personas y cosas más acentuada que en el pasado, porque el valor de las cosas supera por lo general al de las personas” (Mbembe, 2008: 168). Mbembe coincide con Jameson (1989: 17) cuando plantea la cosificación y la brecha de la experiencia y del concepto de carácter estructural que produce una confusión o disolución

entre lo público y lo privado, entre lo social y lo psicológico, o lo político y lo poético, entre historia o sociedad e “individuo,” que —ley tendencial de la vida social bajo el capitalismo— cercena nuestra existencia como sujetos individuales y paraliza nuestro pensamiento.

El ‘análisis ético’ que propone Jameson (1989: 48-49) supera esa ruptura con la experiencia humana, una visión que busca rasgos permanentes sobre la vida y las relaciones, la solidaridad y la cohesión de clase

El texto cultural tiene un concepto amplio de análisis, pero las necesidades de hacer operativa una investigación compleja, plural y cargada de matices, nos lleva a seleccionar una serie de objetos críticos en los que centrarnos. Como objeto crítico entendemos el texto cultural que muestra tensiones en su significación, ya que se configura dentro de las variables dinámicas del estudio. Los objetos críticos son, por tanto, elementos transformadores y transformados por los sujetos en su mirada del mundo y de la aceleración; así como también, son ‘palabras clave’ porque, como dice Williams (2003: 26), estas referencias guardan interrelación e interconexiones entre sí, a pesar de que no es exclusivamente por su valor lingüístico por lo que se aproximan, ni por lo que se han convertido en el vocabulario básico de las transformaciones ligadas a la *asincronía* y la *ubicuidad* con la que nos envuelve la globalización.

En cada una de estas ‘palabras clave’, hay una redefinición y un cambio en su significado e incluso un carácter de emergencia que va ineludiblemente ligado a los discursos sociales, a la centralidad en los discursos de cada uno de los fenómenos que

describen e, incluso, a las interacciones que se establecen entre estos conceptos. Estas cuestiones no se dilucidan tan sólo con el análisis de ‘palabras clave’ ya que se trata de constructos, más que de vocablos, y en esa dimensión, así como en la inclusión del contexto, cobran significado y se instalan en lo social. Así lo entiende también Williams (2003: 25), porque “los problemas más activos de significado están siempre primordialmente insertados en relaciones reales y que tanto los significados como las relaciones son característicamente diversos y variables, dentro de las estructuras de órdenes sociales específicos y los procesos de cambio social e histórico”. Por tanto, el campo de significación estará también en las relaciones entre estas palabras y los cambios o las visiones de estas relaciones.

Resulta curioso observar la evolución que se ha registrado de palabras y conceptos clave porque muestra un cambio muy rápido. En la obra de Williams, en su edición original de 1975, no figura ninguna de las palabras que designan los objetos críticos de esta investigación, a pesar de la persistencia que mantienen en el mundo contemporáneo: imaginario, movilidad, consumo, identidad, fronteras y ciudadanía. Ninguna de ellas –como decíamos– figura en el diccionario de Williams, ni siquiera el término ‘identidad’, que aparece como un concepto recurrente e insistente en los temas relacionados con la cultura y la globalización. La única presencia relacionada con estos objetos críticos es la palabra ‘consumir’, con un significado muy diferente al actual, y a la que volveré a hacer referencia.

El análisis, por tanto, lo entendemos dentro del texto y el contexto, pero también y simultáneamente dentro de la Semiosfera (Lotman, 1998), que tiene implicaciones dinámicas y una dimensión social, es decir, de intercambio simbólico en su contexto cultural. El planteamiento es por tanto sistémico, aunque de una forma más precisa se podría calificar de polisistémico ya que en su formación y decodificación hay diferentes niveles y sistemas de producción. El concepto de Lotman (1998: 127) comprende la totalidad del mundo sistémico sin que ello recoja otros fenómenos, pero desde un “carácter multifactorial y polisistémico de la cultura”.

Para Valdés (2008: 17-18), en este mundo simbólico se superponen dos modalidades de comunicación o dos formas diferentes de entender el fenómeno, contradictorias o complementarias: de una parte, los intercambios simbólicos intersubjetivos, ya sean presenciales o mediados, en los que dominan las relaciones de circularidad, alteridad, etc.; y, de otra, los que proceden de los medios masivos en

función de su verticalidad, de la disolución de subjetividades, de la imposibilidad en la práctica de la circularidad y de otras condiciones propias del acto de comunicación. Sobre éstos últimos, Valdés (2008: 9) se pregunta:

¿Se puede seguir considerando “comunicación” a un sistema caracterizado por el tono autoritario y compulsivo de los mensajes que produce; por la unidireccionalidad y verticalidad con que estos “circulan”; por la imposibilidad fáctica de respuesta por parte del interpelado –o, lo que es lo mismo, por la anulación de cualquier tipo de feedback o circularidad–; por la masificación, homogeneización y banalización extrema de los contenidos; por el anonimato y la des-subjetivización de los actores y en el cual el “otro”, factor insustituible del acto comunicacional, ha sido definitivamente expulsado?

El fruto del mundo simbólico de los medios está plagado de todo tipo de signos lingüísticos virtuales: icónicos y no icónicos, verbales o no, representaciones y virtualidades que son el resultado inestable de la comunicación intersubjetiva de millones de personas y la acción mediática. Juntas construyen el mundo de la representación de lo ‘real’ que sustituye al mundo físico, la cultura material y simbólica como campo de operaciones también del poder de estados, corporaciones transnacionales, instituciones y grupos sociales que luchan por “la posesión exclusiva de los símbolos eficaces para el control social” (Valdés, 2008: 17-18). La realidad desordenada, cruzada de mensajes superpuestos, genera tensiones y nuevos valores como lo subjetivo, lo complejo, el interés por lo cualitativo, la fugacidad, la rapidez, la transformación, la movilidad, la adaptación a lo inmediato, el valor de lo emocional, y los impulsos irreflexivos. Las dinámicas impuestas por los medios concentran multitud de experiencias humanas en diferentes direcciones.

Los mensajes de toda clase quedan encerrados en el medio, porque éste se ha vuelto tan abarcador, tan diversificado, tan maleable, que absorbe en el mismo texto el conjunto de la experiencia humana, pasada, presente y futura. El cambio que ha impuesto llega hasta su dimensión ontológica: “Hoy nosotros no pensamos lo virtual, lo virtual nos piensa. (...) Tampoco podemos imaginar hasta qué punto lo virtual ya ha transformado, como por anticipación, todas las representaciones que tenemos del mundo” (Baudrillard. 2000: 126). El ciberespacio y la comunicación transnacional nos ponen frente a una nueva encrucijada de la civilización, al igual que la imprenta o, en su

momento, la escritura.

En este contexto, los objetos críticos suponen una reformulación de la propuesta de Appadurai (2001) quien defiende que los desencuentros que se registran en el campo de las migraciones y la comunicación se deben a cinco dimensiones del flujo cultural global y que califica de *ethnoscapes*, *mediascapes*, *technoscapes*, *finanscapes* e *ideoscapes*, en función de los distintos tipos de actores que las protagonizan y modelan como esencia de los mundos imaginados. Son zonas de roce, sin predominio de ninguno de ellos –tal y como los entiende Appadurai–; en conjunto configuran el ‘capitalismo desorganizado’ de la globalización. Su redefinición hacia objetos críticos, como patrones de análisis de los discursos de los migrantes, nos ha llevado –como mencionamos antes– a configurar estos seis: el imaginario, la movilidad, el consumo, la identidad, las fronteras y la ciudadanía.

Dada la definición antes expuesta de la Semiosfera, estos elementos representan campos del mundo simbólico profundamente transformadores y en transformación, dentro del eje de las dinámicas impulsadas por los cambios tecnológicos. Por ello, es necesario detallar las razones que han llevado a la selección de estos objetos críticos:

- 1.- Todos ellos representan campos en los que interviene la comunicación, que los configura y los reconfigura gracias a las mediaciones, interacciones y transformaciones. Pero también forman parte de la dinámica comunicación-movilidad, como elementos dinámicos, actúan como variables interdependientes de sus transformaciones.
- 2.- Cada uno de ellos presenta dimensiones comunicativas y culturales más ricas de interpretación para lo intercultural y transcultural. Tratan de recoger las miradas y las posiciones múltiples que permiten la *ubicuidad* y la *asincronía*.
- 3.- Son recursivos: producen y reproducen discursos e imaginarios. Tienen el peso de su condición de elementos esenciales de la realidad cotidiana contemporánea, que invaden múltiples aspectos y percepciones de los sujetos; permiten reconfigurar y replantear las cuestiones analíticas.
- 4.- Son elementos constitutivos del mundo complejo y plural, y sus dinámicas –entre el conflicto, el acuerdo, la resistencia, la apropiación y la tensión— adquieren interés desde un planteamiento sistémico de la investigación, por lo que se abordan con un criterio transdisciplinar.

5.- Son objetos desmaterializados, producidos dentro del contexto de la globalización, y a los que la *asincronía* y la *ubicuidad* les afectan profundamente.

6.- Todos los objetos críticos muestran los nuevos modos de estratificación social, dentro de las dinámicas sociales de la globalización.

Buscamos la interpretación de los resultados como un proceso de diálogo que suma las propias incertidumbres y, también, la conexión de las visiones académicas con las necesidades de los sujetos, facilitando el puente hacia lo político y la gestión de las cuestiones sociales.

2.2.1.- **Imaginario**

El concepto 'imaginario' abarca la dimensión social de la comunicación y la construcción de la realidad, a partir de una larga tradición epistemológica que se redefine y se reaviva a partir de la filosofía de Castoriadis (1999: 120-122), para quien lo humano se inserta y vive en lo social. En la teoría y en la investigación, con gran potencia, se inscribe en lo multidisciplinar según el alcance de sus manifestaciones; sin embargo, tiene pendiente una reelaboración teórico conceptual y metodológica (Lizcano, 2003), aunque Vargas (2008) advierte del temor de las ciencias a considerarlo como objeto de investigación por las controversias que suscita y por su dificultad operativa: se trata de un concepto ambiguo, fluctuante y no medible.

Desde este catálogo de objetos críticos, el interés de lo imaginario está en que permite interrogar y comprender lo social desde su propia trascendencia porque se trata de “una genealogía de lo imaginable, pensable, y deseable en una sociedad determinada. Institución, orden simbólico e identidad no encuentran explicación suficiente en lo funcional y lo simbólico de las significaciones sociales sino, sobre todo, en lo imaginario como capacidad creativa radical de la creatividad de la sociedad” (Cabrera, 2006a: 56). El reto está en el logro de la integración de las instituciones, lo simbólico y la identidad colectiva, es decir, hacia la idea de ‘magma’, que para Castoriadis (1986) consolida lo social, porque el imaginario se rige por las mediaciones; así, en las interacciones sociales se negocia toda una red de significados y de conceptos: “los espíritus, los dioses, Dios; la polis, el ciudadano, la nación, el Estado, el partido, la comodidad, el dinero, el capital, la tasa de interés; el tabú, la virtud, el pecado, etc.”. La sociedad y lo social son de esa manera entendidas como una auto-creación, en la que lo imaginario y la imaginación cobran un sentido completo, capaz de combinar elementos para producir nuevas formas (Castoriadis, 1998: 110). La transformación social sólo es posible, a su juicio, como “obra de individuos que quieran su autonomía, a escala social y a nivel individual” (Castoriadis, 1999: 123).

Para Appadurai (2001: 49), quien ha formulado toda una teoría sobre la centralidad de la imaginación en nuestras vidas y en el nuevo orden global, el imaginario es una práctica social que organiza y transforma la producción, las relaciones entre los individuos y amplía el horizonte humano dentro de la globalidad. En

su propuesta, sería la capacidad para superar la coacción y el miedo que imponen los Estados, a través de la expresión colectiva y del impulso a la acción. Esta forma de pensamiento propio se configura en función de la información disponible y la experiencia personal, los mismos elementos que organizan el consumo y la acción política y, por tanto, en la idea se concentra la capacidad de resistencia y de selectividad, de ‘agencia’.

Para Berger y Luckmann (2001: 138-139), el imaginario forma parte del universo simbólico a veces negociado y colectivo, ‘oficial’; aunque en contacto con grupos externos o heréticos entra en conflicto y se resuelve mediante la resistencia o la transformación, es decir, mediante la capacidad simbólica: “Ciertos individuos o grupos dentro de nuestra propia sociedad tal vez podrían sentir la tentación de “emigrar” del universo tradicional o –peligro aún mayor– de cambiar el orden antiguo según el modelo del nuevo”. Por tanto, la imaginación así entendida sería similar al otro sentido que le da Appadurai (2001: 47-55) en su idea de la ampliación de paisajes y escapes, en forma de identidades imaginadas, de mundos imaginados y que explica como la ‘migración de sentido’, similar a la *ubicuidad* de la vivencia globalizada. En este escenario, las aspiraciones y los deseos son un universo construido a medida del imaginario propio pero que se convierte en necesidad: “En la medida en que las necesidades del capital internacional van cambiando, o los Estados-nación cambian sus políticas respecto de los refugiados, estos grupos en movimiento nunca pueden darse el lujo de dejar que su imaginación descansa por mucho tiempo, aunque así lo deseen”.

Carretero (2006: 109-124) mantiene que el imaginario cristaliza en mitos, fórmulas para superar la incertidumbre de la contingencia del mundo, creaciones individuales y colectivas más allá de lo racional pues, de hecho, se apoyan a menudo en aspectos emocionales. En ese sentido, reemplaza a la magia y a la religión mediante nuevos arquetipos de lo contemporáneo e incluso de lo cotidiano (Ander-Egg, 1983: 84), una suerte de reencantamiento que con facilidad queda en manos de la manipulación mercantil y del consumo. Entre los polos de esta ambivalencia se constituye el imaginario contemporáneo, que aspira a través de lo racional a ordenar el mundo (Bauman, 2005a: 298), un tipo de razón que Carretero (2006: 112) califica de ‘mítica’ por esa coincidencia organizadora. Por tanto, hay un mito racionalista presente en el discurso científico, económico, y político que, en realidad, descansa sobre representaciones del mundo imaginarias y míticas —como el productivismo o el *homo*

oeconomicus— (Carretero, 2006: 117-118); este discurso afecta al mundo globalizado y a los individuos que lo viven, ya que transmite una determinada concepción de la movilidad, la ciudadanía, las fronteras o la identidad. Latouche (2007: 78) defiende la necesidad de *descolonizar* este imaginario para comprendernos a nosotros mismos, mientras que Balandier (1996: 93) lo considera esencial para desarticular las ambivalencias en las que descansa nuestra concepción de lo humano.

Morin (1999: 67) propone la constitución de la ciencia de la noología, dado el peso del valor de lo simbólico y lo imaginario: “No sólo somos poseedores de ideas, sino que también estamos poseídos por ellas, capaces de morir o matar por una idea”. Se ocuparía de los mitos e imaginarios que cristalizan sobre el mundo real hasta que se entienden como la realidad misma. La cultura audiovisual proporciona imágenes y propuestas, aspiraciones, convertidas en míticas, una estética de la retroalimentación que hace más habitable lo cotidiano porque cumple una función concreta: “Impiden que el hombre mantenga, a partir de entonces, un vínculo desnudo con el mundo” (Carretero, 2006: 110). A pesar de que así los mitos son más efímeros e inmediatos, Maffesoli (2004) encuentra ahí los vínculos de lo comunitario de *El tiempo de las tribus*, de lo social en la ‘socialidad’, un antídoto contra el individualismo: “Frente a la anemia existencial suscitada por un social demasiado racionalizado, las tribus urbanas destacan la urgencia de una unión empática: compartir emociones, compartir afectos”.

El interés del neotribalismo posmoderno de Maffesoli (2004: 31-34) estriba en su capacidad para reconstruir un vínculo identitario por la vía de los sentimientos y las emociones, a partir de la creación imaginaria de lo simbólico, para combatir la adversidad articulada en el tejido social y en las redes, pero no en términos de ciudadanía y contrato social. Por tanto, tejen una sensibilidad colectiva, ajena a la racionalidad política y económica, apoyada en lo cotidiano y frívolo como reencantamiento de la existencia social (Cassian, Escobar, Espinosa, García, Holzkecht y Jiménez, 2006: 24-25). En este sentido, los medios de comunicación -que ponen imagen a la vida cotidiana y aseguran, mediante el mito, la cohesión social- fundan y sostienen lo comunitario: “Desde su condición propiamente *imaginaria*, invisible, el mito es la argamasa que permite explicar el misterio de la atracción social; es aquello que, en definitiva, crea y re-crea sociedad” (Carretero, 2006: 123). Como construcción colectiva, lo imaginario es una fuente de producción de la subjetividad en la que se gestiona la contradicción entre la creación y la innovación, en simultáneo al

control y la dominación, al sistema de poder social: “La institución de la sociedad es la que determina lo que es real y lo que no lo es, qué tiene sentido y qué no lo tiene”, dice Castoriadis (1986); su legitimidad es una práctica de cierre que a menudo busca una fundamentación y una garantía extrasocial (Castoriadis, 1999: 184-185).

Esa cimentación, como hemos mencionado antes para las tribus urbanas de Maffesoli (2004), se apoya a menudo en mensajes de los medios de comunicación y, especialmente, en la televisión que contribuye a la ampliación de los imaginarios, de la realidad y del sentido. Esta relación de dependencia y seducción se alimenta de la frecuencia y de la familiaridad con que se encumbran los sucesos y los personajes, en una función ritual (Imbert, 2003: 46). La televisión canaliza un imaginario de propuestas y espectáculo construido sobre la publicidad, principal agente de la industrialización del imaginario moderno, hacia una cultura del consumo como expresión de la comunicación (Masoliver y Solà, 2004: 204). En ese sentido, la publicidad es la quintaesencia de su producción y cambio en lo social (Vargas, 2008: 4).

Al igual que las tribus urbanas de Maffesoli (2004), otras agregaciones se suman al imaginario como ‘representaciones colectivas’ al estilo de Castoriadis, en creación permanente; son las comunidades imaginadas que describió Anderson (1993) que precisaron de la comunicación, de la prensa escrita, para su estatuto. A grandes rasgos – con la excepción del poder con que se institucionalizó su concepto cultural– sigue vigente: “Se imagina como comunidad porque, independientemente de la desigualdad y la explotación que en efecto puedan prevalecer en cada caso, la nación se concibe siempre como un compañerismo profundo, horizontal” (Anderson, 1993: 29). Ahora, en el mundo de las tecnologías digitales y de la televisión, los vínculos flotan en el ciberespacio a escala transnacional y global, pero el nexo sigue siendo el imaginario, por encima de lo virtual (Lins, 2004: 66-67).

La imagen es un elemento central en los procesos colectivos: “*La sensibilidad colectiva proveniente de la forma estética desemboca en una relación ética*”²¹ (Maffesoli, 2004: 67). Ese sentido de unidad y pertenencia mediado por las imágenes, que se incluye dentro de los flujos del transnacionalismo, tiene una gran importancia en la vida de los migrantes porque su universo simbólico se conecta en diferentes espacios y produce nuevas relaciones sociales, culturales y políticas (Mezzadra, 2008: 51). Estos códigos simbólicos, las imágenes y el lenguaje, en cuanto mediados, tienden a la

²¹ En cursiva en el original.

unificación y la homogeneidad.

El campo de influencia de lo mediático se acrecienta por el efecto de la tecnología, traspasa fronteras, e incluso a través de la interacción comparte emociones y necesidades, en un intercambio en que lo imaginario tiene el mismo peso de lo real; estas dinámicas son una auténtica fábrica cultural (Balandier, 1996: 170). El peso de esta industria provoca visiones distorsionadas con consecuencias para el objeto de esta investigación, ya que los mensajes de los *mass media* producen efectos en los imaginarios sociales, y más en concreto en el de los migrantes cuando las formas de comunicación poco democrática llevan a la incompreensión de los conflictos y a los desentendimientos. El imaginario mediático condiciona los hechos sociales, su transformación y las redefiniciones de la socialidad, como ‘universos de sentido’ en los que vivimos los humanos. Vizer (1999: 138) propone su abordaje desde la comunicación “como procesos de organización de categorías y universos de sentido sociocultural”.

El impacto de la comunicación y la movilidad con que se vive los efectos de lo cultural en la globalidad trastoca los universos locales en su creación de sentido y en su imaginario, que llega a ser otro sistema de dominio occidental y de corte colonial. El universo de sentido de los medios retrata a muchas zonas del mundo en función de un discurso generado en la producción y que altera y reconstruye el propio: “El sur contempla e interpreta sus propios dramas colectivos a través de las versiones que ha construido y difundido el norte. Así el sur se ve a sí mismo con los ojos del norte (Gubern, 2000: 64).

El imaginario forma parte de las prácticas de comunicación en cuanto es creativo y constitutivo de lo social, apoyado en instituciones y significaciones, como ha defendido Castoriadis (1987) y, a pesar de su dimensión inmaterial, devuelve una imagen en la que se concretan y fusionan las diferentes sensibilidades. Como sistema de producción de valores organiza las relaciones y prácticas sociales, y la propia realidad; las individualidades negocian estos elementos gracias a los intercambios comunicativos (Cassian, Escobar, Espinosa, García, Holzknecht y Jiménez, 2006: 24). El hecho ya lo había apuntado Goffman (1981: 268) cuando elaboró sus teorías sobre las interacciones humanas y la regulación de las impresiones; le sirvió para mantener que los individuos o actores son los que establecen en su práctica el sentido de un mundo moral, no sólo para

satisfacer las normas consensuadas, sino también, y, sobre todo, para dar la impresión de que satisfacen este requisito. Lo simbólico y los imaginarios sociales se construyen y reproducen de forma comunicativa como realidad social (Berger y Luckmann, 2001: 125-136).

Bauman (2004) propone los tipos de imaginación que tienen importancia en la gestión de lo social y lo individual: sedentaria, paralizadora, nómada, descomprometida, privatizada. De esta forma señala dimensiones de la transformación del imaginario que nos han ayudado a definir los objetos críticos de esta tesis y sus dinámicas, ya que desde lo imaginario se transforman los demás elementos:

1.- La identidad, a través de la recepción y creatividad de las formas simbólicas de la sociedad, será una recreación de la autonomía individual y colectiva organizada, a través de las alternativas a las limitaciones externas (Rodríguez, 2003: 101-102).

2.- La movilidad, en la que el imaginario constituye un término de gran interés para la comprensión de otros mundos, incluso para elaborar nuevos universos, y para una nueva cartografía del planeta: aquella en la que se forjan los viajes y las migraciones (Díaz Nosty, 2007: 13). Un campo de especial interés por su valor emancipador es el imaginario del migrante y de las migraciones, al que volveré en otro capítulo.

3.- La ciudadanía –un concepto en transformación por el gran impacto en lo mediático, la comunicación y la percepción de la globalidad– por cuanto modifica las construcciones identitarias, la vivencia de la territorialidad, de las fronteras y de los nacionalismos. Los medios se apropian de los sentidos emergentes del imaginario, reinventan en figuras estereotipadas las demandas de integración, crean un espacio de negociación sobre lo público, ahora a escala global, y un espejismo de comunicación con el poder y de democracia directa (Winocur, 2003: 231). En este contexto se instituyen las comunidades imaginadas de Anderson (1993).

4.- El consumo, como motor productivo, se alimenta de nuevos imaginarios colectivos sobre los signos y símbolos que se interponen a la realidad

(Baudrillard, 2009). Para Lipovetsky (2007: 325), ese complejo de mitos y sueños que configura el imaginario es una trayectoria de futuro ante un presente desalentador. De hecho, logra el reencantamiento del mundo.

5.- La frontera, que, como el resto de los objetos críticos de este estudio, tiene valores sensibles y simbólicos. El imaginario de frontera oscila entre el blindaje, el límite y la membrana porosa, en una relación negociada, según los elementos que ha detectado Beck (2004a: 30) como significativos: la ampliación del espacio, la estabilidad en el tiempo y la densidad social de las conexiones e intercambios transnacionales. Así, se entiende la globalización como un proceso que crea vínculos y espacios transnacionales impulsados por el mundo económico, un nuevo imaginario migrante, en un desafío permanente a los estados-nación.

Si el campo de la representación —común a los mitos, los imaginarios y lo social— facilita una determinada forma de conocimiento concreto y de sentido común para cada sociedad, modelando los comportamientos colectivos, la interacción entre imagen e imaginario alcanza una gran potencia en las sociedades globalizadas. Los cambios se registran en lo individual y lo colectivo a través de su movimiento y de la capacidad que tiene la representación de generar nuevas miradas en la ficción y la fantasía (Martín Barbero, 2007: 89). Los universos simbólicos de Berger y Luckmann (2001: 126-127) tienen historia y en ella hay que comprender su producción y su lógica, a pesar de que aparezcan como totalidades maduras e inevitables. De hecho, Edelman y Tononi (2002: 126) han destacado la importancia de la memoria en la conciencia como una actividad creativa y no fruto de la réplica: “En los organismos superiores cada acto de percepción es, hasta cierto punto, un acto de creación, y cada acto de la memoria es, hasta cierto punto, un acto de imaginación”. En el mismo sentido de fuerza transformadora, Glissant (2002: 66-67) defiende la concepción identitaria como una nueva capacidad de entendimiento de la diferencia.

La visibilidad se ha convertido en uno de los instrumentos más paradójicos de la democracia porque mientras que ha jugado a favor de numerosas causas hasta lograr su incorporación al imaginario social, a la vez es el ámbito donde, al margen del debate ciudadano, se resuelven numerosas cuestiones políticas. La visibilidad es el nuevo espacio de lo social, en un mundo de creciente influencia de los medios de

comunicación y de la realidad mediada por imágenes que condensan significados: “En una imagen, determinadas partes son visibles y otras no, se instala un ritmo de la emergencia y el secreto, una línea de flotación de lo imaginario” (Baudrillard, 1988: 28). Los mensajes mediáticos estimulan la demanda, abren deseos al consumo, estetizan la vida y fluidifican lo material, a la vez que destruyen diferencias poco operativas y crean la homogeneidad necesaria para la sociedad de consumo, para el discurso global y el imaginario de la riqueza económica. La representación es, desde luego, un concepto polisémico con capacidad para modelar los comportamientos y la comunicación entre los individuos; hace comprensible la realidad, integra a los grupos y facilita los intercambios (Moscovici, 1979: 17-18, y Jodelet, 2008). Para Jameson (1995: 25-27) el texto está unido a la representación, por lo que en sus condiciones de posibilidad hay que entenderlo, de una parte, como fruto de lo social, y de otra, como la forma en que la tecnología permite que cristalice un modelo concreto de la totalidad social. Se trataría de alcanzar el núcleo de la ‘conciencia de la totalidad social’, a pesar de las lecturas posibles de resistencia y contradicción.

El imaginario se fragua en la experiencia visual, en la propia imaginación visual, una capacidad mental que predomina en nuestro cerebro en forma de recuerdos y sueños de mayor poder configurador que el de las propias palabras (Edelman y Tononi, 2002: 174). El imaginario va indisolublemente ligado a la imagen y a la representación en una dirección que se entiende en ocasiones contradictoria o, al menos, de doble sentido. Mientras Lizcano (2003) sostiene que el imaginario es una creación anterior a las imágenes y que por ello educa la mirada y la condiciona, Vargas (2008) lo entiende como un campo construido a partir de la propia imagen, que es la que posibilita la comunicación y la colma de significado. En el mismo sentido, Gubern (2007: 339) — que ha dedicado gran parte de su producción científica a estudio de la imagen— le concede esa centralidad creadora hacia lo diferente y provocador, como espejos de la sociedad que ha creado: “heterodoxos, inconformistas, divergentes, clandestinos o subversivos”. Para Chauradeau (2003: 88), la imagen es el instrumento más eficaz para lograr la designación, en especial cuando se recibe a través de los medios de comunicación, ya que crea una ilusión de ‘verismo’ que identifica la representación con lo representado y, todavía más, si el medio argumenta el ‘directo’. En esa confusión se apoya Maffesoli (2009a) a través de la idea de la ‘función icónica de lo imaginario’, con sus vínculos y relaciones entre elementos, siempre apoyadas en imágenes; pero también Hall (1997: 13-74) al reconocer la capacidad de transmisión de la cultura a través de la

representación en lo colectivo: los valores y las mentalidades.

Los migrantes se construyen, como mantiene Nash (2008: 16), “hacia el reconocimiento de la autoinscripción identitaria múltiple y dinámica a partir de identidades plurales construidas y a menudo contestadas así como del derecho a la no adscripción identitaria y de desmarcarse de cualquier marca identitaria”. Esa posibilidad de resistencia cultural y de libertad permite que los individuos actúen según su propia subjetividad: libres desde que no pueden eliminar las incertidumbres, deciden y escogen sobre un conjunto de normas. Zizek (2001: 363 y 377), sin embargo, es consciente del enorme peso que en la esfera sociosimbólica tienen en la actualidad los intereses económicos y del capital, por encima de otras formas de politización como la democracia o la justicia social. Es más, Guattari y Rolnik (2006: 42) sostienen que en realidad no es sólo una estrategia de producción del poder sino que “*la producción de subjetividad constituye la materia prima de toda y cualquier producción*²²”; así, la ideología se mantiene en la esfera de lo representado y modela los comportamientos individuales y sociales, al igual que los imaginarios.

La respuesta a todo ello debe estar en lo social, con una repolitización en la que se supere el individualismo y se incorporen las necesidades colectivas, un campo en el que, a juicio de Maffesoli (2009b; 2000: 83 y 97), las diversidades se integran de forma horizontal en dirección hacia el reencantamiento del mundo, con un nuevo protagonismo del imaginario con la integración de los mitos, los sueños y las fantasías, con vínculos en los que tiene una gran presencia lo emocional. Tanto Maffesoli como Castoriadis (1987) coinciden en la capacidad de transformación social del imaginario como una producción determinante y auto-productiva –autopoiética–, que posibilita su desarrollo y apertura, es decir, una alternativa a la dominación vertical. Incluso desde las posiciones individualistas, la ‘ética de la autorrealización’ que impulsa a forjar una identidad propia puede crear, a juicio de Beck (2002a: 13), un nuevo cosmopolitismo como una organización alternativa de la globalidad y del imaginario: “Cualquier intento de crear un nuevo sentido de cohesión social tiene que partir del reconocimiento de que la individualización, la diversidad y el escepticismo están inscritos en nuestra cultura”. De hecho, puede entenderse que el imaginario alimentado por la comunicación es el escenario en el que se pueden renegociar los conflictos culturales, a través de la creatividad, hacia el entendimiento de la alteridad a través de la producción de sentido de lo deseable para la sociedad.

²² Cursiva en el original.

2.2.2.- Movilidad

La movilidad es una noción amplia de la sociología que se ha visto restringida por el reduccionismo académico, especialmente cuando se trata de la movilidad espacial que, en vez de conformarse como un cuerpo de la disciplina de gran capacidad explicativa, se ha venido abordando desde la desorientación metodológica y epistemológica, fragmentando el concepto según los discursos vigentes. Así, como explica Bericat (1994), a lo largo de toda la historia “los seres humanos se han parecido más a una planta que a un pájaro”, una metáfora que le sirve para mostrar la fuerza de la espacialidad y la limitación a la libertad que ha supuesto. Por su parte, Valenzuela (2005: 250) refiere esta perspectiva para explicar el giro antropológico registrado entre la ‘residencia en viaje’ y la ‘residencia intensiva’.

La producción científica también ha sufrido una sujeción producto de una división radical y racionalista que deja atrás múltiples matices de gran riqueza explicativa, una vez superado el modelo vigente del doble paradigma: “Mientras que la movilidad-trabajo constituye el paradigma de movilidad forzada, la movilidad-turismo constituye el paradigma de la movilidad deseada” (Bericat, 1994). McDowell (2000: 301) la considera esencial en los cambios de paradigma y miradas:

El nuevo enfoque del fenómeno del viaje y el movimiento puede reflejar tanto una crisis académica como un conjunto de cambios materiales; por eso se ha dicho que el concepto de mundialización y sus correlatos (‘criollización’, ‘hibridación’, traslación, [...]) refleja más que ninguna otra cosa la situación actual de los teóricos y el estado de la teoría. Resulta evidente, por ejemplo, el sesgo oriental de la categorización, ya que los clasificadores, los teóricos occidentales, se consideran a sí mismos cosmopolitas y llaman a los demás, a los clasificados, criollos.

Puesto que los fenómenos sociales son complejos, aquí tratamos de esclarecer los matices que se ocultan en la polarización del concepto. El análisis integral más completo viene del mundo económico, Coles, Duval y Hall (2005: 181-198) relacionan la movilidad, como parte de los movimientos transitorios, con la producción y el consumo de turismo. Estos autores, presentan una propuesta transgresora, aunque

también transdisciplinar, sobre la investigación de la movilidad y los desplazamientos, al margen de los criterios impuestos por la economía, la sociología, la gestión y la administración o la geografía, cuando plantean “la necesidad de una reevaluación fundamental de las naturalezas cada vez más mutuamente implicadas de las movilidades humanas, materiales y virtuales que a estas alturas de fin de milenio aún no se han considerado” (Coles, Duval y Hall, 2005: 188). En su propuesta, incluyen en el estudio de la movilidad, además del desplazamiento físico de personas, la circulación de capital en todas sus formas, la transferencia de conocimiento y propiedad intelectual, el capital social, el poder y la coerción. A la vez, defienden la aplicación de patrones rizomáticos a la movilidad para captar la relación entre sus diferentes modalidades ya que encuentran fuertes vinculaciones entre algunas formas de turismo, el transnacionalismo y la diáspora.

En el contexto de la globalización, los cambios registrados modifican la concepción espacial y las relaciones. Harvey (2003: 79-82) ha descrito algunas de estas transformaciones como las esenciales de la globalización: los cambios en el sistema financiero –apoyados en la *ubicuidad* y *asincronía*–, la innovación y transferencia tecnológica acelerada, la revolución de la información hacia la desmaterialización, y la reducción exponencial de los costes y el tiempo empleados en el transporte de personas y mercancías. En este contexto, impulsado por el capitalismo a la medida de sus necesidades de expansión, la dinámica también gravita sobre las personas.

Nuevas instituciones sociales y económicas apoyan la producción económica, reactivada por la sociedad de consumo, en la que predomina una idea en que la movilidad, la adaptación, la flexibilidad y el conocimiento son vectores esenciales de la economía capitalista contemporánea, que se estimulan desde los cambios de valores sociales y en las nuevas subjetividades (Hardt y Negri, 2002: 255). Incluso Yúdice, en *Los usos de la cultura* (2002: 354-357), analiza cómo las industrias culturales, el arte o los movimientos transgresores juegan un papel en el reforzamiento de las dinámicas impuestas por la productividad. Para el caso de la frontera México Estados Unidos, destaca la importancia de la movilidad como uno de los flujos, compuesto por la fuerza del trabajo pero también de la cultura, que genera una ventaja comparativa en la economía global. Su unidad básica sería la maquiladora —como emplazamiento de producción flexible y de movilidad— y sus principios, similares a los anteriores, pero que incluye también el uso de la cultura para su afianzamiento y para el crecimiento económico. La globalización y el transnacionalismo, para Ahmed (2004: 52-53), crean

motivaciones y mecanismos para la movilidad, y ésta se ha convertido en un valor global relacionado con la prosperidad; así que habría que reconsiderar las políticas de migración en función de esto. Bauman (2006; 2004: 292) también ha profundizado en muchos de sus escritos sobre la asociación entre movilidad, la velocidad y la aceleración con la felicidad y las utopías de la modernidad líquida.

El cruce de cultura y movilidad remite en el mundo posmoderno a las culturas poscoloniales que llevaron a desplazamientos más dinámicos y frecuentes que sus antecedentes de colonización y *descubrimientos*, y en él se registran los impactos de los mestizajes, criollizaciones, y la hibridez; en principio en una sola dirección y sentido y, después, en un despliegue de cruces que se hicieron recíprocos. Es más, Bauman (2006: 15), señala que, durante la modernidad, la velocidad y el acceso a los medios de transporte llegaron a convertirse en el principal instrumento de poder y de dominación. Por eso hay analistas (Elzo, 2007: 9) que defienden que su impacto social y económico es similar al de la Revolución Industrial.

De las vertientes de estudio de la movilidad, hay tres campos principales en los que también se dibuja esta evolución y relación:

1.- La *geografía* ligada a la movilidad física en la que los sujetos describen el viaje en el sentido más tradicional, a la vez que elaboran propuestas y construcciones identitarias como las que ha reflejado Bauman (2003b: 53):

Así como el peregrino fue la metáfora más adecuada para la estrategia de la vida moderna preocupada por la sobrecogedora tarea de la construcción identitaria, el paseante, el vagabundo, el turista y el jugador proponen en conjunto, a mi juicio, la metáfora de la estrategia posmoderna, motorizada por el horror a los límites y la inmovilidad.

La movilidad cruza las biografías y las identidades, con una fuerza que se ha convertido en habitual. Beck (2004a: 112-113), la entiende en una doble dirección, la externa y la movilidad interna como unidad de vida y acción social entre jerarquías y que no incluye el desplazamiento: “Se puede ser inmóvil según la estadística del padrón y, por así decir, vivir no sedentariamente en muchos lugares a la vez”. Es una movilidad mental y física del dominio de la vida cotidiana frente a las fronteras que la limitan.

El cambio en las biografías deja atrás al individuo sujeto a la historia, a un medio de relación local y a unos vínculos e interacciones predeterminados, mientras evoluciona hacia nuevas conexiones e intercambios móviles como elementos constitutivos de la interacción social (Martín, 2003: 151). Desde la antropología, Clifford (1995; y Mezzadra, 2005: 130) describe cómo la movilidad se ha ampliado a partir de 1950, especialmente para pueblos y culturas que se habían narrado a través de la etnografía hasta entonces y que ya, a partir de 1989, se mostraban como estilos de vida revitalizados en las zonas metropolitanas.

En lo cultural e identitario, la movilidad lleva pareja la contradicción de que, conforme se ensanchan los horizontes y se refuerzan las vías de comunicación, se hacen más repetitivas las referencias a lo territorial, las raíces y la tierra. Para Wolton (2004: 26-27), hay una relación también contradictoria entre movilidad y lo identitario que se muestra como dos caras de la modernidad: “Cuanto más circulan los individuos, cuanto más se abren al mundo participando en la modernidad y en una suerte de ‘cultura mundial’, más necesidad experimentan de defender su identidad cultural, lingüística y regional”. La abolición de las distancias físicas abre la brecha de las diferencias culturales para las que el remedio es precisamente el viaje, la necesidad de experimentar físicamente las diferencias climáticas, lingüísticas, políticas o geográficas (Wolton, 2004: 180), como un desplazamiento imprescindible para reconstruir el diálogo cultural, en su condición de encuentro físico, y para la reflexión sobre las escalas de tiempo y espacio —la *ubicuidad* y la *asincronía*—, que ha mostrado la importancia de las distancias entre las culturas. En ese sentido, apuesta por pensar el turismo como una dimensión cultural: “*El fin de las distancias físicas revela la importancia de las distancias culturales*” (Wolton, 2004: 22), un tema en el que Wolton coincide con Coles, Duval y Hall (2005: 195) en su inquietud sobre cómo se reimaginan, reagrupan y se reorganizan las comunidades globales. La misma explicación, desde el lado de las migraciones, la facilita Mezzadra (2008: 52) como uno de los factores de lo heterogéneo del mundo global.

En su relación con el espacio, la reconfiguración espacial fruto de la movilidad creciente e insistente ha llevado a Augé (2000: 40-41) a desarrollar el concepto de *No lugar* que se expresa en la multiplicidad de referencias, en la aceleración y en las muestras de cambio físico en lo espacial, como las grandes aglomeraciones urbanas, los

desplazamientos masivos y los ‘no lugares’.

Los no lugares son tanto las instalaciones necesarias para la circulación acelerada de personas y bienes (vías rápidas, empalmes de rutas, aeropuertos) como los medios de transporte mismos o los grandes centros comerciales, o también los campos de tránsito prolongado donde se estacionan los refugiados del planeta.

2.- La *construcción social del territorio* se relaciona con el imaginario, ya que se trata de la movilidad representada, del concepto y valor social que se le asigna y que procede de una larga tradición en la literatura, en los mitos, en el cine o en los *mass media*. Su componente ideológico, portador de valores, se enriquece de continuo gracias a discursos ligados a su creciente desarrollo como objeto de consumo.

La imaginación y el imaginario son estímulos para el cambio y la transformación, vectores que la impulsan y que llevan a la transgresión:

Si no fuera por la capacidad de imaginar una vida diferente a la vivida –con la consiguiente irreverencia para los límites, junto con la necesidad de transgredir– la urgencia y la pasión por mantener en su lugar los límites, que una y otra vez pretenden desplazarse, por sellar las fronteras que gotean sin cesar y por prohibir la transgresión difícilmente habrían tenido lugar (Bauman, 2004: 271).

La potencia de los fenómenos ligados a la movilidad lleva a Urry (2007: 18-27) a investigarlos a través del concepto del sujeto contemporáneo como un individuo en movimiento, las motivaciones que llevan a estos desplazamientos, y el viaje de las culturas, porque, para Urry, viajan también las imágenes y los objetos: “La cultura implica y necesita formas diversas y extendidas de movilidad” (Urry, 2007: 27). De esta forma se puede entender como un viaje de doble dirección, una interacción en que la movilidad enriquece la cultura y viceversa.

En esta dinámica se producen efectos paradójicos e incluso contradictorios, especialmente, aplicados a la migración “la movilidad tiene un precio elevado para el

capital: el mayor deseo de liberación” (Hardt y Negri, 2002: 237). Así, Hardt y Negri lo entienden como un vector dinámico y transformador: los migrantes disuelven las fronteras entre los mundos, ya que en Occidente se instalan barrios de países del Tercer Mundo mientras que los negocios, las empresas transnacionales y el dinero de Occidente desestabilizan los lugares más pobres del planeta, hasta lograr la fluidez y la movilidad deseada por el capitalismo.

Ante este escenario en el que el capital domina los intercambios económicos y la comunicación, Hardt y Negri (2002: 331) mantienen que “sólo un acto radical de resistencia puede volver a captar el sentido productivo de la nueva movilidad y la nueva hibridación de los sujetos y hacer real su liberación”. De hecho, García Canclini (1999) hace una llamada a la necesidad de prestar atención a las formas en que la globalización es imaginada por los sujetos, desde que se produce el descentramiento del mundo con los flujos inversos de la movilidad de las migraciones.

La construcción social del territorio modifica el concepto de lugar y se abre a lo transnacional, coincidiendo con lo postnacional y la intensificación de lo internacional hacia lo global. Así se plantea una reorganización territorial en la que el centro y la periferia se diluyen, se desdibujan las fronteras y los conceptos de la comprensión de las migraciones.

3.- El *espacio social*, que se entiende como una práctica y un sentimiento de la dimensión global, que se vive como una experiencia en la que se incluyen las emociones, las representaciones y las interacciones.

El espacio de los flujos es la organización material de las prácticas sociales en tiempo compartido que funcionan a través de los flujos. Por flujo entiendo las secuencias de intercambio o interacción determinadas, repetitivas y programables entre las posiciones físicamente inconexas que mantienen los actores sociales en las estructuras económicas, políticas y simbólicas de la sociedad. Las prácticas sociales dominantes son aquellas que están incorporadas a las estructuras sociales dominantes (Castells, 2005: 489-490).

Este espacio social es el de la movilidad virtual, ligada a las tecnologías, en el que se desmaterializa la relación entre la comunidad y lo local; el espacio de lo glocal. Es también el lugar de los flujos, o sea, de las audiencias, del ciberespacio, de las transformaciones influidas por la *ubicuidad* y la *asincronía*, con repercusiones en el consumo, las relaciones, la economía inmaterial, la videopolítica, el mundo del trabajo y el concepto de riesgo. La movilidad, desde el punto de vista reflexivo, es una metateoría en desarrollo: “Desmitifica y relativiza todos los enfoques teóricos” (Ritzer, 1993: 569). La dinámica de la globalización desdibuja la espacialidad física y la transforma en un constructo social enraizado con lo imaginario. En ese escenario, se produce el roce de las imágenes, como lo entiende Wolton (2000: 135), que evidencia las desigualdades planetarias que se pueden interpretar como uno de los motores del impulso a la movilidad. A través de los medios se reproducen también las migraciones, movilidades mentales o de almas deslocalizadas, que viven físicamente en un lugar pero viajan virtualmente en el tiempo y en el espacio hacia los mundos opulentos que conocen a través de la mediación y los ‘paisajes mediáticos’. Es un mundo de desplazamientos, de pensamiento posmoderno y de desterritorialización: “Todos, aun los migrantes y exilados, viviríamos oscilando con fluidez entre lo global y lo local” (García Canclini, 2004: 75).

La suma de todos estos fenómenos, es decir, del desplazamiento geográfico, la construcción social del espacio y el espacio social, gracias al análisis de conjunto, lleva a Augé (2007a: 15-16) a definir la movilidad sobremoderna, en la que los traslados de población de todo tipo se incluyen dentro de la comunicación general, la circulación de los productos, de la información y la imagen: “Señala la paradoja de un mundo en el que, teóricamente, se puede hacer todo sin moverse y en el que, sin embargo, la población se desplaza”. A su juicio, la movilización sobremoderna está impulsada por la desterritorialización y el individualismo.

De la situación hace una lectura diferente Pratt (2006) cuando describe la movilidad en función de la que califica de ‘metáfora favorita de la metrópoli’: el flujo. Establece una serie de características definitorias sobre los flujos: la similitud o ausencia de diferencia entre los movimientos de personas; la neutralización de la direccionalidad, que tiene importancia sobre los flujos mediáticos; su facilidad para ignorar las políticas estatales e institucionales y para integrar la cultura en el mundo de los negocios, especialmente para la producción audiovisual y cinematográfica. Pratt llama la atención

sobre el hecho de que el concepto flujo anula la intencionalidad humana y olvida la dimensión existencial que conlleva para los individuos, así como que la idea sugiere que se trata de un proceso natural con tendencia hacia el equilibrio.

La movilidad es uno de los grandes valores de la sociedad de consumo y ello se expresa en numerosas categorías. De ella, Baudrillard (2009: 79) destaca que promueve, para la aceleración del sistema, un permanente estímulo del deseo y de las necesidades que hace imposible especificarlas objetivamente, es la energía que transforma el apetito en insaciable; pero también, el mecanismo que acelera el crecimiento del estilo de vida, el estímulo de la cultura del ocio, de las vacaciones, el ímpetu que conduce al cambio social. Un elemento de peso, de obligación: “La movilidad es un diploma de moralidad. Por lo tanto: siempre es además una obligación de movilización” (Baudrillard, 2009: 59, 193-196 y 216).

En la sociedad de consumo, la movilidad urbana estimula, además de las compras, el turismo como lo entendía Debord (2003: 144) —la “circulación humana considerada como consumo”—, el viaje, la transformación del paisaje, y la cultura del automóvil como principal expresión del individuo en movimiento. La imagen de las vacaciones, del placer y de la felicidad que se exotiza y trasciende las fronteras nacionales, se difunde por todo el planeta ensanchando los horizontes humanos y las conquistas del consumo, ligando el hedonismo a lo transnacional. Junto a estas categorías, también el tipo de movilidad sedentaria que se ha convertido en la práctica más habitual del desplazamiento mental a través del ordenador y la televisión. Desde el consumo, es una dinámica de la economía capitalista que, con su capacidad de implosión, desdibuja las fronteras y estimula las migraciones, su protagonista es un ‘turboconsumidor’: “Un comprador móvil que ya no tiene que rendir cuentas a nadie” (Lipovetsky, 2007: 108). Podría entenderse también que esta actitud es fruto de la *ubicuidad* y de la *asincronía*, el nuevo espacio de disolución en que nos movemos como fruto de la implosión (Ritzer, 2000: 159).

La tendencia se ilustra con más claridad en las transformaciones sociales que imponen las nuevas tecnologías, en el desapego hacia la propiedad en favor de un consumo y una cultura de la experiencia que ha defendido con claridad Rifkin (2002) en *La era del acceso: la revolución de la nueva economía*. Para los nuevos consumidores, el ‘estilo de vida’ es un ‘proyecto de vida’ al alcance de todos con el precio de la

aventura y el riesgo de explorar todas las opciones: “La publicidad de la cultura de consumo sugiere que en todos hay un lugar para la autosuperación y la autoexpresión, sean cuales fueren nuestra edad o nuestros orígenes de clase” (Featherstone, 1991: 147).

Esta movilidad del consumidor crea una mirada especial, ‘la mirada del turista’ (Urry, 2004), similar a las imágenes mentales de Cortellezzi (2006), es decir, una visión que condiciona los comportamientos de los grupos e individuos dentro de los diferentes lugares espaciales y sociales. La mirada de Urry contribuye a estandarizar los espacios, tal y como ha descrito Ritzer (1999), dentro del proceso global de macdonalización, y a la construcción de lugares sensoriales. Todo ello visto, desde luego, desde el turista occidental que describe Kaplan (1997: 50): hombre blanco, económicamente solvente, con aficiones literarias y carácter humanista, que es el punto de vista que ha dominado en la literatura y la producción científica. El efecto de esta mirada es una ficcionalización del mundo que divide a los sujetos entre espectadores y espectáculo (Augé, 1997: 14): “Como es bien sabido, aquellos que se equivocan de papel son rápidamente estigmatizados y, si se puede, repatriados en vuelos chárter”. Esa división muestra la oposición entre el turismo y el exilio como polos irreconciliables de la movilidad: de una parte, el exilio trágico y fruto de una coerción o coacción y, de otra, el turismo que surge de la capacidad de elección y que se relaciona con lo comercial e intrascendental (Kaplan, 1997: 27). De la misma forma, Bauman (1999: 103-133) describe con claridad el impacto de las limitaciones sobre la movilidad, sobre la capacidad de elección, en los individuos:

Los turistas viajan porque *quieren*; los vagabundos, porque *no tienen otra elección soportable*. [...] La aclamada "globalización" está estructurada para satisfacer los sueños y deseos de los turistas. Su efecto secundario —un efecto *colateral*, pero inevitable— es la transformación de muchos más en vagabundos. Éstos son viajeros a los que se les niega el derecho de transformarse en turistas.

Para Bauman los dos personajes son consumidores, buscadores de sensaciones y experiencias, aunque el vagabundo es un consumidor ‘defectuoso’, mientras que Santamaría (2002: 130) llama la atención sobre el contraste que supone el turismo de masas como sistema de apropiación económica y expropiación cultural. Para Augé (2005: 14) la movilidad o el desplazamiento en sí mismo es ya un consumo que llega a

desmaterializarse de tal modo, en la línea de la tendencia más insistente de la globalización, que el turismo a través de la fotografía “es una circulación entre dos series de imágenes”.

La movilidad asociada al consumo, en toda su amplitud y no entendida sólo como una manifestación del turismo, es un campo de investigación que muestra todo un abanico de desplazamientos, entre los que se encuentran los viajes de negocio, los relacionados con la salud, desplazamientos en el campo de la educación, los itinerarios laborales diarios y las salidas de compras (Coles, Duval y Hall, 2005: 189-191). Por su elevada tasa de encuentros, interacciones sociales, por su relación con la producción, reproducción y el consumo, se trata de un ‘estilo de vida móvil’ que busca reconocimiento social, que se asocia al turismo si se produce fuera de lo doméstico.

El turismo juega, pues, un papel esencial en la mediación del denso conjunto de redes económicas, culturales y sociales que conecta los dos extremos del espectro de la movilidad (en uno, la movilidad diaria en busca de entretenimiento y, en el otro, la movilidad migratoria). Tal como demostramos a continuación, éste es el caso de la identificación y desarrollo de comunidades, a menudo por naturaleza transnacionales, en las que el movimiento es la norma y en las cuales el viaje y el turismo fraguan y expresan identidades. (Coles, Duval y Hall, 2005: 191)

Los matices sobre la movilidad voluntaria, por tanto, están en el concepto de la temporalidad del desplazamiento y en la interpretación de hogar, cuestiones que la *ubicuidad* y la *asincronía* obligan a reformular sorteando explicaciones mecánicas y deterministas. Coles, Duval y Hall (2005: 198) proponen una revisión para el fenómeno turístico que “necesita considerar seriamente su rol en la condición humana más amplia” que enlazaría con las teorías de alto nivel sobre las moviidades sociales; una revisión que también sería necesaria para la reinterpretación de las migraciones. Numerosos estudios realizados por este grupo de investigadores sobre comunidades migrantes les llevan a describir sus desplazamientos como circulares, asociados a lo que denominan poblaciones diaspóricas.

2.2.2.1.- Migración, la movilidad con estigma

El estudio de la movilidad y las migraciones está marcado por numerosos sesgos y limitaciones epistemológicas, especialmente el predominio de la productividad materialista, que entiende el fenómeno desde un enfoque exclusivamente laboral, en función de las necesidades de mano de obra, por lo que ha contribuido a su reglamentación, criminalización y a la consiguiente clandestinidad (Mezzadra, 2003: 2-3). Una situación que Lazzaratto (2006: 218) enmarcaría dentro de los estados de dominación, que tienen como fruto instituciones que “limitan, fijan y bloquean la movilidad, la reversibilidad y la inestabilidad de la acción sobre otra acción. Las relaciones asimétricas contenidas en toda relación social son así cristalizadas y pierden la libertad, la fluidez y la reversibilidad de las relaciones estratégicas”. Desde la *autonomía de las migraciones*, en cambio, habría que dar valor a los excedentes subjetivos de las movilidades migrantes –su autonomía–, respecto a las causas objetivas de la migración, aunque no evita la dimensión social que supone interpretar la migración o el nomadismo dentro de los levantamientos sociales y los derechos de ciudadanía.

Por la vía de la crítica, Mezzadra (2005: 84 y 110) ha llamado la atención sobre el exceso de peso de las explicaciones sistémicas, ya que desdibujan la turbulencia y la incertidumbre que Papastergiadis (2000) ha descubierto para los fenómenos migratorios. La simpleza del análisis ha llevado a automatismos en su descripción que olvidan el aspecto dinámico de las interconexiones en la globalidad, desde posiciones autónomas y en diferentes direcciones. En este contexto, la *autonomía de las migraciones* no responde necesariamente a la internacionalización del mercado de trabajo; sino a la suma de las decisiones individuales, que adquiere un peso propio en la explicación del fenómeno, e incluso en sus patologías. Esta autonomía permite explicar el movimiento social de los migrantes, la explotación laboral y las luchas de este colectivo como prácticas sociales innovadoras y de resistencia. Al respecto, Raciére (2006: 78) defiende su capacidad para expresar las reivindicaciones de los ‘sin parte’ y la defensa de nuevos derechos y puntos de vista, frente a la designación que reciben como desgraciados e incompetentes: “Evidentemente, esto es falso. Ellos desarrollan una capacidad de hablar de la comunidad y dejan por ello de ocupar el lugar de las víctimas”.

El análisis desde el individuo, ajeno al entendimiento desde la marginalidad, permite a Boutang (2006) considerar el escape o la fuga de las formas de trabajo

asalariado y esclavizante como un elemento esencial de la movilidad, en lucha contra el despotismo y la tiranía social y política que acompañan los modos de producción capitalista. En su tesis, defiende que la lucha por el control de la movilidad forma parte del sistema, ya que mientras los individuos tienen gran dificultad para romper la relación laboral –amarrada por los códigos de trabajo y el sometimiento de la autonomía–, los Estados también suscriben esta lógica. Así, quienes optan por la migración, reivindican su derecho de fuga del sistema y posicionan el fenómeno como una expresión en la dimensión política. En cierto sentido, el análisis de Boutang coincide con el planteamiento de Appadurai (2001: 21) sobre las diásporas, fruto de la relación entre la movilidad y la comunicación, que distingue tres tipos diferenciados, como resultado de la desesperación, de la esperanza o del terror, y según los condicionantes y la proyección de futuro.

Mezzadra (2005: 108-109) recuerda que la fragmentación de la producción repercute en el acceso al trabajo y en la incertidumbre con que se vive esta atomización; así, describe la migración desde la subjetividad, aunque esto no le impide reconocer que, como fenómeno, se dibuja con claridad una ‘geopolítica de las migraciones’. Desde esa geopolítica y desde los impactos de la globalización, el análisis se relaciona con la balcanización con que se responde a las nuevas incertidumbres:

Las naciones-Estado se cuadruplicaron hasta llegar a casi 200 en el último siglo y con ello, crearon más fronteras que cruzar, mientras que las reformas a las políticas restringieron aún más la escala de la migración, incluso a medida que disminuían los obstáculos al intercambio de bienes (PNUD, 2009: 2)²³.

Para centrar los objetivos de esta investigación, hay que recordar que la modernidad acabó con la centralidad del trabajo en las vidas de los sujetos y que el paso hacia la sociedad de consumo marca nuevas tendencias y nuevas lógicas en los fenómenos de la movilidad. Las migraciones son también una muestra de una evolución desde un estilo de vida ligado a las condiciones del trabajo, a un modelo de vida unido al trabajo en sí mismo, una ‘ideología trabajista’ para las explicaciones migratorias como una forma de dominación en la que participan también los propios migrantes: *“Las ilusiones volcadas en el trabajo refuerzan las cadenas impuestas por el trabajo*

²³ Como resultado de esta situación, se ha registrado un aumento del coste de las migraciones hacia países desarrollados, no sólo en función de la distancia, sino también por las políticas que restringen el movimiento a través de las fronteras (PNUD, 2009: 24).

*mismo*²⁴; la ilusión de estar realizando un proyecto personal retroalimenta la necesidad impuesta por estructuras impersonales de carácter económico” (García y García, 2002: 26-27). Por eso, no hay que olvidar otras causas propias: los migrantes, al estilo de los discursos mediáticos, también se relacionan con las opciones de destino en función del consumo y el ocio. En las culturas mediáticas y consumistas, “en el mundo de Disney, nadie trabaja para producir” (Mattelart y Dorfman, 1979: 88); allí el esfuerzo y el trabajo son invisibles.

A través de este planteamiento, nos sumamos al creciente interés que despiertan los factores subjetivos para completar las explicaciones de los fenómenos sociales, que se muestran a menudo como realidades simplificadas y lineales, fruto de su reduccionismo. De hecho, tanto para la migración como para la comunicación, el propio sujeto es imprescindible y determina una posición singular y propia, la perspectiva humana desde la que se viven estos procesos. Respecto a la movilidad y las migraciones, Dávila (2008: 34-35) cuestiona la desterritorialización, desde las posiciones relativas que marca la movilidad, cómo ‘el desplazamiento ajeno está presente en el propio’. De esta manera, recuerda la forma reflexiva del movimiento para buscar las relaciones entre ambos y la dinámica de proceso que indetermina la posición de los migrantes y elimina su prefijo (e-migrante²⁵/in-migrante)²⁶.

El viaje de la migración comprende itinerarios que confluyen en diferentes claves, como el estilo de vida, el ascenso social, la integración en los ‘paisajes mediáticos’, en el consumo –hasta transformarse en sí mismo en bienes de consumo– o en esa sociedad; pero también escapes, una huidas, una renuncia a todo aquello que les rodea. El rasgo más definitivo que describe Bauman (2007: 83 y 135) sobre la movilidad se relaciona con el consumo: “La vida de un consumidor, la vida de consumo, no tiene que ver con adquirir y poseer [...] En cambio se trata, primordialmente, de estar en movimiento”.

²⁴ Cursiva en el original.

²⁵ Es interesante el análisis sobre el léxico de las migraciones que realiza Kunz (2008: 95-109).

²⁶ Dávila (2008: 40) se suma a las críticas sobre el sesgo en la producción científica cuanto se trata del análisis de la movilidad, ya que se contempla sólo su estudio desde la economía o la demografía, también se puede añadir la limitada visión del fenómeno; sólo desde la posición de la sociedad receptora (Suárez, 2008: 55).

2.2.2.2.- Movilidad y desarrollo

En este sentido, organismos internacionales como el Banco Mundial o el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo han publicado en 2009 sendos informes sobre la movilidad, que contemplan un importante giro hacia posiciones de análisis más abiertas y que integran la movilidad entre los modelos de desarrollo. El *Informe sobre el desarrollo humano* defiende la movilidad como un elemento esencial de la libertad:

Gran parte del análisis convencional sobre la migración se centra en el estudio de los efectos del desplazamiento en el bienestar. Sin embargo, nosotros no sólo nos ocupamos del movimiento en sí mismo, sino también de la libertad de las personas de decidir si se trasladan o no. La movilidad es parte de la libertad; el movimiento o desplazamiento es el ejercicio de esa libertad (HDR, 2009: 17)

De esta forma pone el acento en una visión diferente del análisis del movimiento humano, al situar a las personas y su libertad en el centro del desarrollo y alejarse de las interpretaciones de las migraciones desde elementos exclusivamente económicos, que olvidan el marco social y subjetivo de las decisiones. Como factor de desarrollo, el Informe también incluye la dimensión cultural, que en la migración tiene una gran importancia ya que “mejora la diversidad cultural y enriquece la vida de las personas movilizandando habilidades, trabajo e ideas”, por ello rechaza las medidas correctivas a las que conduce la concepción de que el movimiento de las personas es un problema (HDR, 2009: 19). De alguna forma, esta posición cierra la visión de Castles (2004: 38): “Es inevitable que las diferencias de desarrollo humano conduzcan a la movilidad”.

La movilidad, por tanto, es un aspecto de gran dinamismo del que destaca, de una parte, la capacidad para impulsar el desarrollo social mientras el cambio se abre a riesgos impredecibles y, de otra, su extensión y *ubicuidad*, que aumenta su influencia y ritmo en la totalidad de lo social (Ruiz, 2007: 24-25). En el cruce de tendencias se generan fenómenos contradictorios: “Cada vez resulta más difícil diferenciar las formas de movilidad que se consideran esenciales para el comercio y las inversiones internacionales de las que se consideran indeseables” (Castles, 2004: 34). Quizá por ello, se producen los increíbles contrastes respecto a su calificación política y jurídica,

así como a su consideración social²⁷ que se refleja en las contradicciones sobre los desplazamientos de los migrantes y los turistas (Augé, 2007a: 61-62), que alcanzan diferente percepción en la cuestión identitaria y cultural.

Las modificaciones estructurales de la globalización han llevado a una revisión de la movilidad social en la investigación sociológica por cuanto en la globalidad alcanza dimensiones diferentes, más ligada a los individuos, en un contexto de mayor apertura de la socialidad. Los cambios y el desarrollo son parte del proceso —abandono rural, industrialización, remuneración— que se acelera desde que las migraciones son, en muchas sociedades, un elemento fundamental para las transformaciones sociales. En ellas confluyen multitud de elementos que la propician, tanto individualmente como desde el punto de vista del grupo doméstico, que es el ámbito donde se desarrolla la estrategia de movilidad social (Oso, 2003: 29).

Para Goffman (1981: 47-48), la movilidad social es una de las fuentes de información más rica sobre la ‘presentación de actuaciones idealizadas’, que compiten por los lugares de mayor prestigio pero también por “el deseo de ocupar un lugar próximo al sagrado centro de los valores corrientes de la sociedad”. La movilidad social cada vez aparece más ligada a los cambios biográficos, de los que habla Gil Calvo (2001: 276; y Beck, 2004a: 112-113), fruto del creciente individualismo que se hace más patente en las sociedades occidentales donde se multiplican y se suceden los transformaciones laborales, sentimentales, las trayectorias quebradas y fragmentarias de la secuencia de la vida de los sujetos.

La movilidad democratiza el espacio y el tiempo, y contribuye al concepto de libertad contradictoria de los individuos contemporáneos —en la que también se incluye la laboral— como uno de los factores más potentes de estratificación de la sociedad de consumo (Bauman, 2000: 59), al igual que en la perspectiva económica hay profundas diferencias (Augé, 2007a: 91-92), porque la considera en función de la productividad: “Sin embargo, la práctica democrática debería inspirar el sentido contrario: asegurar la movilidad de los cuerpos y de las mentes desde la más temprana edad y durante el mayor periodo de tiempo podría suponer, además, la prosperidad material”.

²⁷ Como ejemplo se puede citar la concesión de ‘derechos a la movilidad’ que, como incentivos, ofrecen las empresas a los profesionales cosmopolitas del mundo de las inversiones, el comercio, o las telecomunicaciones internacionales: “Este vocabulario oscurece el hecho de que se conceden derechos de movilidad a quienes son, en última instancia, trabajadores migrantes” (Sassen, 2007: 220).

2.2.3.- Consumo

El consumo –tal y como hemos mencionado antes– es el único concepto incluido en las *Palabras clave* de Williams (2003: 80-82), aunque su referencia a ‘consumir’ supone connotaciones negativas ligadas originariamente a palabras como dilapidar, gastar, vaciar, agotar, destruir, dispendio. Williams refiere cómo a mediados del siglo XVIII comienza a tener un sentido neutral y, un siglo después, su uso en economía política se desvía hacia la relación con el cliente, y después figura con connotaciones relacionadas con la autonomía. También el diccionario de sociología de Giner (1998: 148) destaca el cambio que se ha registrado en torno a su conceptualización al prestar atención a sus funciones simbólicas; ahora pasa a considerarse como variable interdependiente de manera que el consumo centra la atención como factor causal con valor explicativo.

El consumo es el sistema esencial de la economía globalizada y de las de buena parte del planeta, sobre todo por su centralidad en las dinámicas sociales –de su papel en la ciudadanía, nos encargaremos más tarde—, de una manera tan sutil que en sí mismo oculta el sistema productivo que lleva en paralelo. La creciente influencia de su modelo ideológico y de la desmaterialización de gran número de sus actividades le permite invertir la lógica productiva, siempre a su favor: “La superación de la organización taylorista de los servicios es caracterizada por la integración de la relación entre la producción y el consumo, el consumidor interviene de manera activa en la construcción del producto” (Lazzarato y Negri, 2001: 19). Tanto es así que la distinción se ha convertido en desdiferenciación, y va en aumento –como mantiene Ritzer (2000: 201-202)– con el alimento permanente de las industrias del ocio y el entretenimiento. Así, opera en la gran mayoría de los campos de la actividad personal y social, se diluye en lo cotidiano, amolda los procesos simbólicos y logra pasar desapercibido en el disfraz del ocio, de la cultura y de la emoción.

El proceso ha sido lento; sobre el sistema productivo industrial de la modernidad se ha superpuesto el de la posmodernidad, orientado por el consumo y el mundo recreativo y despreocupado. Este solapamiento tiene un valor ideológico que oculta los daños colaterales y crea personajes míticos cotidianos como el pato Donald, que Dorfman y Mattelart (1979: 90) analizaron en un estudio pionero de las

transformaciones de lo simbólico a favor de una nueva economía: “De los polos del proceso capitalista producción-consumo, en el mundo de Disney sólo está presente el segundo. Es el consumo que ha perdido el pecado original de la producción”. Disney ya percibía la centralidad del consumo, así como el efecto que tendría sobre el reparto de la riqueza. Chomsky (2002: 45) ha profundizado en el fenómeno cuando ha explicado que la defensa de la libertad sólo fue posible con un mecanismo de restricción, es decir, desviando la atención desde el control de la producción y del trabajo hacia la libertad de consumo; así se percibían “sus necesidades en términos de consumo de bienes y no tanto en calidad de vida y trabajo”; una transformación que marcó el paso de la ética del trabajo al hedonismo de la sociedad de consumo.

La flexibilidad, la adaptabilidad a los distintos contextos culturales, la provocación de los reclamos publicitarios y, especialmente, la desregulación están en la base de la rápida expansión del consumo y del uso y reproducción de todo tipo de recursos económicos, en el refuerzo de la competencia en los mercados en la globalidad (Alonso, 2007b: 40-41). Las tecnologías digitales han diluido la fuerza del trabajo de manera transnacional; ahora lo laboral se encuentra en los flujos que unifican los modelos de producción y los mercados (Castells, 2005: 293), con ideas, imaginación, creatividad, utilidades, productos, bienes, pero también tradiciones, cultura, valores aparentemente democráticos y multitud de ambigüedades. La integración, la mezcla, es total: “La sociedad de consumo es una sociedad de mercado; todos hacemos compras y estamos en venta; todos somos, de manera alternativa o simultánea, clientes y mercancías” (Bauman, 2005b: 158).

Baudrillard (2009) puso el acento precisamente en la ceremonia de confusión que la sociedad de consumo ejerce sobre el sistema económico, al trasladar la atención de la materialidad hacia el signo, en una propuesta que mezclaba lo cultural con lo imaginario y desvelaba el desorden impuesto por la productividad, con su paso a la reproducción y a la creación de valores intangibles que se apoyan en la diferencia. Baudrillard (2009: 85-96), experto en la detección de las ambigüedades y contradicciones del sistema, ha señalado de forma clara muchas de ellas: la importancia de las relaciones y la diferencia en la producción y reproducción del sistema, el poder como alma del modelo, la fuerza del tándem producción/consumo en su control, y la importancia en el sistema del ‘irreemplazable’ consumidor.

Bourdieu (1996), por su parte, explicaba la diferencia en función de las

relaciones de ‘fuerza’, con valor de cambio, y las relaciones de ‘sentido’ que organizan los significados sociales. Entre estas últimas se encuentra la cultura, que engloba la producción y el consumo de significados como alimento cultural de la sociedad consumista. En paralelo, la desregulación de lo social y de las normas se produce junto a los cambios de significados por la reproducción de simulacros y de imágenes estetizantes (Featherstone, 1991: 41), en su mayoría por parte de los medios de comunicación en forma de publicidad —aunque ésta es otra de las fronteras que se diluye cada vez con más frecuencia—. El papel de la industria publicitaria es ‘aculturar las masas’: “Derribar las costumbres antiguas, borrar los estilos de vida rurales y locales, destruir los viejos prejuicios, el reto es educar a las masas a costa del consumo, homogeneizar las mentalidades y las prácticas, racionalizar los gustos y las actitudes” (Lipovetsky, 2007: 165).

Así, su lógica se expande a la totalidad del mundo con la intención de “*producir una sociedad nueva*” y lograr una idea del “consumo como única relación con el mundo” (Salmon, 2008: 60-63); es decir, como una construcción, pero también mediante el aniquilamiento de otras formas alternativas de vida (Bauman, 2005b: 81). Los símbolos y su capacidad de agudeza organizan las innovaciones, la realimentación del sistema con su autorreproducción perpetua: “No se destruye en el acto del consumo, alarga, transforma, crea el ambiente ideológico y cultural del consumidor” (Lazzarato y Negri, 2001: 20). Se desmaterializa la producción y también los individuos, cuando se transforman ellos mismos en bienes de consumo, bienes de cambio vendibles que ingresan en una nueva categoría social (Bauman, 2007: 83 y 90).

Tal y como ocurre con el resto de los objetos críticos seleccionados para este análisis, el consumo presenta ambigüedades porque mientras la mayoría de sus instituciones son extremadamente democráticas (Ritzer, 2000: 211), pero en sí mismo propone nuevas estratificaciones, al expulsar hacia fuera a aquellos individuos considerados inservibles, escasos de recursos. Lipovetsky (2007: 109 y 183; también en Almagro, 2008: 53) mantiene que la homogeneidad que produce el consumo en su universo simbólico de normas diluye antiguos elementos estratificadores como la formación, el trabajo, la identidad de clase e, incluso los movimientos colectivos. Pero a la vez, es un espacio de conflictos (Castells, 1979: 5) ya que, desde que el consumidor participa en el sistema como fuerza productiva, la lucha se registra en la apropiación y en la distribución de los bienes y, en esas interacciones, se piden explicaciones

racionales sobre dicho reparto.

El consumo es una nueva forma de identidad que se exhibe a través de sus signos y de su imagen para el reconocimiento social: el acceso a elementos estratificadores como la libertad y la elección, la movilidad y la disolución del espacio, el dominio sobre el tiempo propio, y hasta en el aburrimiento como su total opuesto (Bauman, 2000: 67). En lo social, la reconversión de los deseos es reproductiva, se encarga de la formación del individuo, de la autoidentificación, la integración y la estratificación social. Así se desplaza también la centralidad del trabajo en nuestras vidas, en el modelo que sublimó Disney, tal y como analizan Dorfman y Mattelart (1979: 102-103, 114 y 154-155), con personajes que no necesitan trabajar —como el pato Donald— o en los que se mezcla con el ocio y la riqueza:

La diversión, tal como la entiende la cultura masiva, trata de conciliar el trabajo con el ocio, la cotidianidad con lo imaginario, lo social con lo extrasocial, el cuerpo con el alma, la producción con el consumo, la ciudad con el campo, olvidando las contradicciones que subsisten dentro de los primeros términos

Este estímulo de consumo artificial, el movimiento de *banalización*, es, para Debord (2003: 64-65), clave en la sociedad contemporánea y se personaliza en las estrellas del consumo que, a pesar de mostrar tipos diversos de personalidad, se unifican en el acceso universal al consumo y se consolidan en la ‘presuposición de su total excelencia’.

El desarrollo de las teorías sobre los impactos sociales del consumo tiene su primer punto de importancia en la teoría de Veblen, que se desapega de lo material y de la subsistencia. Su tesis sobre el ‘consumo indiscreto’ defiende la comparación provocativa, la distinción que suscita la envidia y el reconocimiento como fundamentos de la dimensión social del consumo. También Duesenberry (1967), en los años cuarenta, propuso una tesis para determinar la influencia de los demás en las preferencias de consumo. Así, el enfoque sobre los ingresos relativos sostiene que, en función del ‘efecto demostración’, los individuos gastan según la cultura en la que se insertan y ahorran también en función de esa variable. Malgesini (2004) ha profundizado en esta teoría de cara a las migraciones, a partir de estudios sobre este colectivo en España con

una visión ampliada hacia la toma de decisión dentro del grupo doméstico. Además de los factores objetivos de la migración, relacionados con las posiciones económicas, en su estudio figuran términos y explicaciones que incluyen la aventura o la promoción personal. La teoría de Duesenberry desliga el consumo del ingreso, pero sobre todo lo inscribe en el contacto con bienes de calidad superior, a través de los medios: “El contacto estimula su imaginación, despierta deseos, provoca imaginación, genera desagrado. En suma, origina una necesidad: la necesidad de mejorar el estándar de vida, de elevar la propensión a consumir” (Baltra, 1973: 93). La teoría coincide con la hipótesis planteada aquí sobre el consumo y los discursos y símbolos de ostentación relacionados con el impulso de las migraciones.

El consumo se abre al mundo del ocio y el entretenimiento, en su vertiente más actual y productiva de lo contemporáneo, una visión de su centralidad que “podría consistir en ver *tanto* el ocio indiscreto como el consumo indiscreto como bases del consumo de mercancías” (Ritzer, 2000: 218-219). Así se rompe el ideal del consumo como elemento de bienestar y desarrollo, para apoyarse en las desigualdades y en el olvido de la justicia social (Lipovetsky, 2007: 15). El proceso desde las industrias y la producción lo ha analizado con todo detalle Yúdice (2002: 208) como la transformación esencial que desde la economía se ha impuesto con el “cambio desde una comercialización masiva a una selección siempre más específica de consumidores.”

Los trabajos de Bourdieu (1991) sobre el valor social del consumo y su práctica cultural señalan las preferencias como una manifestación de los deseos del consumidor fruto del *habitus*, el terreno de lucha por el acceso a los recursos, ya que distinción y estatus están en el origen de las diferencias sociales. Desde la antropología también tiene gran interés la posición de Douglas e Isherwood (1996), que ya habían cuestionado la teoría económica neoclásica cuando ligaron el consumo al proceso social, entendido como interacción en la que incluyen su uso y circulación a nivel mundial. De hecho, Douglas dejó abierta una de las cuestiones más importantes respecto al consumo, al interrogarse sobre las razones de la necesidad de lujos para el público. Pero lo más interesante de Douglas es la descripción que realiza del consumo como un proceso comunicativo y de intercambios en el que se determinan tanto la identidad personal como la posición social de los individuos, una ‘conectividad por consumo’, impulsada por la publicidad.

El encantamiento estetizante que impone el consumo se desarrolla de forma colectiva en una vida social menos física, porque las interacciones humanas se sustituyen por las que se registran con los bienes y en lo doméstico, a través de los *mass media* (Ritzer, 2000: 197-198). Así, se autorreproduce la vida del consumo, espectacularizada y, cada vez más, virtual. Para Hardt y Negri (2002: 269), la primacía de la comunicación se debe al papel que ha jugado en el cambio estructural del modelo –de la producción al consumo– cuando centraliza la transmisión de información entre la fábrica y el mercado. Además de esa vertiente, los medios facilitan ese entendimiento inmaterial del mundo, su desrealización, la digitalización y la pérdida de las dimensiones sensibles y tangibles (Lipovetsky, 2007: 260; Ritzer, 2000: 175); en este espacio la reproducción del sistema logra vehicularse como simulación de mundos posibles (Imbert, 2003: 247; Thompson, 1998: 38 y 48), clonaciones de lo real que ensanchan los horizontes y los nuevos productos²⁸.

La simulación que apuntaba Baudrillard (1998) como uno de los efectos del mundo posmoderno alcanza su mayor expansión en la sociedad de consumo, con poca respuesta porque la cultura comercial conduce a prácticas privadas de ocio ante las que resulta difícil de imaginar formas de resistencia colectiva. Dentro de las contradicciones del modelo publicitario, está claro que la simulación y el espectáculo son la pieza clave por su eficacia, por el valor añadido de la virtualidad y su multiplicación a bajo coste (Ritzer, 2000: 135), a la vez que propicia el crecimiento económico apoyado en los elementos simbólicos de efecto inconsciente para el consumidor (Almagro, 2008: 50). Esta economía de lo ficcionalizado fomenta la semiotización de los procesos de consumo, alcanza a estructurar simbólicamente la vida así como la producción gracias a las interacciones tecnológicas entre individuos (Moraes, 2007: 24) que reconstruyen lo social. En esto coinciden tanto Castells (2005: 45), cuando la entiende como parte de la generación de ‘cultura e identidades colectivas’, como García Canclini (2001) cuando defiende el paso de la racionalidad económica a la de la integración y la comunicación. Por su parte, Augé (2001: 117) señala el doble papel de los medios como actores y mercancía, es decir, agentes de transformación del mundo a la vez que objetos expuestos en los escaparates, el vehículo de contacto con el mundo.

El consumo es una práctica integral que alcanza las dimensiones de la historia, la

²⁸ Illouz (2007: 86) lo atribuye al modelo psicológico de ‘comunicación’ que han sentimentalizado la vida pública, a la vez que los productos se convierten en objetos para negociar, justificar y pensar.

comunicación y la cultura; supera la relación directa con los objetos (Baudrillard, 1969: 227 y 224), ya que “es una actividad de manipulación sistemática de signos”. Como proceso de comunicación y, por tanto, de cultura, lleva a Méndez (2007: 304) a defender su valor humano para el destierro de la simplicidad mecánica del “*homo oeconomicus* insaciable e irracional”. Así llega el reencantamiento de la racionalización económica, en la espectacularidad de la sociedad de consumo (Ritzer, 2000: 117) a través de la publicidad como un medio mutante de valores ideológicos del pasado hacia el único modelo del consumo (San Nicolás, 2007: 122). Lo emocional marca el giro de la estrategia publicitaria, según Virilio (1997: 30 y 22), como propaganda y su capacidad de motor económico: “Hoy en día, existe un espejismo que está ligado a la publicidad. No hay revolución industrial sin innovación de la publicidad”.

Con el apoyo de la cultura, los discursos mediáticos revitalizan la producción y el consumo; la dinámica que Sklair (2003) califica de ‘ideología cultural del consumo’, vital para el capitalismo transnacional. Esta ideología no es movilizadora, a juicio de Augé (2001: 109), porque suscita comportamientos miméticos mientras se alimenta el espectáculo. Es el equivalente a la que describe Barker (2003: 106) como la ‘cultura de la Coca-Cola’ de alcance global en su vínculo “entre capitalismo global, publicidad y homogeneización cultural”. Pero eso no lleva a lecturas homogéneas, ya que Barker (2003: 77) defiende con claridad que los significados y resultados de las prácticas de consumo son diferentes en cada contexto y no necesariamente fruto de la dominación.

Mattelart (1989: 222-223) ha estudiado el fenómeno desde la comunicación y la publicidad, y recuerda que en los años setenta comenzó el debate sobre los desequilibrios mundiales que se detectaban entonces –como ahora–, al convertir la publicidad en un sistema transnacional, el modelo de desarrollo y de crecimiento, que integraba la respuesta a las contradicciones sociales que debían ser negociadas y explotadas desde la producción:

La búsqueda de la integración está en marcha en todos los niveles, desde la integración de los trabajadores de una misma empresa, a través de la construcción de una ‘cultura de la empresa’, hasta la integración consumo-distribución-producción. Cosas, todas ellas, que exigen la creación de ‘nuevas mentalidades’.

La comunicación como sistema productivo, gestiona las relaciones sociales,

forja identidades, de empresa y nacionales; oculta un modelo de explotación (Dorfman y Mattelart, 1979: 157), y se reconstruye en el consumo transnacional con las comunidades multiculturales que “han venido a sumarse hoy a la sofisticación global de las ciudades europeas, a las que han aportado un deseo de formas cosmopolitas de consumo” (Lubeck, 2003: 109). La presión del sistema para la racionalización, logra la macdonalización de muchos rincones del planeta (Ritzer, 1999: 216), a menudo con el impulso del miedo, un tema recurrente para Beck (2002a, 2002b), Giddens (2002), o Gil Calvo (2003). El modelo aplicado a las imágenes lo ha estudiado María Acaso (2006: 12) y lo califica de terrorismo, una clase de violencia visual como ‘principal incentivador del consumo’.

Desde el punto de vista sistémico, la economía es un proceso de comunicación en el que se conforman los modelos de recursos, ya que la comunicación es la que regula los intercambios organizándolos en función de su productividad. Así es un aspecto integral de la sociedad, a la que se debe, pero de la que se aleja por su obsesión por la cuantificación, como ha señalado Morin (2000: 17): “La ciencia económica es cada vez más incapaz de considerar lo que no es cuantificable, es decir, las pasiones y las necesidades humanas. De este modo, la economía es a la vez la ciencia más avanzada matemáticamente y la más atrasada humanamente”. Por eso Augé (2005: 18) plantea la necesidad de una antropología de la economía con la que el discurso económico pueda recuperar su finalidad social, que desapareció con el recorrido que siguió el discurso poscolonial. En muchos lugares de África y en buena parte de las sociedades islámicas, como la marroquí, el intercambio tiene un valor social que se muestra en el rito del regateo, una relación que pasa desde tomar el té hasta los vínculos permanentes de relación; no hay que olvidar el concepto colectivo de lo social en esta cultura. Serge Latouche (2007: 26) la califica como economía *anómica* porque el mercado no es el sistema regulador de la construcción social, sino que lo son las normas de cohesión y la solidaridad: los bienes tienen valor social en función de su uso y no de su venta, con lo que se elimina la necesidad de la acumulación y, también, de la caridad.

El imaginario de esta sociedad está dominado por la simulación: “Un consumo de signos de la naturaleza puestos en circulación de una manera nueva, en suma, una naturaleza *reciclada*²⁹” (Baudrillard, 2009: 115). Ligados a los signos, las emociones y el consumo son el alma de las relaciones humanas y la economía; el espacio del

²⁹ Cursiva en el original.

simulacro manipulado será el de la comunicación comercial, ahora emocional, en la que los consumidores viven experiencias sensoriales e imaginarias. Así se puede vivir la ilusión de un cierto dominio sobre el mundo, con fantasías materializadas de cambiar el curso del tiempo en el propio cuerpo, de acelerar la vida cotidiana, de gestionar su propio estilo de vida (Lipovetsky, 2007: 40 y 47). El mundo del espectáculo, al que tanta atención ha prestado Debord (2003: 175), llama a la “*presencia real* de la falsedad que garantiza la organización de las apariencias [...] El reconocimiento y el consumo de mercancías están en el centro de esta seudorespuesta a una comunicación que no admite respuesta”³⁰. Desde la comunicación, los relatos de las representaciones sociales debilitan lo colectivo, el progreso o la razón a favor de los que llevan parejos los objetos en su construcción discursiva (Alonso, 2007b: 48; Méndez, 2007: 293).

El impacto del consumo para Appadurai (1996) supone un cambio radical, una teoría de ruptura que afecta a lo identitario, ya que ha logrado alterar el control político a través del acceso al mercado, siempre en su visión amplia de bienes e ideas. Para Alonso (2005: 51 y 69), frente a la integración que dominaba la construcción de las identidades en el consumo fordista, ahora la fragmentación disuelve las identidades de clase, en función de sus propias prácticas en este campo.

En el mundo de transformaciones identitarias de la posmodernidad, la sociedad de consumo ofrece todo un escaparate de elecciones insospechadas para las generaciones anteriores. El disfrute de las emociones, la libertad y experiencias momentáneas (Bauman, 2000: 52; 2005b: 157), las satisfacciones, el miedo, la envidia y el exhibicionismo de la felicidad (Lipovetsky, 2007: 152, 295, 299 y 305), tienen su origen y solución en sí mismos. La orientación de los mercados y de la publicidad se dirige al consumidor individualizado, con narrativas de autorrealización orientadas hacia producir y representar un yo (Illouz, 2007: 110 y 103) cuyo control se regula a través del temor. En este sentido, es muy interesante el análisis del valor de las emociones –no sólo respecto al miedo– como motor productivo del capitalismo, de un

³⁰ Desde la perspectiva antropológica, coincide con la función social del prestigio que estudió Malinowski (1995: 29-49 y 353-354) para los trobriandeses, donde el consumo es una práctica cultural que surge de la coacción y se constituye en una institución, es decir, no guarda relación con las necesidades. Su comprensión cultural del consumo separa el intercambio simbólico, a través de la *kula* –que supone una negociación sobre el estatus y los valores sociales–, del *gimwali*, que centra los intercambios de los bienes primarios. También el imaginario, para Almagro (2008: 52), representa esta doble vertiente: “**individual**, interiorizado en la estructura psíquica de los individuos a través de los sucesivos procesos de socialización, y **social**, compartido por una colectividad dada en un tiempo histórico concreto, adaptado a las necesidades y a la realidad histórica de las sociedades” (Negrita del autor).

capitalismo que Illouz (2007: 60) califica de ‘emocional’. Así se entiende mejor la compleja dinámica entre el ‘tener’ y el ‘ser’ que el consumo ha impulsado hacia el deseo de identidad y de felicidad; hacia la autorrealización. Para Bauman (2004: 185-186) significa un triunfo del ‘ser’, pero en realidad se estimula como un péndulo entre los dos conceptos a la hora de diseñar sus reclamos. Por eso la publicidad ha pasado, tal y como dice Corrales (2005: 1), de la insistencia en la compra a un marco subjetivante; el territorio del ‘gobierno de la subjetividad’ de Foucault, como

un dispositivo que genera unas ciertas condiciones de posibilidad para la constitución (o disolución) de determinados sujetos sociales mediante el establecimiento y la delimitación de un conjunto de espacios de reconocimiento e identificación que nos llevan a entendernos y relacionarnos con nosotros mismos y con los demás como si fuésemos (y fueran) sujetos de un determinado tipo.

La cosificación de las emociones, su traslado al imaginario, a los bienes y mercancías, son muestras de la mediación del consumo en la reconstrucción de la identidad y de lo social que reconoce Bauman (2005b: 167): “Puede que los seres humanos se hayan reciclado en artículos de consumo, pero los bienes de consumo no pueden convertirse en humanos”. La relación con el mundo, definitoria de la propia realidad y de la identidad, crea una comunidad hacia un proyecto que se hace común en los objetos de consumo, en su posesión y disfrute (Sánchez Noriega, 2002: 358-359; Méndez, 2007: 299).

De esta competencia por la integración nace un individualismo identitario, como expresión de la dignidad y del reconocimiento, ambiguo y contradictorio ya que, de una parte, la influencia del consumo en el estilo de vida es más intensa cuanto menos reglas sociales impone, mientras a la vez es el consumo el que ha disuelto las identidades y culturas de clase que buscar reconstruir a través de la responsabilidad individual (Lipovetsky, 2007: 119, 160 y 183). La identidad como compromiso se revuelve entre un sinfín de oportunidades y de opciones, un modo ilusorio de la capacidad de elección siempre en metamorfosis (Gigli, 2008: 4). Sin embargo, Méndez (2007: 296) sugiere diferentes grados de actividad y resistencia frente a los mensajes y las prácticas de consumo: de una parte, el *consumidor frente al mercado*, en el que elige entre bienes y servicios; y, de otra, el *consumidor frente al consumo*, que refiere a la apropiación de

ideas y la generación de comportamientos: “El consumidor es activo cuando conoce las fuerzas que subyacen en las elecciones que hace frente al mercado, pero es a la vez pasivo frente a las categorías que se le presentan como naturalizadas”.

2.2.3.1.- Consumo, remesas y desarrollo.

La compleja relación entre el consumo y el desarrollo se analiza en el Informe sobre Desarrollo Humano del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 1998) *Cambiar los patrones del consumo de hoy, para el desarrollo de mañana*, que estudia el fenómeno no desde su crecimiento sino en relación al impacto en las personas, la sociedad y el medio ambiente. Desde este punto de vista, alimenta la desigualdad social y daña los recursos naturales, con desequilibrios importantes en la globalidad: “Las presiones del gasto competitivo y el consumo conspicuo hacen que la opulencia de algunos se convierta en la exclusión social de muchos” (PNUD, 1998: 6). Para este análisis cobra especial importancia el cambio que sufre la definición de ‘necesidad’, su impacto sobre los valores personales y sociales. Lipovetsky (2007: 190 y 121) reconoce sólo una frontera al proceso de ensanchamiento de mercados: la pobreza material y la vida precaria que excluyen y transmiten la sensación de fracaso vital: “Ésta es la violencia de la civilización de la felicidad, su nuevo vía crucis”. Especialmente porque el proyecto es el del ‘consumo-mundo’ sin fronteras en que sólo está reglamentado el intercambio.

Las normas tradicionales de consumo se debilitan y ahora son globales y cosmopolitas pero con una contradicción que ha señalado Alonso (2007a: 44-45): “Nuevas franjas de consumo encajadas transnacionalmente —las nuevas clases cosmopolitas de alto capital humano, social y simbólico—, tienden a separarse progresivamente de los modos de consumo de clase media nacional”. Y es que en lo local, en la territorialidad y en el mundo de las fronteras sobreviven a la desestabilización la inmigración y los precarios, el subconsumo o el estancamiento. Alonso (2007a: 50) mantiene que, a pesar de que el consumo es una fuente de bienestar, también conlleva riesgos individuales y colectivos que afloran por la desaparición de fronteras.

Sen (1995: 178) sostiene que la desigualdad es fruto de las ‘comparaciones interpersonales de la utilidad’, es decir, un elemento claramente diferenciador. Los

estudios de Sen integran la vertiente del consumo y el desarrollo, con una perspectiva amplia en la que incluye el estudio del ingreso personal, el aprovisionamiento público, el trabajo no remunerado y los recursos naturales: “Desde la perspectiva de la gente el consumo es un medio del desarrollo humano. Su importancia radica en la ampliación de la capacidad de la vida para vivir largo tiempo y bien”. El rescate de las dimensiones sociales e integradoras de la economía, el conocimiento y las relaciones en valores no necesariamente cuantitativos muestran dimensiones claves en la polarización y las diferencias globales que oprimen a los ciudadanos de los países menos desarrollados.

Mientras que para muchos economistas clásicos y neoclásicos, la pobreza guarda una estrecha relación con el consumo en su dimensión material, su medición sociológica está relacionada con la capacidad de autonomía, un valor que también se engloba en el consumo como práctica cultural y con la movilidad. En ese sentido, también lo comprende García Canclini (2001: 23):

Los procesos globalizadores acentúan la interculturalidad moderna al crear mercados mundiales de bienes materiales y dinero, mensajes y migrantes. Los flujos e interacciones que ocurren en estos procesos han disminuido las fronteras y aduanas, así como la autonomía de las tradiciones locales, y propician más formas de hibridación productiva, comunicacional y en los estilos de consumo que en el pasado. A las modalidades clásicas de fusión, derivadas de migraciones, intercambios comerciales y de las políticas de integración educativa impulsadas por Estados nacionales, se agregan las mezclas generadas por las industrias culturales.

Es un planteamiento que comparte Appadurai (1996) cuando defiende ‘la vida social de las cosas’, es decir, que los intercambios son comunicación porque llevan junto a la mercancía las visiones de la otra persona, ideas y valores; de esta forma, los objetos se mueven entre diferentes regímenes de valor. Desde este concepto cultural de las mercancías, el conocimiento es riqueza económica, porque el consumo es relacional y activo; su interés para esta investigación está en los procesos y en la negociación de las sociedades tradicionales. Sobre el trabajo de Appadurai, Ray (2001) se detiene en el análisis de las aspiraciones fruto de las interacciones, un concepto multidimensional en el que se mezcla lo material con valías personales, políticas o religiosas. Así, inserta la

definición del valor en función de los vínculos de comunicación y del contexto, es decir, incluye también la mayor movilidad como uno de los motores del impulso al consumo que, dentro de la ‘sociedad conectada’ se polariza porque hay estándares muy alejados de los locales y se produce una ‘conectividad por consumo’.

El trabajo migrante se transforma en remesas y consumo en los países emisores; son flujos con resultados controvertidos, ya que se considera en muchos casos un factor de desarrollo para las comunidades originarias mientras que, en otros, se entiende que introduce distorsiones en la economía autóctona. Lacomba (2004: 119) mantiene que las remesas podrían contribuir al equilibrio de la balanza de pagos nacional y ayudar al desarrollo, pero que las nuevas pautas de consumo fuerzan a estimular las importaciones y al encarecimiento de los precios. Nair (2004: 259) responsabiliza a las remesas del subdesarrollo, que califica de crónico, ya que este dinero no está orientado a la inversión productiva: “En el contexto actual, la transformación sociológica de los flujos reproduce y profundiza el subdesarrollo”. También Said (2005: 166) coincide con ese punto de vista: “Opino que, en su ansia por industrializarse, modernizarse y desarrollarse, muchos países musulmanes se han sometido en exceso a su deseo de convertirse en sociedades de consumo”. De esa evolución, por ejemplo, habla Lazaar (1990) para las comunidades del Rif, donde la falta de infraestructuras ha propiciado, según mantiene, una emigración económica que espera un ascenso en la escala social y que lo mide exclusivamente en función de su nivel de consumo.

Las remesas y el desarrollo son una pareja compleja y muchas veces contradictoria porque aunque el consumo en los países de origen lleva a la mejora del bienestar y del capital humano, si se orienta al derroche aumenta la división social y la pérdida de valor de los productos nacionales (Ghosh, 2006: 100). En el destino de las remesas hay una división de género radical: si los hombres las reciben, esto supone, según defienden investigadoras como Gregorio (1998: 266) o Sassen (2003: 103), que los hogares a los que llega ese dinero están peor administrados porque se destinan en mayor medida a gastos personales mientras que las mujeres tienen un concepto más social y familiar de la economía.

2.2.4.- Identidad

El complejo, amplio y diverso concepto de identidad es quizá el más sensible a las dinámicas abiertas en el mundo de la *ubicuidad* y la *asincronía*; la nueva dimensión globalizadora impone su revisión sistemática desde la reflexividad, al ritmo que marca la celeridad: “Cuando la movilidad y la comunicación fuera de contexto se convierten en núcleo de la vida social, la cultura en que se nos ha enseñado a comunicarnos se convierte en la esencia de la propia identidad” (Gellner, 1988: 87). Con sencillez y claridad, (Bauman 2003b: 40) lo expresa así: “Si el «problema *moderno* de la identidad» era cómo construirla y mantenerla sólida y estable, el «problema *posmoderno* de la identidad» es en lo fundamental cómo evitar la fijación y mantener vigentes las opciones”. El cambio descrito por Bauman se registró también en su paso de la metafísica a las ciencias sociales, un nuevo interés por la esencia del alma y el sentimiento de permanencia en los individuos ante el mundo cambiante (Giner, Lamo de Espinosa, y Torres, 1998: 366).

La tradición de la investigación sobre la identidad se amplía progresivamente a lo transdisciplinar fundamentalmente con dos orientaciones principales: la psicología y la comunicación, en la línea del interaccionismo simbólico que establece la creación identitaria en un proceso interactivo y mediado respecto al otro, a pesar de su dificultad conceptual. Rizo (2004: 9-11; también en Velázquez, 1992: 116) repasa el origen de estas corrientes y amplía el concepto gracias a las tesis aportadas por la Escuela de Palo Alto sobre la imposibilidad de no comunicar como un marco de relaciones para comprender el juego de interacciones que se registra a su alrededor. Así se entiende la identidad como constitutiva de la propia persona, pero también de la sociedad (Malgesini y Giménez, 2000: 235). Y en segundo lugar, en la identidad colectiva como forma de organización, de relación y de ideología política, gracias a las aportaciones de la antropología, la comunicación, el lenguaje y la sociología.

En este recorrido, acelerado hace sólo unas décadas, el concepto de identidad ha evolucionado desde el pensamiento filosófico a su visión conflictiva –como identidad cultural– especialmente a través de la descolonización, los viajes, la economía y la mejora de las expectativas de vida (Wolton, 2004: 41-42), pero también debido al impacto de la tecnocultura global que ha fragmentado el término (Campa, 2000: 33;

Bauman, 2005c: 42). El problema sustancial para el estudio de la identidad está en la construcción, mantenimiento y cambio de significado que muestran un paralelismo reflexivo en la evolución de los medios. Bauman (2003b: 40-42) ha desarrollado una de las metáforas más esclarecedoras: las identidades estables en los tiempos modernos de la fotografía y el retrato, ahora con el vídeo –y se puede añadir con la comunicación digital– se han transformado en lo distintivo reciclable, que ‘evita el compromiso’ porque fluyen descontextualizadas para hacer frente a las incertidumbres y como garantía del ideal de libertad.

El concepto de identificación –que tiene su origen en Freud– se ha desarrollado sobre todo a partir de la teoría de Berger y Luckmann (2001: 197) como ‘una identificación fuertemente afectiva’ mediatizada a través de informaciones complementarias “de algún origen común o unas características compartidas con otra persona o grupo o con un ideal, y con el vallado natural de la solidaridad y la lealtad establecidas sobre este fundamento”. Con estas palabras, Hall (2003: 15) considera que, junto con la identidad, es uno de los conceptos menos comprendidos y más engañosos; incluso Silva (2008: 104) afirma con rotundidad: “Tampoco la noción de identidad es adecuada desde el punto de vista analítico para reflexionar sobre las culturas en la mundialización”. La complejidad ha aumentado el interés por lo identitario, con los intercambios y las relaciones entre individuos de diferente procedencia porque fuera de su contexto natural, hay un cuestionamiento: “Una vez que la identidad pierde los anclajes *sociales* que hacen que parezca ‘natural’, predeterminada e innegociable, la ‘identificación’ se hace cada vez más importante para los individuos que buscan desesperadamente un ‘nosotros’ al que puedan tener acceso” (Bauman, 2005c: 58).

La identidad colectiva, más relacionada con la sociología y la antropología por su carácter social, opera en función de una identificación base de características comunes. Las controversias sobre la identidad colectiva giran alrededor de la etnicidad, de las relaciones intergrupales, así como de los nacionalismos, como ámbitos de la socialidad que la produce y en la que se negocian los sentidos sobre los rasgos individuales y colectivos; Palmer (2006: 7) explica el proceso a través de una metáfora de círculos cruzados que marcarían la diferenciación y la individualización.

Al igual que Grossberg (2003: 149-165) ha desplazado el análisis identitario de los estudios culturales hacia un lugar más próximo a las formaciones modernas del poder y su práctica transformadora –como mencionamos antes-, Lazzarato (2006: 57)

coincide con esta idea cuando plantea que

las filosofías del sujeto (o del trabajo) son en última instancia teorías de la identidad, ya que implican que sólo un mundo es posible. Las ciencias sociales construidas sobre este modelo no pueden ser entonces otra cosa que teorías del equilibrio o de la contradicción que, de manera diferente pero complementaria, remiten a la identidad.

Para Bokser y Salas (1999: 27), la vitalidad con que emergen los universos identitarios hoy se debe a la desterritorialidad, a las interacciones entre lo global y lo local, a las transformaciones de los Estados y los imaginarios políticos, a la necesidad de respuestas a las incertidumbres de la globalización, y a la sociedad de redes, que reactiva la comunicación entre colectivos y comunidades étnicas que hacen valer su derecho a la diferencia.

Con un relato de vida fragmentado e imprevisible, con la percepción de la incertidumbre y los riesgos que asoman por las pantallas, la individualización es una tarea compleja que, en ocasiones, se resuelve por la vía de la identidad aunque con contradictorias y complejas dependencias. Los nuevos elementos que organizan la vida subjetiva van del trabajo al consumo, de la simplificación a la estandarización — rompen con la tradición y con la protección—; en ese contexto hay que gestionar la incertidumbre y sufrir las consecuencias de las decisiones individuales (Beck, 2002b: 163-173). Reconstruidas e idealizadas, las identidades fluyen ahora libremente: “El anhelo de identidad procede del deseo de seguridad que, en sí mismo, es un sentimiento ambiguo” (Bauman, 2005c: 67-68). A menudo es un trabajo a la defensiva, como una frontera de la globalización de la cultura, un elemento dinámico esencial para las regiones y lo local, para el desarrollo económico y tecnológico; es decir, una parte sustancial de los intercambios. El riesgo que acompaña a la globalización produce a menudo atrincheramientos culturales e hibridaciones sobre los que se plantea García Canclini (2001: 35) una hipótesis inicial: “La *incertidumbre* acerca del sentido y el valor de la modernidad deriva no sólo de lo que separa a naciones, etnias y clases, sino de los cruces socioculturales en que lo tradicional y lo moderno se mezclan”.

La visión problemática de la identidad es un efecto reciente de la

globalización³¹, ya que ahora se visibilizan con más frecuencia las diferencias, entre la *ubicuidad* y la *asincronía*, al margen del contexto (Bauman, 2003: 40-41). A menudo, los intercambios y las movi­lidades, con sus roces, se viven entre las antiguas colonias y sus habitantes y los antiguos colonizadores (AlSayyad, 2003: 29). Es el caldo de cultivo del desentendimiento y la alteridad, que el poder aprovecha para crear dialécticas como la del culturalismo y la absurda “equiparación de cultura e identidad” (Grimson, 2008: 45-63). Se establecen jerarquías, se trazan fronteras, se homogeneizan y esencializan las identidades como estereotipos inquebrantables, con intereses políticos innegables. Yúdice (2002: 65-74) las califica de guerras culturales sobre intereses tan diversos como los reproductivos o la política social, con una retórica persuasiva por parte de los medios de comunicación, el mercado, el consumo y las instituciones estatales. Los gobiernos interpretan en función de los interesados valores culturalistas las necesidades sociales de colectivos; en este contexto sitúa Yúdice (2002: 78) la teoría de la performatividad de Butler, así como el concepto de “desidentidad”, un juego sobre las representaciones como resistencia o desafío a las políticas que niegan el derecho a negociar las identidades a través de las interacciones.

En sí misma y como concepto, la identidad es política; se apoya en el lenguaje en el que el individuo se produce a sí mismo, regula socialmente los derechos y oportunidades, tal y como ha defendido Barker (2003: 235 y 272), cuando señala que la política cultural redefine el mundo social con repercusiones en la acción y en la hegemonía de los valores democráticos. De la misma forma, Balibar (2005: 15) mantiene que

el imaginario de identidades, pertenencias y rupturas es, por ende, la condición de las condiciones; es como la otra escena en la cual se urden los efectos de la autonomía y la heterotomía de la política. A ello corresponde también una política, irreductible tanto a la emancipación como a la transformación. Caracterizaré su horizonte ético como *civilidad*.

Campa (2000: 38) reconoce y desarrolla esa estrategia para el posfordismo estadounidense, una reconversión económica que generó un flujo importantísimo de migrantes europeos y que reescribió la historia con retórica de identidades duras con las

³¹ Como ejemplo, no figura entre las Palabras Clave de Raymond Williams de 1976, y tampoco forma parte de las entradas del Diccionario de Teoría Crítica y estudios culturales de Payne, del año 1996.

que ejemplificar sobre la ‘modernidad fallida’. De la misma forma, Pérez Tapias (2000: 79) plantea el problema de la identidad como parte de un discurso colectivo, fácilmente manipulable, y que se registra en distintas sociedades. Estos rasgos identitarios fuertes se muestran en cuestiones actuales como la pertenencia a un equipo de fútbol o a un partido político y, por supuesto, en cuestiones nacionales —con el riesgo de un totalitarismo— así como en la religión, hacia un nacionalismo etnicista o un fundamentalismo teocrático.

Desde el punto de vista comunicativo, la identidad es uno de los objetos de mayor interés porque abre las vías hacia varias disciplinas y hacia la integración de las dimensiones subjetivas y colectivas. La comunicación regula intercambios, relaciones y derechos:

Toda comunicación es identitaria: nos representa y presenta ante los demás. Y es siempre una comunicación de la diferencia, ya que establece, aunque sea de modo implícito, unos roles a adoptar [...] La diferencia entre ‘nosotros’ y ‘ellos’, una vez consolidada, se traduce en diferentes derechos normativos, obligaciones y sanciones que se corresponden con distintos papeles sociales (Sampedro, 2003: 9).

Como objeto de estudio, se sitúa en la intersección entre la propia comunicación y el campo cultural, pero también y simultáneamente entre los ámbitos *micro* y *macro*, es decir, entre lo interpersonal y los medios masivos. Sus contenidos, significados e intercambios de mensajes se regulan en la interacción social (Rodrigo, 1999: 54), en el proceso comunicativo negociado por la intersubjetividad que ajusta los significados compartidos (Rizo, 2004: 5). Para Hall (2003: 18-20), este discurso muestra estrategias de poder, el recurso a la diferencia y a la exclusión que sólo la narrativa contextualizada hace aflorar: “Sobre todo, y en contradicción directa con la forma como se las evoca constantemente, las identidades se construyen a través de la diferencia, no al margen de ella”. Por eso, Hall prefiere acercarse al punto de encuentro de esta comunicación, a la práctica discursiva, en cuanto que interroga, habla o sitúa a los sujetos en sus discursos personales, en su subjetividad. Así se comprende de una forma dialógica, con influencias mutuas y enriquecedoras de la cultura y la sociedad, su construcción: “Las identidades no son una propiedad nuestra, sino historias construidas a partir del recurso intersubjetivo del lenguaje. La subjetividad no produce intersubjetividad, sino a la

inversa” (Barker, 2003: 64)

La interconectividad del mundo globalizado transforma las identidades sociales en diferentes sentidos. Los individuos participan de las audiencias, son receptores de las culturas democráticas y se socializan en el mundo virtual. Los medios de masas, las culturas mediáticas, las interacciones, están presentes en el proceso, como recogen dos corrientes teóricas que recuerda Stevenson (1998: 282): la teoría crítica de los medios y la teoría de la audiencia. Los *media* permiten una oferta superior para adaptar, transformar o construir una identidad coherente con uno mismo desde la negociación y la evolución (Thompson, 1998: 238 y 273).

Esa capacidad transformadora, dinámica y unitaria, de la identidad ha llevado a distintos autores a relacionarla con el viaje, la movilidad y las migraciones³²: “A modo de metáfora, podríamos decir que el desarrollo mismo de la vida del ser humano puede ser visto como una sucesión de “migraciones”, mediante las cuales se va alejando progresivamente de sus primeros objetos” (Grinberg y Grinberg, 1984: 226). Los desplazamientos, junto a la comunicación, están en la base del conflicto y la negociación respecto a las identidades, de la posmodernidad en cuanto disuelve fronteras, renueva los enclaves excluyentes (Hall, 2000: 323; McDowell, 2000: 323). Clifford (1995) ya había planteado que cuando los individuos, las culturas y las identidades se desplazan, crean intersecciones en sus cruces en las que se reconfiguran; su metáfora del viaje es un ejemplo eficaz y claro de la cultura desterritorializada, de referencias culturales sometidas a influencias lejanas: así explica de forma sencilla que los intercambios entre diversos y diferentes crean y problematizan la identidad y la cultura. Bauman (2003b) desarrolla esta idea –desde un análisis histórico cultural que permite relativizar tanto la identidad como los desplazamientos y sus repercusiones– como la expresión del mundo posmoderno horrorizado por los límites y la inmovilidad. La identidad para Bauman (2003b: 42-62) es una tarea personal y subjetiva a partir de la distancia y la insatisfacción, un peregrinaje hacia la libertad de elección que el mundo posmoderno desplaza hacia contextos marginales y hacia el desorden. Bauman despliega un catálogo de identidades trashumantes como: el ‘paseante’, un experto en simulación; el vagabundo, el viajero sin destino que provocaba terror por su movimiento imprevisible; el turista, que busca la experiencia y la novedad como una

³² Por ejemplo, Valle (2006: 266) la relaciona, desde una perspectiva de género, con la desterritorialización del miedo y la ampliación de los imaginarios de los recorridos. Debord (2003: 150) entiende que el viaje contribuye a la autonomía del lugar, una *crítica de la geografía humana*, para apropiarse de su trabajo y de su historia total.

finalidad aparente. El último de los viajeros de Bauman es el jugador, con el que ejemplifica la realidad fragmentada, azarosa, instantánea y sometida al riesgo; el impacto máximo y la caducidad instantánea.

La identidad, en el mosaico actual de roles, dispersión y fragmentación, tiene una vertiente imaginativa para encarar la ambivalencia y las contradicciones; que actúa en la denuncia de la desigualdad económica y social (Rodríguez Victoriano, 2003: 103), es decir, incidiendo en aspectos esenciales para la definición identitaria. Ese carácter dinámico y creativo de la identidad como 'autoinvención' en lo social (Barker, 2003: 248, 276-277), se fragua en su componente discursivo y emocional, en rasgos de representaciones sociales que, de forma cambiante e inestable, integran actitudes y creencias hacia la representación. Confluyen así las distintas vertientes que componen la identidad: "La sociedad, la identidad y la realidad se cristalizan subjetivamente en el mismo proceso de internalización" (Berger y Luckmann, 2001: 169-170); pero las identificaciones son también individualizaciones: "La biografía subjetiva no es totalmente social. El individuo se aprehende a sí mismo como estando fuera y dentro de la sociedad".

El carácter simbólico e imaginario de la identidad puede contribuir a resolver la cuestión, porque si la identidad se fundamenta en lo cultural, las industrias culturales tienen el reto de contribuir a ello, pero también la sociedad y los individuos (Glissant, 2002: 66-67). Bauman (2005c: 40 y 50) defiende la necesidad de 'inventar' lo identitario como un objetivo, partiendo de cero o seleccionado entre diferentes alternativas que, a fin de cuentas, es la misma estrategia en la que se ha fundado la creación de las identidades colectivas. Así se puede combatir el carácter esencialista de la identidad, tal y como también propone Castells (1997: 397-399), al considerar que tanto en resistencia como la que define como 'proyecto de identidad' son oportunidades creativas para combatir las legitimaciones identitarias. El campo de lucha es comunicativo, además de cultural, y de una enorme importancia porque la identidad construye valores e intereses y, sobre todo, institucionaliza el poder:

El nuevo poder reside en los códigos de información y en las imágenes de representación en torno a los cuales las sociedades organizan sus instituciones y la gente construye sus instituciones y la gente construye sus vidas y decide su conducta. La sede de este poder es la mente de la

gente³³.

En la *ubicuidad* y la *asincronía*, la identidad es el principio fundamental y primero de organización –aunque es complejo especialmente en contextos de fragmentación social y de ruptura de la comunicación–, según Castells (2005: 52), aunque difícil de regular porque hay que negociar los atributos culturales que lleva ligados:

Entiendo por identidad el proceso mediante el cual un actor social se reconoce a sí mismo y construye el significado en virtud sobre todo de un atributo o conjunto de atributos culturales determinados, con la exclusión de una referencia más amplia a otras estructuras sociales.

Balibar (2005: 38) sitúa la identidad como transindividual: “lo que quiere decir que no es (puramente) individual ni (puramente) colectiva”. Appadurai (2001: 22-23), por su parte, hace una lectura más flexible como un modelo negociado de asimilación culturalista en los procesos de resistencia, intercambio y selección de los consumos mediáticos, que redefine también los espacios locales para trasladar las esferas de control a relaciones de poder complejas y dispersas por el mundo.

Los nuevos nexos de conexión para la gestión de las identidades están en las redes globales, que generan ‘sujetos de ubicación múltiple’ en el ‘espacio de los flujos’ de una comunidad transnacional, en principio al alcance de las élites cosmopolitas, pero se generaliza al ritmo en que aumenta la movilidad y la comunicación. Las redes globales también disuelven el ‘espacio-lugar’ y la territorialidad con contradicción porque la *ubicuidad* y la *asincronía* alimentan la idealización del lugar, la familia, la tradición e incluso la religión (Castells, 1997: 89). En la dinámica creciente de intercambios financieros, mediáticos, ideológicos –no armonizados sino fracturados y desconectados (Barker, 2003: 78)–, son los actores locales quienes conforman identidades y representaciones, pero expuestos a las prácticas de agentes locales y de los medios de comunicación.

En este contexto –como en tantos otros–, la construcción social de lo identitario no está exenta de conflictos y disputas, ahora a escala transnacional con la participación de los medios de comunicación y de numerosos actores sociales (Mato, 2006: 12-13). Mato entiende estas identidades transnacionales como prácticas institucionalizadas de

³³ En cursiva en el original.

los migrantes que se vinculan a un determinado contexto nacional o local; Moraes Mena (2007: 187) añade las identidades étnicas transnacionales entre fronteras, que se registran en el cambio territorial de las fronteras de los Estados-nación, y, por último, las raciales como la de los afroamericanos, o la árabe. Sin embargo, el concepto más concreto y útil para esta investigación es el que designa a “las identidades propuestas como vinculadoras de segmentos específicos de las poblaciones de dos o más países, a través de las respectivas fronteras internacionales” (Mato, 2006: 14).

Dado que en el contexto de *asincronía* se registran consecuencias para la identidad simbólica del sujeto (Zizek, 2001: 350), la redefinición de identidades está sometida a turbulencias (Mojica, 2000: 15) propias del sistema. Como toda situación de desorden y caos, abre otras posibilidades hacia el enriquecimiento e incluso la liberación de las obligaciones impuestas por sus sociedades tradicionales (Bauman, 2005c: 110). La multipertenencia dinámica facilita el cambio y la evolución (Lazzarato, 2006: 87) hacia una identidad reconstruida y compartida, al igual que los discursos y prácticas, las interacciones, amplían la proyección de la identidad hacia el futuro, entendiéndola como una opción tanto social como personal, un juego de comunicación y representación (Hall, 2003: 16). Aquí resulta esclarecedor, a pesar de su complejidad y su significado en disputa (Moraes Mena, 2007: 185), el concepto de diáspora (Payne, 2002: 141) porque lo inserta en el mundo de reconfiguraciones, movilidad y renovación: “La identidad transnacional heredada es producto de la *diáspora de la diáspora*” (Moraes Mena, 2007: 190). Como vía de escape, Appadurai (2001: 58) la entiende como ‘identidad deslocalizada’; la doble vertiente de interés de este concepto está en evitar la ruptura con el origen –que se acompaña de fuertes costes emocionales e identitarios–, y ofrecer una proyección nueva a quienes entienden la movilidad como una amplitud mental. La ‘identidad deslocalizada’ es una suerte de aculturación en la distancia en la que la reconfiguración identitaria se elabora en el espacio de los flujos, como una migración mental que escapa de lo cotidiano, de los sistemas de valor y del control de los Estados de una manera contestataria (Pastor, 2006: 292). Los sujetos se suman a la movilidad de los flujos para ganar valor, de la única forma posible: como extranjeros en su tierra, al estilo de los operadores americanizados de los *call centers* de muchas grandes ciudades de la India, que refleja la película *John & Jane*.

En los flujos, por tanto, también se reconstruyen las identidades deslocalizadas, e inmateriales, al igual que ocurre con los bienes, la información y el capital; la Red se abre hacia muchos mundos y roles y así nos muestra, como mantiene Alonso (2005:

316), en forma de pantalla *Windows*, un espejo descentralizado para pensarnos como un sistema múltiple y distribuido. Son estas interacciones mediadas entre “quienes suponemos nuestros semejantes y *los otros*” (Sampedro, 2003: 9) las que negocian identidades individuales y colectivas. El mundo simbólico e inmaterial es así el eje central de la comunicación y sus canales, pero también la forma en que se consolida y se materializa como alternativa a la realidad autoproducida (Imbert, 2003) de los medios, que viaja a través de los flujos y aumenta su influencia. De los flujos, Barker (2003: 20) entiende que la televisión es el recurso más prolífico de deconstrucción y reconstrucción de identidades y de sus proyectos, así como de la cultura.

La ampliación del horizonte en la comunicación y la centralidad del consumo, la organización y distribución de mundos posibles y estilos de vida, incide en la estructura social y en nuestras identidades:

Las identidades sociales vienen configuradas en su eje fundamental por el estilo de vida, y la definición de clase adquiere ese aspecto de totalización del estilo de vida, puesto que la conciencia de clase como concepto se fundamenta en la identidad del individuo como perteneciente a un grupo. El consumo constituye un elemento mediador de identidades, y configurador de la conciencia de clase a partir de una posición económica (Alonso, 2005: 211).

En la sociedad de consumo, la vida cotidiana aparece imprevisible, nómada, cambiante y sólo unida a lo instantáneo, como los objetos electrónicos móviles (Alonso, 2005: 69). El proyecto vital va ligado al deseo de identidad, de dignidad y a un reconocimiento de origen individualista (Lipovetsky, 2007: 183); el actor social del consumo busca estrategias de movilización en relación a su situación social, informativa y económica (Alonso, 2005: 102). Pero no es un modelo excluyente ya que, como apunta Bauman (2005c: 74), permite que las identidades y los estilos cohabiten aunque sea a costa de un sentimiento generalizado de ambivalencia.

2.2.4.1.- Identidad migrante.

En el proceso de interacción social, la identidad de los migrantes también se negocia y resulta, por efectos de la alteridad, a menudo dañada. Las mutaciones identitarias pueden formar parte de un complejo abanico en el que se solapan las transformaciones de la migración con las oposiciones de resistencia relacionadas con los discursos, la movilidad, la ciudadanía o el consumo; en la complejidad de la globalización aparecen también identidades fronterizas e identidades imaginarias, a las que nos referiremos más adelante. La presencia de los migrantes modifica la estructura de la sociedad de acogida por su diferencia cultural, por su propia identidad, que el sujeto siente en peligro porque el contexto de roce resulta desigual y desequilibrado y supone riesgos, tal y como han estudiado los Grinberg (1984: 82) cuando describen, desde el campo de la psicología y la psiquiatría, cómo se incorpora la subjetividad al individuo en la migración: “‘Ser’ emigrantes es, pues, muy distinto a ‘saber’ que se emigra. Implica asumir plena y profundamente la verdad y la responsabilidad absolutas inherentes a esa condición”. Para los Grinberg (1984: 72), la identidad sólidamente establecida a base de ‘identificaciones introyectivas’ es la estrategia de los migrantes para hacer frente a las pérdidas emocionales de este viaje. La negociación con la realidad facilita “la integración de la cultura nativa con la cultura nueva, sin tener que renunciar a ninguna de ellas. Por lo tanto, promueve un enriquecimiento del yo con la consolidación, de, podríamos decir, un ‘sentimiento de identidad remodelado” (Grinberg, 1984: 120).

La identidad migrante, respecto a la sociedad de acogida, sufre sin lugar a dudas un estigma. El estigma como concepto sociológico –que teorizó Goffman como parte de su teoría de la desviación– explica muchos de los ajustes y reconfiguraciones identitarias de la migración: el recién llegado percibe cómo se cuestiona su propia identidad, su imagen se utiliza para la total descripción de su persona³⁴ (Goffman, 2001: 89). La visibilidad produce impactos en lo identitario a través de las interacciones; los migrantes perciben, respecto a la sociedad en la que se insertan, que “son víctimas de un estigma, o advierten que han sido siempre personas desacreditables” cuando ejercitan una nueva pauta de socialización, y “es probable que tengan un problema especial en re-identificarse consigo mismos, y una especial

³⁴ Malgesini y Giménez (2000: 155-158) recuerdan que *estigma* en su origen fue una palabra relacionada con la medicina y las enfermedades, pero también con la esclavitud. Cuando Goffman profundizó y acuñó el concepto sociológico, ya se utilizaba ligado a las conductas delictivas.

facilidad para la autocensura” (Goffman, 2001: 48).

Las paradojas de estas situaciones, y de otras muchas de la sociedad fragmentada, centran el texto *Diferentes, desiguales y desconectados* de García Canclini (2004), que pone el acento en la necesidad de reconstruir las relaciones por encima de los sucesos y coyunturas. Con perplejidad, Canclini (2004: 164) describe cómo los migrantes pobres y los exilados viven en un ‘oasis de no pertenencia’, y critica la estratificación social que produce en la actualidad la reconstrucción de la identidad y la subjetividad. En cierto sentido, la configuración identitaria del extranjero, del inmigrante, se apoya en una alteridad absoluta muy similar a la que describe Balandier (1996: 103) para el ‘esclavo’:

El esclavo es percibido como un individuo de “ningún lugar”; es en parte un ser de la naturaleza (casi animal, casi cabeza de ganado), una cosa y una mercancía, un extraño y un elemento constitutivo de un orden económico y social, un hombre con la identidad borrada pero en principio recuperable. La vaguedad de su identificación lo vuelve temible y hace a su función incierta en la administración del orden y el desorden. Esta vaguedad se manifiesta con la ley más restrictiva y la presencia constante de la amenaza de una reducción al estado servil –o a la muerte civil– de los sujetos notablemente insumisos a los mandamientos de la costumbre

Esta identificación radicalizada es la esencia de la Otredad, una alternativa para la propia construcción identitaria, para la descripción de la persona e incluso para la autoidentidad. Sen (2007: 130) la entiende como identidad reactiva, fruto del pasado colonial, con la contradicción de que personas no occidentales llegan a pensar en sí mismas como ‘los otros’. Esta descripción se intensifica en interacción por el planteamiento singularista y reactivo de la identidad, en una mente colonizada, y se acerca a los nacionalismos políticos y culturales, e incluso al fundamentalismo. De hecho esta radicalidad, a juicio de Naïr (2004: 119-120), es un fenómeno común tanto en Occidente –menciona especialmente a Estados Unidos– como en el mundo islámico, una identidad confesional como “factor de demarcación entre los pueblos del mundo.” Giddens (2002: 25) defiende que en la globalización está el origen y la razón del resurgimiento de las identidades culturales locales, un fenómeno que alcanza todos los

rincones del planeta y adopta fórmulas similares: el recurso al pasado, a las diferencias mitológicas o biológicas, a la idea de nación: “La identificación con uno mismo del pasado hace presente el común destino” (Morin, 2000: 19). El calado de esta dimensión se expresa en los discursos de los defensores de la tradición, mientras se olvida la capacidad y necesidad de adaptación de la dimensión cultural (Martín, 2003: 133-134).

El rechazo a la tradición –cuyo origen está en la Ilustración y en el deseo de promover la innovación y el desarrollo– asimila la ignorancia y los dogmas, por el ritual y la repetición, ‘define una especie de verdad’ y se afianza en la ideología conservadora, para la cual lo perdurable es la incapacidad para la transformación. Sin embargo, las tradiciones son inventadas, cambian e imprimen nuevas dinámicas en nuestras vidas, dan continuidad y forma con una tensión entre el cosmopolitismo, más reflexivo, abierto y libre, y el fundamentalismo, al que Giddens (2002: 52-62) considera “hijo de la globalización, a la que contesta y a la vez utiliza”. El conflicto está, sin duda, alimentado por:

La estimulación mediática de la amenaza tercermundista, en general, e islámica, en particular, en forma de un ‘simulacro’ legitimador sobre la supuesta superioridad moral de ‘Occidente’, representa un llamamiento a la construcción esencialista e insolidaria de unas identidades replegadas sobre sí mismas en el plano del ‘eterno’ conflicto hobbesiano del todos contra todos (Vidal, 2004: 6).

En este contexto, el acceso a las identidades transnacionales y posnacionales puede tener interés para los cosmopolitas y para las comunidades migradas que extienden así las suyas particulares (Kumar, 2003: 99), gracias a las redes en las que ocupan múltiples posiciones en función del origen, las relaciones nacionales y étnicas o la residencia (Lubeck, 2003: 111). Nunca somos sólo uno, sino que la identidad es múltiple y reconfigurable, superpuesta y combinable (Sen, 2007: 26-27; Sotolongo y Delgado, 2006: 158) y, aunque guarde relación en simultáneo con lo igual y con lo diferente, la comprensión singular y excluyente lleva a numerosos conflictos que Appadurai (2001: 149-150) mantiene que tienen su origen en el espíritu de la Ilustración, o sea, en la ambición por lo universal.

La *ubicuidad* y la *asincronía* contestan al control hegemónico de la identidad unitaria –blanca, masculina y de clase media–, ya que cada vez son más las voces de los

‘otros’, de los no occidentales, de las mujeres, de los homosexuales (Barker, 2003: 32). Es también en la globalización donde se pueden resolver estos conflictos, si se atiende a la diferencia –diferentes lugares y diferentes culturas– en función de la identidad pero no de la alteridad (Beck, 2002a: 3). Para Zizek (2001: 351), se han acabado los días del ‘yo idéntico a sí mismo’ y de su performatividad.

En este contexto, la identidad es ahora un poderoso factor de estratificación por su capacidad de división y diferencia. Bauman (2005c: 86-87) mantiene que la estratificación opera según la habilidad para descomponerla: los que tienen prohibida la elección de la identidad sólo pueden acatar la que les imponen. En esos estereotipos, en su concepción unitaria, estriba la “coacción, una limitación de la libertad de elegir” (Bauman, 2005c: 117). Las víctimas de esta situación son los migrantes que viven una división interna: “Antes de ser inmigrante, se es emigrante; antes de llegar a un país se ha tenido que abandonar otro, y los sentimientos de una persona hacia la tierra que abandona no son nunca simples” (Maalouf, 1999: 52). Tampoco es sencilla la construcción de la identidad europea –que se remite en la mayoría de los casos a las marcas culturales que contienen los Estados-nación en crisis–. Pero el reto real está todavía pendiente: una identidad común como la suma de un patrimonio de lenguas, religiones y culturas (Maalouf, 1999: 194).

2.2.5.- Fronteras

El conjunto de impactos motivados por las nuevas dimensiones del tiempo y del espacio –dentro del desarrollo tecnológico a demanda del capital y de los intereses económicos– afectan a lo personal y lo colectivo en las dimensiones que venimos mencionando: la *ubicuidad* y la *asincronía*, el desorden de las miradas del mundo, que se complejiza. La tensión del modelo es proporcional a su injusticia: “La desigualdad objetiva entre los centros y las periferias determinó el desarrollo de unas relaciones conflictivas entre las nuevas formaciones sociales” (Martín, 2003: 125). La tensión oculta la contradicción entre los derechos universales y la pertenencia excluyente (Mezzadra, 2005: 98), un equilibrio inestable de gran alcance. Las complejas relaciones de frontera se desarrollan en base a las diferencias culturales, “una auténtica barrera previa a la movilidad y la igualdad” que ha inhibido la facilidad de identificación (Gellner, 1988: 103), y a la cual contribuyen factores como la democracia, la religión o la incompatibilidad cultural (Martín, 2003: 76).

La globalización acompaña cambios multidimensionales, replantea valores, conocimientos, políticas, disciplinas, las cuestiones sociales, lo económico y todas sus manifestaciones. Un mundo incierto que ha descrito Beck en varios de sus trabajos (2002a, 2004a) y en los que, a partir de la condición de la globalidad, se plantea los nuevos parámetros de dimensiones y fronteras: un espacio ampliado, la estabilidad en el tiempo y el incremento de la densidad social por las interconexiones, intercambios, entramados y representaciones icónicas transnacionales (Beck, 2004a: 30). La descripción más concreta del fenómeno corre de la mano del término *implosión*, que

alude a la desintegración o la desaparición de los límites de manera que lo que anteriormente eran entidades diferenciadas se colapsan y se funden entre sí. [...] Se ha producido una especie de reacción en cadena: el colapso de determinados límites ha llevado, a su vez, al colapso de toda una serie de fronteras (Ritzer, 2000: 145).

Esta idea coincide con la disolución de sentido que Baudrillard (2002: 5-6) atribuye a la *implosión*, un concepto que describe como un mapa anterior al propio territorio, al desplome de las fronteras entre la realidad y la imagen, por la presión externa de lo hiperreal; con la *implosión* las ideas y de las fronteras, las diferencias

radicales se terminan. En realidad, ha hecho saltar por los aires el propio concepto de frontera como límite, un término geográfico ya que, a juicio de Bauman (2004: 288 y 116-117), ahora se entiende como una red de interdependencias que ocupa la totalidad de nuestra vida, el completo *Lebenswelt*. Define la nueva experiencia de una forma gráfica: “El espacio global ha asumido el carácter de un espacio de frontera”, es decir, que esa inestabilidad difumina las certezas, obliga a la flexibilidad, a la negociación, a la reformulación y a la astucia para moverse por unos márgenes cada vez más finos y dúctiles”.

Augé (2007a: 19-20) también entiende que se trata de una representación de la ‘globalidad sin fronteras’, mientras la realidad se encuentra fragmentada a pesar de la carga ideológica que lo niega. Quizá por ello, García Canclini (2000: 149) prefiere el uso de la metáfora del caballo de Troya:

En relación con otras imágenes que circulan en las artes visuales y en los medios masivos, la del caballo de Troya tiene la ventaja de no hablar ingenuamente de una coexistencia universal reconciliada, al modo de los carteles publicitarios de Benetton. Tampoco concibe la integración supranacional como homogeneización indiferenciada.

Así, Virilio (1997: 74-75) entiende que el fenómeno supone un traslado enmascarado de la frontera al interior –a las cuestiones sociales y humanas–, a la negación de la localización y a su oculta personificación en la disolución del tiempo, por eso cuando se elimina una frontera, en realidad, se traslada a otra parte para ocultarla: “Las nuevas fronteras están ligadas al empleo del tiempo más que al empleo del espacio.” Y, efectivamente, en el tiempo se mueven los flujos globales, las operaciones financieras, los medios de comunicación, la circulación de capitales, con interés por la homogeneización aunque, como bien señala Appadurai (2001: 154 y 200), se devuelven en forma de discursos sobre el fundamentalismo, el libre mercado, la soberanía nacional, ante los cuales los Estados-nación reaccionan entre el aperturismo y sus riesgos –la sublevación o la disidencia– y el blindaje y sus riesgos, al margen de la globalización. Una dinámica que se realimenta como en este ejemplo tan descriptivo de Giddens (2002: 62): “El fundamentalismo es hijo de la globalización, a la que contesta y a la vez utiliza”.

Como señala Giménez (2002: 23), la circulación de mercancías y capital es tan

antigua como la historia de la movilidad humana; pero ahora, con el crecimiento exponencial, ha disuelto el espacio y el tiempo. El trastoque de estos elementos, la *ubicuidad* y la *asincronía*, nos hace fluir entre lo local y lo global, cuando se transforma en los impactos que Scholte (2000: 5-7) ha descrito como la desterritorialización, la internacionalidad, la liberalización, la universalidad y la occidentalización. Sobre todo porque, como mantiene Virilio (1997: 17-20), “el poder es inseparable de la riqueza y la riqueza es inseparable de la velocidad. [...] Hoy en día, hemos puesto en práctica tres atributos de lo divino: la ubicuidad, la instantaneidad y la inmediatez; la visión total y el poder total”, así entiende que está en riesgo la democracia porque, con la pérdida de sentido de la soberanía territorial y de sus obligaciones, ahora se abre la lucha por el poder. Bauman (2003a: 116-117) señala que el poder circula extraterritorialmente, al igual que los flujos de comunicación y del capital, mientras que las instituciones políticas tienen ámbito local; con estas dinámicas sólo queda la desregulación para los Estados en lo económico y en lo cultural. El papel de los Estados en la construcción espacial y su apoyo hacia las relaciones entre capital y trabajo recibe la crítica de Harvey (1998: 325), que lo considera como una forma de detener los movimientos sindicales y proletarios, estableciendo diferenciaciones productivas apoyadas en la movilidad geográfica y la descentralización: “La superioridad en el control del espacio se convierte en un arma aún más importante en la lucha de clases”.

Para García Canclini, la globalización no es un proceso uniforme y unidireccional sino que abre las perspectivas a múltiples comprensiones, que impactan hasta la ruptura de la ideología racionalista y unitaria. Por eso, la denomina *Globalización imaginada* (1999) y propone la apertura enriquecedora –con su cruce de diferentes tiempos y lugares– hacia una cultura verdaderamente democrática, al margen de los intereses que operan bajo los nacionalismos, los culturalismos o los fundamentalismos. Canclini aporta un marco de reflexividad al entender los cambios registrados como una fortaleza, como una oportunidad, en lugar de interpretar que la única opción es la de mantener la debilidad como proyección de futuro. También Grimson (2004: 9 y 12) defiende la creatividad y la capacidad simbólica como orientación de futuro en la creación de comunidades y mundos. En ese sentido, “las relaciones y los elementos culturales transfronterizos son un ámbito clave en el cual se producen y reproducen las fronteras simbólicas”; así, afectan a personas, grupos y al sentido de sus prácticas, como una alternativa a los nacionalismos gestionados desde el poder, es decir, a las subjetividades de los fronterizos. Todo esto se concreta gracias a

los intercambios y los flujos que, aunque sea por la vía comercial, diluyen las fronteras y permiten nuevas formas de hibridación en todos los campos: “A las modalidades clásicas de fusión, derivadas de migraciones, intercambios comerciales y de las políticas de integración educativa impulsadas por Estados nacionales, se agregan las mezclas generadas por las industrias culturales” (García Canclini, 2001: 23).

Sin embargo, la dinámica fronteriza es una estrategia en la que con cada disolución y emborronamiento de los límites surgen otros diferentes, como el que señala Wolton (2004: 106) respecto a la idealización contradictoria del Sur: “*La frontera Norte-Sur es simbólica antes de ser real*”³⁵, pero se torna cada vez más perceptible en proporción a la visibilidad aportada por los medios de comunicación”. El riesgo, en el caso de las fronteras europeas, está sin duda en que las dimensiones territoriales confluyen con las imaginarias hasta establecer líneas divisorias con el resto del mundo, a través de las prácticas de gobierno restrictivas –de reconocimiento y pertenencia–, alimentando la nación imaginada en la que crece la diferencia con el migrante (Mora y Montenegro, 2009: 5-6). El imaginario también contribuye a la eficacia de la frontera, en el sentido que apunta Bauman (2003a: 138): “la *homogeneidad* de quienes están dentro en contraste con la *heterogeneidad* del exterior”. Esta dimensión está al servicio de la unidad económica y comercial que se trata de reforzar desde las élites de la UE, sin prestar atención a la cultura y la identidad como elementos esenciales para la integración real, en el marco de las cambiantes relaciones de la transformación global (Wilson, 2000: 137).

Las *identidades fronterizas*, el ‘cruzador de fronteras’ y el ‘reforzador de fronteras’ muestran la ambivalencia del blindaje y disolución de los límites, de los juegos identitarios necesarios para la supervivencia y la transformación del estigma hacia un mundo de oportunidades:

El “pensamiento fronterizo” en toda su complejidad (neohistórica, sexual, racial, nacional, de la diáspora y el exilio, etc.) es una forma de pensar que surge como respuesta a las condiciones de vida cotidiana creadas por la globalización económica y los nuevos rostros de la diferencia colonial (Mignolo, 2003: 383).

³⁵ Cursiva en el original.

Son identidades de supervivientes que tienen el valor de la resiliencia como una nueva conciencia; la capacidad de sobreponerse a las amenazas que es común en los fronterizos y en quienes viven la identidad nacional; tanto unos como otros perciben los cruces como la disolución del mundo cierto pero también un abanico de posibilidades y un juego de espejos (Vila, 2000: 112; y 2001). Un desplazamiento de frontera de la que marcaba la civilización hace dos siglos hacia la ‘tierra fronteriza’ (Anzaldúa, 1987). La cultura fronteriza que se describe en las obras de Anzaldúa, Gómez-Peña o García Canclini (2001); a pesar de su calado en la producción científica y académica, ha recibido la crítica de Yúdice (2002: 303-305) quien afirma que no hacen suficiente justicia “ni a la especificidad del lugar ni al modo como la gente, en situaciones dadas, enfrenta los desafíos planteados por la migración, las condiciones laborales ‘flexibles’ (el trabajo mal remunerado en la maquiladora), la televisión y las comunicaciones transnacionales, etc.”. A pesar de ello, Yúdice reconoce el valor de las narraciones contradictorias, de las clasificaciones identitarias del trabajo sobre testimonios orales desarrollado por Vila, mientras que Álvarez (2000: 29) entiende que la identificación transfronteriza articula el espacio contra las metrópolis nacionales o, mejor, contra la diferenciación entre centralismo, periferia y marginación.

Barth (1976) ha desarrollado una interesante teoría sobre la construcción identitaria alrededor de las fronteras, así como sobre la elaboración de divisiones étnicas como procesos negociadores. En el primer sentido, las identidades ‘comunales’ resultarían de una configuración de fronteras, a pesar de su permanente transformación. En cambio, la fuerza de las fronteras étnicas, que se mantienen constantes a pesar de los cambios culturales, se basa, según Barth, en la interacción con la que se define lo identitario en un contexto cambiante. Pero no se trata de que los límites identitarios no tengan sentido o se queden sin él, sino que los marcadores culturales en los que se apoyan varían porque no son una manifestación sencilla de la cultura supuestamente heredada. En este sentido, coincide con el planteamiento de Hall (2003: 17) de que la identidad no reside en un núcleo estable del yo que se mantendría sin cambios a lo largo del tiempo: “El fragmento del yo que ya es y sigue siendo siempre «el mismo», idéntico a sí mismo a lo largo del tiempo”. En paralelo, de la misma forma que la identidad se transforma, la noción de espacio también lo hace hasta alejar a la cultura de la centralidad en la construcción identitaria; por ello, Ortiz (1996) mantiene que “las fronteras de la nación no pueden ya contener los movimientos de identificación existentes en su seno”.

Sin embargo, la estrategia de supervivencia de la frontera pasa por la reconstrucción simbólica –respecto a lo cual García Canclini (2000: 150) destaca que se puede convertir en ‘un monumento opresivo’, y el espectáculo identitario, en ‘un juego circular’– y por el desplazamiento hacia el interior con el que las naciones europeas se apropian y normalizan la condición de ciudadano-sujeto nacional como el ámbito de la exclusión total (Augé, 2007a: 42)³⁶. En este proceso, la fabricación del Otro se ha apoyado en mecanismos de regulación e identidad por parte de los Estados-nación y por la propia Unión Europea, mientras se recrea constantemente la diferencia que mantiene una estructura de desigualdades. Las fronteras externas se trasladan al interior en forma de acceso al trabajo, a los derechos democráticos o a la vivienda, en una estructura que asegura el mantenimiento del orden; por eso hay que preguntarse qué papel juegan los lugares en las personas y las personas en los lugares. En el primer sentido, cambia el concepto de espacio como vínculo y ubicación con el pasado, mientras pasan a definirse como flujos en la idea de Castells (2005: 452); según la movilidad, en una transformación que explicaría la evolución del concepto de frontera. En el otro, hay que señalar el trabajo de corte feminista de Silvey (2004) quien ha formulado nuevas definiciones de los sujetos, por ejemplo, en la experiencia de la migración son las fronteras las que etiquetan su legalidad. Cuando la frontera se traslada al interior, como antes mencionamos, permite la participación desde la pertenencia, pero las prácticas cotidianas delimitan su Otredad, minorización y racialización, forma desde la que se llega a la fortificación de la frontera europea³⁷ (Mora y Montenegro, 2009: 15).

La Unión Europea, desde luego, ha jugado el papel de ‘reforzador de fronteras’ (Vila, 2000: 102) como protagonista activo, y también en la articulación de un discurso en el que participan multitud de agentes sociales y que Wilson (2000: 123) califica de especial interés para la investigación, porque crea nuevas entidades culturales y políticas pero, sobre todo, por los procesos de significación que genera. En ese sentido, podría decirse que se apoya en la diferencia colonial que describe Mignolo (2003: 112) y que “opera en dos direcciones rearticulando las fronteras interiores vinculadas a los conflictos imperiales y rearticulando fronteras exteriores dotando a la diferencia

³⁶ Del concepto de frontera, Augé (2007: 101-107) desarrolló una teoría sobre los espacios donde no se puede leer la identidad, ajenos a la historia y las relaciones sociales: los no-lugares, que son espacios de circulación, de consumo y de comunicación, anónimos e igualitarios para todos, aunque también guardan otra cara en los campos de refugiados en los que los lugares tratan de recomponerse.

³⁷ En ese sentido, López Sala (2005) analiza los sistemas de control y la fortificación de la frontera como una imagen que oculta la existencia de un mercado de trabajo informal de carácter transnacional.

colonial de nuevos significados”. Las fronteras simbólicas y volátiles dejan al otro lado, por tanto, a multitud de migrantes: los sin papeles, los no territoriales, los etnificados y los nuevos pobres (Bauman, 2004: 284). Para Mezzadra (2005: 100) son los ‘*ciudadanos de la frontera*’ con una vivencia de doble conciencia y doble espacio, el lugar de los migrantes. Ellos constituyen la esencia de los ‘héroes de la liberación del Tercer Mundo’, como los han calificado (Hardt y Negri, 2002: 331), un sujeto poscolonial que “es el único que transgrede continuamente las fronteras territoriales y raciales, el que destruye los particularismos y apunta a una nueva civilización”.

El cruce de la barrera física por la comunicación y los intercambios define lo transnacional con trastoques hacia la economía: en el tiempo en que “el papel de las economías definidas por fronteras nacionales era grande” (Hobsbawm, 1998a: 34), el nacionalismo se gestionaba por sus barreras hasta la aparición de operaciones comerciales transnacionales y multinacionales, paraísos fiscales y una nueva división del trabajo que las han barrido (Hobsbawm, 1998b: 280)³⁸. En paralelo, frente al apego territorial, la sociedad global se estructura de manera multidimensional en redes de comunicación, relaciones de mercado, estilos de vida, o círculos sociales como espacios de intercambio, tanto en sentido sociohistórico como actual (Beck, 2004a: 19; Grimson, 2000: 10). En esta esfera circulan relaciones transnacionales o globales con tendencia hacia un entendimiento y un conflicto transnacional, entre ellas, las guerras sin Estado que apunta Bauman (2004: 127), pero también la cooperación internacional, la conciencia medioambiental, o los movimientos de consumidores.

La frontera, tanto desde la economía como desde el consumo, es más volátil y flexible y permite la existencia de una clase cosmopolita o ‘extraterritorial’ de ciudadanos que circulan permanentemente entre países, desdibujando con sus viajes continuos la propia existencia del límite, y que viven en burbujas artificiales, destinos exactamente idénticos a los que dejan en sus casas: centros comerciales, gimnasios y restaurantes donde no perciben las diferencias socioculturales (Lipovetsky, 2007: 98; Bauman, 2003a: 66-67). Con sus recursos económicos, equiparan sus desplazamientos a los que realizan el capital, las inversiones, las mercancías o las finanzas, marcando la

³⁸ Castells (2005: 294) entiende que la segmentación jerárquica del mundo laboral está orientada por la economía informacional, que establece la interdependencia global de la mano de obra porque integra el proceso, a la vez que desintegra la fuerza del trabajo, pero de ello responsabiliza a la política económica de gobiernos y empresas que han apostado por la productividad y la rentabilidad en lugar de por la mejora laboral.

diferencia con los Otros en una contradicción que, a juicio de Bauman (2003a: 121), se hará insostenible si esas libertades no se complementan con las de los que buscan trabajo allí donde lo hay. De hecho, Sassen (2006: 26-27) relaciona los flujos migratorios con los acuerdos de libre comercio –como interacciones ajenas a la migración pero que la impulsan–, aunque sólo para los trabajadores profesionales. Sutcliffe (1998: 158) defiende que el cruce de fronteras se realiza más fácilmente cuando las personas “están disfrazadas como mercancía o capital: personas con mucho dinero, con cualificaciones vendibles poco comunes, fuerza de trabajo temporal de bajo salario, esclavos (en forma de trabajadores domésticos sin contrato y trabajadores de la industria del sexo) y migrantes ilegales que son introducidos clandestinamente por las fronteras como producto de contrabando”.

En ese sentido, se reproducen las fronteras o resurgen, como dice Augé (2007a: 18-19), en los barrios de las grandes ciudades como territorios conflictivos que viven la oposición Norte/Sur. El paso de lo local a lo global se corresponde a la misma estructura de poder que mantiene el flujo de los intercambios entre las zonas del orden económico de la racionalidad productiva, es decir, la Unión Europea, América del Norte y Japón-Asia-Pacífico. Un triángulo del que queda excluida África tanto desde la producción como desde el consumo: “El norte desarrollado parece tener cada vez menos necesidad de sus productos; y ella, por su parte, no dispone de medios para comprar los bienes y servicios del norte” (Ramonet, 1997: 163-164). Como muestra de lo sintomático de la situación, mantiene que la diferencia esencial está en lo alejada que resulta África incluso para la deslocalización de empresas, a causa de la falta de estabilidad política, social y de la ausencia de infraestructuras.

Sin embargo, esto no mantiene al margen de los flujos de comunicación y de los procesos transnacionales de cultura al continente africano. Los medios de comunicación de masas deshacen las fronteras hasta conformar la ‘aldea global’, el escenario de los procesos culturales del mundo actual en el que se tensionan tendencias contrapuestas y deslocalizadoras como el desarraigo, la alienación, las fantasías y pesadillas, las nuevas distancias psicológicas entre los individuos (Appadurai, 2001: 68). Sobre los efectos de esta comunicación en las comunidades e individuos, tanto Thompson (1998) como Meyrowitz (1985) han formulado teorías y explicaciones sobre la deslocalización, o la falta de sentido de lugar con que perciben su realidad. Se trata de una transnacionalización simbólica que sigue a la registrada en el sistema de producción, es más, se hace imprescindible, tal y como describe Mattelart (1993: 248), para la

legitimidad del modelo: “Ahí es donde el consumidor es, efectivamente, la pieza esencial para la legitimación de la globalización de la economía”. Los discursos mediáticos al respecto presentan una gran ambigüedad puesto que se trata de un consumidor global, pero a la vez diferenciado o único.

El campo de la comunicación –al igual que el de género– es uno de los ejes de la disolución entre lo público y lo privado. Augé (2005: 14) entiende que en esa disolución el espacio público es ahora el lugar de consumo, un espacio para el individualismo que se expresa como consumidor. Es decir, la gestión del capital, el poder, los intercambios y las ideas se realizan a través de un modelo ambiguo que localiza los efectos adversos y disuelve e invisibiliza los beneficios. Es, en síntesis, el impacto del consumo, como tendencia social y productiva, sobre el espacio y el territorio, sobre lo local en el desdibujamiento de las fronteras a la medida de sus necesidades, para reconstruir así sus propios espacios de poder. Foucault ya lo intuía en 1967, en su conferencia premonitoria *De los espacios otros* (1984), cuando mantuvo:

Nuestra vida está controlada aún por un cierto número de oposiciones que no se pueden modificar, contra las cuales la institución y la práctica aún no se han atrevido a rozar: oposiciones que admitimos como dadas: por ejemplo, entre el espacio privado y el espacio público, entre el espacio de la familia y el espacio social, entre el espacio cultural y el espacio útil, entre el espacio del ocio y el espacio del trabajo, todas dominadas por una sorda sacralización.

Pero la comunicación y el consumo han borrado las fronteras físicas para encerrarnos en las simbólicas y reconstruirlas como espectáculo y cultura: “El consumo es un modo activo de relación (no sólo con los objetos, sino con la colectividad y el mundo), un modo de actividad sistemática y de respuesta global en el cual se funda todo nuestro sistema cultural” (Baudrillard, 1969: 223).

Respecto a la ciudadanía, las fronteras reconocen una entidad imaginaria, la ciudadanía europea como parte del proyecto de Europa, que se ha mostrado esencial en las últimas décadas desde el Norte. Europa es en el más estricto sentido una ‘comunidad imaginada’ (Anderson, 1993) y su reforzamiento depende de los niveles discursivos, pero también –como señala Sahlin (2000: 48)– de un modelo de reafirmación fronteriza como ‘identidades enfrentadas (*counter-identities*)’. A esto habría que añadir que las identidades nacionales han tomado valor con la disolución de los conflictos de

clase (Chindemi, 2000: 92). Wilson (2000: 122-124) defiende que la diversidad, la diferencia y la Otridad están vinculadas con las fronteras de los Estados en Europa, a pesar del discurso de las élites de la UE sobre la ciudadanía y la identidad. En este contexto se podría situar la idea de Puwar (2004) sobre la experiencia de invasión de espacios sociales y físicos, la experiencia fuera de lugar o presencia no deseada con que se vive la migración a través de estrategias sociales, legales o económicas.

La estrategia de la construcción de Europa es también la de un nacionalismo transnacional frente a otras comunidades, con la dicotomía de la integración y la exclusión que alimentan la pertenencia y la diferenciación entre el Norte y el Sur. El modelo podría coincidir con las perspectivas que señala Grimson (2000b: 226) sobre el 'borramiento de fronteras' de los flujos y transacciones comerciales, que representan una pérdida de entidad social y cultural de los Estados nacionales, opuesto al de los discursos políticos de la hermandad y la fraternidad. Esta dicotomía esta reforzada por los sistemas económicos que, como señala Ramonet (1997: 91), "se burlan de las soberanías nacionales y de las consecuencias sociales". En ese movimiento de fronteras, resurgen las identidades culturales de la propia globalización (Giddens, 2002: 25), libres del concepto espacial de la construcción nacional: "La idea de nación implica que los individuos dejen de considerar a sus regiones como base territorial de sus acciones. Presupone el desdoblamiento del horizonte geográfico, apartando a las personas de sus localidades para recuperarlas como ciudadanos" (Ortiz, 1996; Mora y Montenegro, 2009: 1). Cardoso (2000: 326) coincide en el modelo de fijación de las identidades nacionales y la ciudadanía aunque las relaciona también con el 'sistema de fricción interétnica', es decir, un modelo sistémico de interdependencia e interacción.

Con la promesa de ganar valor, los migrantes presionan con insistencia para lograr la disolución de los límites de los Estados que resisten a la lógica del tiempo y el espacio de la globalidad. Augé (2007a: 17-21) entiende la frontera como paso, encuentro con el Otro, encrucijada y lugar de contacto que señala sobre todo "la necesidad de aprender para comprender". Uno de los efectos más interesantes respecto a la movilidad se encuentra en la figura del 'cruzador de fronteras' como síntesis del actor social fronterizo en el que se han centrado las investigaciones académicas sobre la frontera México-Estados Unidos (Anzaldúa, 1987; Vila, 1999 y 2000; Grimson, 2000). Es un personaje posmoderno que vive permanentemente en el cruce y experimenta de continuo cómo se reproducen las vallas, las barreras y los obstáculos. En esta síntesis se encuentra la riqueza de una creación simbólica alternativa y de nuevas construcciones

sociales.

La frontera excede de sus límites y se convierte en una vivencia desde que los mundos distintos se encuentran en un solo lugar, aquel donde se reúne la información, el consumo, los objetos culturales y sociales, la multiplicidad de relaciones interculturales, la migración: “La idea de vivir en un lugar cerrado y cerrable se torna por doquier palpablemente ficticia” (Beck, 2004a: 112-113). García Canclini (2000: 139 y 150) recuerda que para la posmodernidad –siempre despierta a la movilidad de personas, mensajes y bienes–, la frontera se describe como una zona permeable y de contacto cultural; por eso destaca que “las fronteras son emblemáticas también del hecho de articularse con procesos ambivalentes, con malentendidos y modos paradójicos de transacción, de caminar recto y sinuoso a la vez”.

En ese sentido, también Vila (1999) reconoce el papel narrativo de la reconstrucción identitaria de los migrantes, que ajustan sus historias a un argumento acorde con sus deseos de identidad: “La frontera ofrece múltiples espejos a partir de los cuales se pueden generar imágenes, las cuales pueden ser utilizadas para categorizar y narrar a los Otros y a nosotros mismos”. Esta forma de contar su vida abre todo un repertorio de identidades en lo ambiguo de lo transnacional, una negociación con su propio pasado y con cada uno de los mundos fronterizos en el que se encuentran; la reconstrucción identitaria que elaboran en esta narrativa también lleva a paradojas y contradicciones, como la de negar los derechos e identidades de los recién llegados cuando tratan de incorporarse a comunidades de destino.

Estos procesos de negociación, tensión y conflicto –fruto de la interconexión y la comunicación en el encuentro con la frontera– producen “la multipolaridad de las iniciativas sociales, el carácter oblicuo de los poderes y los préstamos recíprocos que se efectúan en medio de las diferencias y desigualdades” (García Canclini, 1997: 113). Una visión que viene a coincidir con la lectura apolítica, desde el punto de vista de la pluralidad y la autonomía de Johnson y Michaelsen (2003: 25-29) y Vila (2000: 111), sobre que cualquiera puede convertirse en ‘cruzador de fronteras’ para salvar lenguas y culturas dentro de las subjetividades colectivas.

2.2.6.- Ciudadanía

El fin de la modernidad marca las transformaciones en el concepto de ciudadanía que se estructuraba en función del Estado-nación y sus estrategias de movilidad laboral, homogeneización cultural y educativa, y articulación social. En cierto sentido, la expansión del propio capitalismo marcaba nuevas necesidades respecto al reemplazo de los trabajadores y el sistema productivo. Pries (2002) utiliza una metáfora descriptiva sobre los cambios en la composición y en la fortaleza de los Estados-nación a la vista de la intensidad de los flujos migratorios: de una parte, los nuevos espacios sociales transnacionales y, de otra, la perforación de los contenedores de los Estados-nación por parte de los migrantes, hasta alterar su composición inicial.

Anderson (1993), Gellner (1988: 80 y 83) y Hobsbawm (1998a: 80) han defendido la constitución imaginaria de las naciones como entidades históricas, fruto de tradiciones que, en realidad, son recientes e inventadas. Para Hobsbawm (1998a: 99), el imaginario es la base de la cohesión social, mientras permite la legitimación de las instituciones y su objetivo de socialización. Gellner (1988: 101 y 146) destaca el papel que, en su origen, tuvo la comunicación en la constitución de los Estados-nación, en un entorno que describe orientado hacia la producción y que generó complejidad, movilidad e interdependencia; la relación con la comunicación y la manipulación de significados orientaba la igualdad social, la eliminación de diferencias, en aras del igualitarismo moderno y el nacionalismo. Bauman (1992: 115-121) describe cómo la historia industrial trasladó el conflicto de la autodeterminación, el poder y el control hacia la distribución de la plusvalía, y después, en un largo proceso, hacia la rivalidad en el consumo, a condensar el espíritu de la libertad individual en la única expresión de libertad de consumo y, así, a un nuevo modelo de integración social. En ese sentido, podemos concluir con la paradoja que rodea a las conquistas sindicales del tiempo libre y del nivel salarial que, finalmente, se han convertido en productivas para la economía en forma de consumo: tiempo y dinero para comprar, para la incitación al derroche y para el consumo de medios.

Ahora que los modelos conviven superpuestos en el mundo globalizado hay que revisarlos en las propuestas de numerosos pensadores que avanzan hacia la creación de una ciudadanía universalizada, una vez que integra a colectivos más amplios y diversos de la población. La fuerza de la movilidad y de las migraciones ha transformado los dos

modelos de adhesión a la nación que se establecían de forma clásica: la cohesión étnica o cultural y la cívica o voluntarista (Martín, 2003: 119). Los nuevos estilos de segmentación social de nuevo se apoyan, como en la revolución industrial, en la división entre lo público y lo privado como campo de ambigüedades y, en un primer momento, en la construcción de la ciudadanía apoyada en la libertad individual ante el trabajo (Martín, 2003: 105); pero la producción móvil e intercambiable ha contribuido a separar a los individuos del territorio y de la tradición. Sin embargo, la diferencia ciudadana se alimenta de discursos reguladores inspirados en los tradicional con los que se gestiona la integración de los migrantes por la vía de la asimilación o de la invisibilidad social (Santamaría, 2002: 134), de la misma forma que la comunicación masiva y la educación forman parte de esa normalización como dominio en que se construye la sociedad civil (Stevenson, 1998: 41). La identidad y las prácticas comunicativas modifican la producción hacia el mercado, en paralelo a las estrategias para el adiestramiento y la socialización de los individuos en el consumo –que antes formaban parte del sistema de control en el lugar de trabajo–. En el Estado centralizado, cultura y educación disciplinan en un único modelo, porque la “economía depende de que exista un grado de movilidad y comunicación entre individuos tal que sólo puede conseguirse socializándolos dentro de una cultura desarrollada” (Gellner, 1988: 178-179).

Como quiera que cada vez “hay cada vez *más ciudadanos que no pertenecen*” (Mezzadra, 2005: 105 y 147), en este ámbito y en el trabajo se escenifican nuevas luchas de las víctimas de su diferencia por el logro de los papeles con las que expresan “resistencia y prácticas conflictivas innovadoras” y se instituyen en movimientos sociales. Mezzadra (2005: 31-32) ataca la ‘ciudadanización’ para la deconstrucción de la estructura desigualitaria actual y su fuerza neoliberal, el fin de la inclusión migrante entendida como integración, porque “no se entiende bien dónde deben integrarse los inmigrantes” y porque “la ciudadanización no tiene en cuenta para nada la calidad de las prácticas de ciudadanía de los migrantes”. Los nuevos modos de entender la ciudadanía, a menudo, cuestionan los ya existentes, con alternativas para la representación política, la participación y la democracia (Escobar, 1999: 134). La construcción laboral de la ciudadanía, como la define Alonso (2007a: 110 y 116), ha provocado una visión de varias velocidades según el grado de pertenencia, una ‘ciudadanía activa’ apoyada en el empoderamiento.

En la constitución imaginaria de las naciones, que antes mencionamos, el mundo simbólico también es un campo de disciplinamiento social, tal y como lo concibe Appadurai (2001: 148-157), quien defiende la capacidad de los mercados y de los Estados para ejercer el control y la disciplina con imágenes clásicas sobre la identidad y la pertenencia como un modo de restricción al espacio de las fronteras nacionales. Además y en paralelo, entiende la imaginación³⁹ como una alternativa hacia modelos de resistencia y de creatividad para la vida colectiva. La visión de Appadurai no permite el uso de conceptos como ‘sociedad civil internacional’ para explicar la pertenencia dentro de la movilidad y la creatividad ligada a la comunicación, a la nueva dimensión globalizada de la comprensión del mundo. En su idea dinámica, la conciencia se apoya en los flujos que transmiten las ideas, los mensajes y los bienes, la mediación comunicativa. Frente a este sistema móvil, la estabilidad toma forma de estructuras, de modelos sociales, de organizaciones y sobre todo de los Estados, Estados-nación, que tratan de contener la movilidad que acelera y transforma el ritmo de las cosas. Los Estados-nación, tal y como los describe Appadurai (2001, 164-166), contienen a su vez, y en su interior, dinámicas impulsadas por la población migrante, la gestión transnacional de los asuntos políticos, el desarrollo móvil de la tecnología, el conocimiento académico o científico. Son fuerzas que limitan y ‘violan’ la soberanía nacional en los campos más generales de su expresión: la política, el derecho y la pertenencia (Martín, 2003: 141). Castoriadis (1999: 89 y 162) añade el dominio del “imaginario que modela el régimen, su orientación, los valores, aquello por lo que vale la pena vivir o morir, el vigor de la sociedad, incluso sus afectos –y los individuos llamados a hacer existir concretamente todo esto–” como un imaginario capitalista que contribuye al desmantelamiento del papel del Estado.

Sassen (2007: 235) detecta en el desarrollo de los imaginarios globales un nuevo activismo social por parte tanto de migrantes y refugiados como de los ciudadanos sin movilidad, como la esencia de una ‘*ciudadanía desnacionalizada*’, en la que la política global visibiliza en clave internacional o global a los actores extraestatales que trascienden del control impuesto por los Estados-nación. Esta ‘globalización desde abajo’, tal y como la califica Castles (1998), está dando paso a un nuevo modelo, más equitativo y sostenible: la ‘ciudadanía global’ defiende derechos para los humanos antes

³⁹ La tesis de Appadurai, a pesar de su capacidad para presentar el imaginario como la base de los nuevos movimientos sociales, no ha supuesto una investigación ni un desarrollo posterior; Martín Díaz (2003: 144-145) entiende que el valor dinámico de estas ideas transmite versatilidad y capacidad de resistencia a los individuos en su concepto de lo local y de lo identitario.

que para los ciudadanos, rompe los anclajes de la pertenencia y la territorialidad, como respuesta a la escasa autonomía de los Estados en la protección contra los efectos externos, pero también incluye las identidades múltiples y la diversidad. La idea se apoya en el concepto de ‘planetarización’ como “la conciencia compartida de los problemas ligados a la globalización” (Augé, 2005: 13).

Beck (2000: 137 y 187) propone una “sociedad civil transnacional” como superación de la laboral, pero que sobre todo responde a la falta de capacidad de los Estados ante la contingencia globalizada: “En los marcos transnacionales de la ‘no política’ aparente se toman decisiones de gran envergadura a las que falta toda legitimación democrática”. Responde, por tanto, al interés de los Estados democráticos de resolver las cuestiones gracias a la colaboración transnacional, que a fin de cuentas es el espacio donde se producen y reproducen las cuestiones candentes: “Los gobiernos nacionales deberían, por una parte, convertirse en agentes transnacionales, es decir, abolirse y disolverse a sí mismos cuando persiguen sus intereses nacionales” (Beck, 2000: 145). Las organizaciones civiles, las ONG, las alianzas y foros transnacionales se ocupan de compartir y gestionar los riesgos de lo global. Desde los ciudadanos y aspirantes a la integración, también hay una dinámica similar fruto de la creciente individuación, hacia los logros del compromiso personal que da sentido a la existencia (Beck, 2000: 153).

Zolo (2007: 51) se cuestiona las figuras de nuevas ciudadanía, en función del disfrute de los derechos y de su titularidad, y el caso de las migraciones entre el particularismo de la pertenencia y el universalismo de los derechos. Así la ‘democracia transnacional’ no está a la altura del análisis de la migración y de los deseos de expulsión de estos sujetos, de su permanencia, o bien de su calidad de sujetos civiles. Ante los problemas que rebasan las fronteras de los Estados nacionales, Zolo (2007: 53) niega que sólo sean abarcables desde una concentración o centralización del poder y propone la coordinación y cooperación entre instituciones políticas nacionales e internacionales. Como respuesta a la incertidumbre surge la cohesión en las sociedades posmodernas: “Las sociedades del riesgo no son sociedades de clases, eso aún es demasiado poco. Contienen en sí una dinámica de desarrollo que hace saltar las fronteras y es democrática de base, y que además obliga a la humanidad a unirse en la situación de las auto amenazas civilizatorias” (Beck, 2002b: 53).

García Canclini (1995: 193-194) también ha investigado las ciudadanías transnacionales, entre las que incluye además la ‘ciudadanía europea’ y la ‘internacionalización de la ciudadanía’, y defiende el desempeño global para responder a la tendencia de integración de los Estados y a la multiculturalidad, a los movimientos ecológicos o feministas. En cierto sentido, Canclini entiende que ya se registra una tendencia convergente en las prácticas de consumo, las tradiciones y aspectos de lo local, en el mundo de las barreras entre lo público y lo privado, o alrededor de la exclusión. Su visión de la ciudadanía y la pertenencia está en función de claves globales como la pluralidad democrática de la heterogeneidad creciente, las acciones culturales diferenciadas a demanda de la población en función de su diversidad, la integración de lo tradicional pero no en forma de discurso reaccionario (García Canclini, 1995: 89-90). Los cambios socioculturales afectan a la concepción de la ciudadanía, según su propuesta, en una dimensión transnacional de lo público hacia lo privado: los desplazamientos, la convivencia y los asentamientos urbanos cobran sentidos y tiempos diferentes, la reconstrucción de los asuntos locales y privados –‘lo propio’– en clave global gracias a la cultura y el consumo (García Canclini, 1995: 24-25). También la pertenencia y la identidad se integra en comunidades desterritorializadas o transnacionales por el consumo de mensajes mediáticos y el traspaso de los intereses de la opinión pública hacia el disfrute de la calidad de vida. El imaginario, con su centralidad comunicativa, regula la participación y la cohesión a través de los intercambios como flujos en los que se mantiene el nexo que permite reconstruir la ciudadanía, en su paso por la cultura, hacia el consumo.

Los medios de comunicación son ahora la esfera pública, que asoma en la forma rectangular de una pantalla de televisión o de ordenador, en su papel institucional entre el Estado y la economía que conecta los diversos grupos sociales: “El público está formado más por ciudadanos que por consumidores” (Stevenson, 1998: 108). El mismo Stevenson (1998: 51) revisa la teoría cultural de Williams para aplicarla al contexto globalizado, a la medida del capitalismo, y advertir que la consecuencia “de la hegemonía de la producción cultural transnacional es la fragmentación de las relaciones comunicativas, no la identidad cultural”. Señala que los medios no tienen un control democrático y mucho menos de lo social en lo global; así, el riesgo está en la reacción fundamentalista de los medios locales. Pero, especialmente, de cara a la formación de la

ciudadanía defiende la comunicación dialógica y plural⁴⁰: “Mientras los ciudadanos estén excluidos de formas directas de participación en los procesos de toma de decisión de las modernas democracias representativas, podría permitírseles disponer de más microformas de participación en una democracia semiótica” (Stevenson, 1998: 151).

Mata (2006: 13-15) investiga y propone el concepto de ‘ciudadanía comunicativa’ como expresión de los derechos civiles, de participación y deliberación pública, un vínculo entre discurso y acción que tiene el carácter de garantía de derechos en el ámbito de la comunicación: la articulación ciudadanía-comunicación “a nuestro entender restituye la complejidad de las dimensiones políticas y culturales en nuestro campo de estudio”. Por su parte, León (2008) entiende la ‘ciudadanía cultural’ como una vía para el diálogo de las relaciones entre sujeto y Estado, una mirada a las migraciones desde la comunicación y la cultura. La dimensión simbólica de la ‘ciudadanía cultural’ integra las vertientes clásicas de la ciudadanía social, política y económica pero sobre todo la pertenencia desde formas de expresión propias, desde estrategias de incorporación diferentes y a medida de las necesidades. Para León es una parte sustantiva de un programa pendiente sobre migración, cultura y comunicación.

También lo entiende así Barreto (2001) desde que el derecho de propiedad se antepone a los derechos políticos, desde el cosmopolitismo, “el concepto de ciudadanía, que antes estaba referido a un derecho de participar de las decisiones en la esfera de la política, pase hoy por la esfera de lo civil, con un énfasis en los derechos del consumidor”. Stevenson (1998: 90) sitúa esta cuestión en vinculación directa con las prácticas comunicativas:

Las culturas mediáticas modernas se caracterizan por la progresiva privatización de la condición de ciudadano y la trivialización y la romantización de cuestiones de incumbencia de interés público. El asalto a las cuestiones comunicativas por parte de intereses monopólicos parece transformar a los ciudadanos en consumidores y a los políticos en estrellas mediáticas a cubierto del cuestionamiento racional

⁴⁰ La desregulación de los servicios públicos ligados a la comunicación, la necesidad de participación de la audiencia y un debate global sobre la creación de valor en el consumo, la ciudadanía, lo público y lo privado, son las propuestas de Stevenson (1998: 111-112, 193 y 107).

Con este estado de cosas, la incertidumbre se vuelve a abrir hacia nuevas posibilidades como las que describe García Canclini (1995: 196) y que van desde la desconexión de los problemas sociales y colectivos hasta las nuevas asociaciones y movimientos sociales, creados desde el consumo pero ahora transnacionales, imaginarios y apoyados en vínculos fragmentados. En su lectura cultural del proceso, García Canclini (1995, 1997, 2001, 2004) antepone la cultura a la producción del consumo como explicación sobre el origen y estímulo de las economías globalizadas, así como que señala su valor, así como la necesidad de difusión y normalización educativa para la ciudadanía⁴¹. Ahora el consumo se practica en los medios como forma de participación ciudadana que además permite la demanda de derechos (García Canclini, 1995: 23-25). Las *'comunidades interpretativas de consumidores'* comparten identidades y viven su papel de audiencia entre la resistencia y la autonomía⁴² (García Canclini, 1995: 196). Cultura y consumo determinan la pertenencia y participación:

Hombres y mujeres perciben que muchas de las preguntas propias de los ciudadanos –a dónde pertenezco y qué derechos me da, cómo puedo informarme, quién representa mis intereses– se contestan más en el consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos (García Canclini, 1995: 13).

Así, al cuestionarse sobre la hipotética racionalidad del consumidor y el peso ideológico de la comprensión de la ciudadanía, dice: “Debemos preguntarnos si al consumir no estamos haciendo algo que sustenta, nutre y hasta cierto punto constituye un nuevo modo de ser ciudadanos” (García Canclini, 1995: 27). En este paralelismo hay un recorrido que pasa por el análisis del desencanto, la insatisfacción del concepto político y jurídico de la ciudadanía, la reconstrucción de una ciudadanía cultural y el reto que se plantea para este estatuto de la lucha por reivindicaciones de carácter global. Pero también hace un ejercicio crítico para situar el mercado en la sociedad en su verdadero peso, en la posibilidad de una nueva puesta en valor de los espacios públicos, a través de la imaginación: “Así el consumo se mostrará como un lugar de valor cognitivo, útil para pensar y actuar significativa, renovadoramente, en la vida social”

⁴¹ En estos aspectos, coincide con la visión de Gellner (1988: 69-71 y 80).

⁴² Pero en ese ejercicio, para que cristalice la ciudadanía, García Canclini (1995: 52-53) destaca la necesidad de la diversificación de los mensajes, accesibles y equitativos; información multidireccional en la que los consumidores ejerzan el control; y la participación de la sociedad civil en la toma de decisiones democráticas sobre el orden material y simbólico.

(García Canclini, 1995: 55).

Como venimos desarrollando, la ciudadanía y la pertenencia social se resuelven a menudo por la vía del consumo. Todos los cambios introducidos por la modernidad y por el desprecio de la tradición tienen ahora nuevas maneras de expresarse en la ciudadanía al margen de la adscripción geográfica, en la consolidación de un proyecto común global y, a veces de carácter nacional, en el activismo. Yúdice (2002: 222) mantiene que en este movimiento se reconstruye el sistema jurídico y la retórica de la diversidad. Como García Canclini, otros muchos investigadores proponen la hipótesis de los valores democráticos de la sociedad de consumo o, mejor aún, la democratización del consumo como uno de sus valores. Por ejemplo, para Featherstone, (1991: 190) la cultura de consumo se incorpora a un proceso de democracia funcional ya que proporciona un reequilibrio del poder y el ascenso al estilo de los más poderosos por parte de los que menos recursos tienen. Lipovetsky (2007: 47, 53 y 80-81) añade otras características como el gobierno de uno mismo, la libertad, el principio de igualdad, el derecho a la felicidad y la aceptación de la diversidad. Ritzer (2000: 49, 208-209) mantiene como un fenómeno de *desdiferenciación* la democratividad del consumo, e incluso la presentación en los medios, aunque reconoce que “las minorías tienden a hallarse menos representadas como consumidores en la mayoría de los nuevos medios de consumo”. Por su parte, Bauman (2007: 78 y 95-96) propone el sentido de pertenencia, la unanimidad, el estilo de vida, la hospitalidad hacia los ‘consumidores ejemplares’ aunque sean inmigrantes, es decir, siempre que acepten su principio constitucional: “Para ser consumidor, primero hay que ser producto”.

Por tanto, el consumo es una vía de integración para los migrantes en un grado que, en ocasiones, se equipara a la ciudadanía. Así, a las puertas del sistema están los consumidores frustrados o fallidos –que Bauman (2005b: 57; 2000: 114 y 139) entiende como los ‘más fastidiosos y costosos pasivos’ de la sociedad de consumo–, que viven la humillación de estar incapacitados para elegir en un mundo donde la libertad del consumidor es el bien supremo, aunque la pervivencia del sistema depende del adoctrinamiento: “La sociedad de consumo educa a sus miembros, precisamente, para vivir esa incapacidad de acceder a los estilos de vida ideales como la más dolorosa de sus privaciones”. La disciplina social queda garantizada por la seducción del consumo, en lugar de por la coerción del Estado, en una compleja mezcla de control y de flexibilidad de la sociedad de consumo (Featherstone, 1991: 60). Lipovetsky (2007:

322) completa esta idea cuando recuerda que si la felicidad es el ideal supremo de la sociedad de consumo, también se ha convertido en un sistema de intimidación. Felicidad y libertad son los elementos de la nueva estratificación social del consumo que respeta sólo a los integrados, a quienes no discrimina.

La ‘legislación’ de la sociedad del consumo está al alcance de casi todos, como ha señalado Augé (2000: 109): “La tentación del narcisismo es tanto más fascinante en la medida en que parece expresar la ley común: hacer como los demás para ser uno mismo”. La ciudadanía del consumo⁴³ presenta obligaciones pero, quizá por el *reencantamiento* que defiende Ritzer, se convierten en privilegios: “Cambiar de identidad, descartar el pasado y buscar nuevos principios, esforzarse por volver a nacer: son todas conductas que esa cultura promueve como *obligaciones* disfrazadas de privilegios” (Bauman, 2007: 137). El resultado es el consumidor que define Alonso (2005: 68) como ‘hedonista y amnésico’. En este contexto, los objetos son identificadores y relacionales, se recrean y se distribuyen con historicidad y valor social (Augé, 2001: 118 y 130). En ese sentido, hay que destacar el trabajo de Ewen (1976) quien reconoció la relación entre el consumo y la nación: “A través de la publicidad, el consumo adquirió un tono nítidamente cultural. Con la retórica empresarial y gubernamental, asume la apariencia ideológica del nacionalismo y del *patois* democrático”. En su apoyo, se concentran los esfuerzos de la industria en la creación de la ‘estética de la mercancía’ que acuñó Haug (1997: 4 y 9) en el que la imagen alimenta el imaginario: “Las mercancías funcionan ahora como imaginaciones reales; los súper-signos míticos contruidos alrededor de ellos presentan imágenes de identidad realizadas con la promesa de que los compradores sean sus representaciones”. La resistencia y el control intervienen en la creación de subculturas disidentes transformadas también en uniformes.

Este marco conceptual de Haug puede servir para explicar la presencia de la religión en las culturas africanas y musulmanas que ha defendido Latouche (2007: 130): “La religión que canaliza tanto las frustraciones de los excluidos de la sociedad de consumo como la de los decepcionados por los proyectos modernizadores del nasserismo, del partido Baaz o del socialismo árabe, es una creencia abstracta, rigurosa

⁴³ La síntesis de este modelo de ‘ciudadanía’ se apoya en el poder de las marcas, que resaltan el valor de la individualidad ante la incertidumbre de la disolución de la cultura de clase y la destradicionalización, en fin, ante la ansiedad creciente del consumidor (Lipovetsky, 2007: 45).

y universalista”. Para García Canclini (2001: 189), la gestión de las políticas culturales se apoya en lo arcaico y tiene dificultades para integrar la innovación de la producción y el consumo, mientras que para Lipovetsky (2007: 146) hay muestras de una continuidad de los antiguos valores puritanos en este tipo de manifestaciones. Pero además, hay que tomar factores relacionados con la *asincronía*: “Las sociedades están dotadas de coacciones coercitivas y económicas que, en general, no son reducibles a las (coacciones) semánticas. Los cambios en la estructura política son tan rápidos que es absurdo suponer que el sistema de significados haya cambiado al mismo ritmo⁴⁴” (Gellner, 1995: 21).

2.2.6.1.- Los migrantes y la ciudadanía

Gellner (1988: 41) mantiene un paralelismo entre la conformación de los nacionalismos y de los Estados con las necesidades productivas del momento en los que se registra la movilidad –primero social, laboral y, finalmente, espacial– que aproxima a cierto tipo de igualitarismo: “La sociedad moderna no es móvil porque sea igualitaria; es igualitaria porque es móvil”. Es precisamente la movilidad la que, a juicio de Hobsbawm (1998a: 183), provoca desorientación en los nacionalismos locales que muestran de forma creciente el desarraigo propio y de los forasteros, inducido por su presencia. Ahí, en el control de la movilidad, muestran los Estados el “símbolo último del ejercicio de la soberanía estatal” mientras la “ilusión del control hace perder su credibilidad al Estado de derecho” (Wihtol, 2000: 16-17). Martín (2003: 179) relaciona el hecho con la unión entre la producción y el consumo, que llevó al cambio radical en las formas del Estado-nación, y se manifiesta en el desarrollo de nuevos modelos de transnacionalización alejados de los que existían en la división internacional del trabajo del modelo fordista; un aspecto sobre el que señala que pocas veces es tenido en cuenta “en la formulación de las políticas migratorias y en el acceso a la ciudadanía”.

Los espacios del poder se disuelven con la movilidad, son los flujos que se superponen en diferentes direcciones y sentidos, con distintas intensidades (Appadurai, 2001: 50-52), y producen los cambios actuales en la justicia, igualdad, o equidad. La movilidad ha transformado el *paisaje étnico* con grupos e individuos en movimiento “en la medida en que las necesidades del capital internacional van cambiando, o los

⁴⁴ Traducción propia.

Estados-nación cambian sus políticas respecto de los refugiados” (Appadurai, 2001: 47). Millones de personas se enfrentan a una realidad redimensionada en clave global, aumentada por la imaginación, cuando se plantean un cambio de residencia o la migración más allá de las fronteras de su país; personas cuya presencia cuestiona la estabilidad y la etnicidad con la que se definía el Estado-nación. En este contexto sitúa Appadurai (1996: 206-207) la disyunción entre las fuerzas centrípetas y los localismos insistentes de adscripción cultural, en función de diferencias muy concretas como las étnicas, de género y religiosas, que se manifiestan en su derecho a la diferencia y a la expresión. Es una respuesta a las incertidumbres desde lo local, pero –como dice Appadurai– su contexto es de todo menos local.

La movilidad limita y cuestiona la ciudadanía cuando se trata de movilidad asociada al trabajo, la única en la que la pertenencia sigue teniendo una fuerza arrolladora por cuanto establece una diferencia de derechos. En cierto sentido, rompe la propuesta de ciudadanía igualitaria que se hizo posible con la eliminación de los límites locales y feudales (Marshall y Bottomore, 1998), aunque esta pertenencia objetiva y sujeta a las instituciones de Marshall y Bottomore también incorpora la subjetividad entendida como ‘acción’. La movilidad desdibuja la localidad y el concepto de comunidad, porque la relación con el poder y la cultura tienen un ámbito mucho más amplio en el que oscilan las identidades en busca de un nuevo contexto que debería negociarse entre la igualdad y la diferencia, hacia ‘las identidades en movimiento’ (Lazzarato, 2006: 197).

Los migrantes en su cruce de fronteras confirman la ‘ruptura de la universalidad de la ciudadanía’, desestructuran el mercado de trabajo y el régimen de derechos que afecta ya a toda la población (Mezzadra, 2005: 50-51). De esta movilidad, el aspecto de mayor interés es el que califica Mezzadra (2005: 111 y 117-118) como ‘derecho de fuga’; un movimiento autónomo en el que se suman los individuos que optan por la migración buscando una salida de sus condiciones objetivas. Así, la movilidad es un derecho político, uno de los más elementales, conformado desde la determinación subjetiva, pero que enraíza dentro del gobierno de la movilidad laboral practicado históricamente. Este movimiento autónomo rompe con el discurso sobre la ciudadanía y lo enlaza con los movimientos metropolitanos y anticoloniales; los migrantes ponen en cuestión la adhesión a los espacios políticos, sociales y culturales reconocidos, a favor de los propios que se gestionan desde la ambivalencia y la ambigüedad. En este sentido,

Spener (2008: 129-130) entiende las prácticas de los migrantes en el cruce de fronteras de una forma alternativa a la violación de la ley:

La exclusión forzada de los migrantes de ciertos territorios nacionales en el sistema mundial opera como instrumento de control y explotación de la mano de obra, mientras que las prácticas de los cruces clandestinos de las fronteras, por parte de los migrantes, representan una forma de resistencia a ese control y explotación.

2.3.- Comunicación y migración como campo y objeto de estudio

La globalización ha ensanchado los horizontes cotidianos por la eficacia reproductora de la estrategia del capitalismo global (Harvey, 1998), con consecuencias para los individuos y sus vidas –como el desarraigo, la desterritorialización y los impulsos a la movilidad– que son fruto del efecto cruzado de mensajes que ya proceden de cualquier lugar del mundo. La *ubicuidad* y *asincronía* son precisamente –como desarrollamos antes– las dimensiones en las que se han multiplicado las experiencias de contacto cultural que afectan a lo social en la globalidad, con una dinámica de turbulencias y aceleración, el trastoque en la intensidad y el número de interacciones. En su conjunto, llegan a dibujar un nuevo escenario de redefinición identitaria de los individuos a través de la comunicación y las movilidades, que son los nodos del mundo de flujos, las zonas de contacto, de vida y actividad de las prácticas sociales.

Tanto la Escuela de Chicago y, mucho más, Robert Park –como estudioso de este binomio conceptual–, defendían la relación de los medios con los movimientos migratorios y sus transformaciones profundas hacia la ‘movilización del individuo’: “Los medios de transporte y comunicación han multiplicado para el individuo las oportunidades de contacto y de asociación con sus semejantes, pero han vuelto esos contactos y relaciones más transitorios e inestables” (Park, 1999: 79). Su obra –producida en las tres primeras décadas del siglo XX– sorprende por su vigencia. Las líneas generales de esa simbiosis que desarrolló para el ámbito urbano se pueden trasladar a la globalidad: los medios contribuyen a la creación de la identidad colectiva, anulan las distancias que antes separaban a los pueblos, facilitan la cohesión social por su valor de institución y son un elemento decisivo de control social, o mejor, de cohesión: “La civilización es una consecuencia del contacto y de la comunicación”. Pero además, ya señalaba que los medios canalizan la comunicación hacia los migrantes, los hacen visibles y, por tanto, los transforman en actores de la realidad social. Park introduce las bases de la integración y la asimilación cultural, así como la perspectiva subjetiva del individualismo emancipador: “Cuando la organización social tradicional entra en crisis, como resultado del contacto y de la colisión con una nueva cultura invasora, el efecto es, por así decirlo, la emancipación del hombre individual. Las energías que fueron controladas en un principio por las costumbres y la tradición se liberan” (Park, 1928).

3 A pesar de la intensidad que, desde el punto de vista sistémico, pueden alcanzar estos procesos dinámicos, la parcelación de la actividad investigadora, las restricciones epistemológicas y el reduccionismo han constreñido las explicaciones, soluciones y reconstrucciones a los contextos sociales donde entran en fricción. La comunicación y las migraciones son procesos pendientes de un análisis unitario, de una descripción y de una definición en los que las interacciones entre grupos e individuos se entiendan como fruto de un único fenómeno comunicativo, por encima de la clásica división entre la comunicación y el transporte. Si el mundo actual es el espacio de los flujos, tal y como lo ha definido Castells (2005: 489-490), la corporeidad de los elementos de roce está definida por su circulación y no por su materialidad. De hecho, hoy por hoy, la desmaterialización de la economía, de los bienes y la posibilidad de vivir las relaciones y las interacciones en la distancia señalan una tendencia creciente para comprender que los flujos determinan los nodos como núcleos de la investigación.

La ecología social nos lleva a dibujar un nuevo escenario de las interacciones como procesos dialógicos de múltiples respuestas y causalidades, a los que sería necesario prestar atención con una perspectiva integradora y participativa. Si las dinámicas de la globalización han abolido las concepciones espaciales y temporales, las diferencias conceptuales en torno a las interacciones y a la constitución de los fenómenos deben ser redefinidas.

1.- Los procesos comunicativos se han alejado de las interacciones ‘cara a cara’ para apoyarse en múltiples sistemas de redes, por encima de las limitaciones nacionales y de las divisiones temporales, de la disolución entre lo real y lo simbólico.

2.- Los desplazamientos y las movibilidades, en ese sentido, son experiencias para las sociedades e individuos al margen de su corporeidad.

La comunicación y la migración como elementos transformadores de lo social producen las respuestas a las incertidumbres creadas por la globalización. Son las vertientes dinámicas para superar la falta de oportunidades de lo local; como procesos de negociación y resistencia, son construidos por los imaginarios individuales y colectivos. Tanto la comunicación como las migraciones canalizan las reacciones y modifican las posiciones identitarias, del imaginario y sociales, pero como variables

dependientes producen impactos en el mundo globalizado:

1.- La comunicación y las migraciones desafían las fronteras y los modelos de intercambio impulsados por los Estados y las corporaciones internacionales (Martín, 2003: 178), ya que desarrollan estrategias transnacionales, a la medida del contexto globalizado. Los *media* se incluyen, junto a la conexión y desconexión en el tiempo, en un flujo que también supera los Estados-nación y les despoja del control (Thompson, 1998: 157).

2.- La dinámica de redes en la que se activan y reactivan los dos fenómenos son procesos comunicativos que marcan la continuidad y el cambio social, vehículos para superar los efectos indeseados de la globalización en las dimensiones humana y social. Canalizan la flexibilidad que exige la integración de la producción y el consumo.

3.- A través de la comunicación y la migración, los individuos optan a incorporarse a la sociedad de consumo, como espacio de reconocimiento y superación de las restricciones de los Estados-nación. Las prácticas de consumo así entendidas están en función de lo social, lo cultural, en valores de apropiación y de uso y, por tanto, integran estilos comerciales y de compra hasta dibujar una diversidad multicultural creciente (Alonso, 1998).

4.- La identidad como valor de intercambio, reconocimiento, y diferencia cobra nuevas significaciones en las interacciones fruto de la comunicación y las migraciones. La dinámica de cada uno de estos campos o de su interrelación crea nuevos contextos de entendimiento y disenso, como expresión de la interculturalidad y transculturalidad creciente.

5.- Son elementos imprescindibles para el desarrollo y el equilibrio del sistema global, puesto que constituyen los vectores dinámicos que le otorgan vida. El mundo social es un sistema abierto y vivo, según lo entiende Capra (2003: 116-117, 157 y 161), en función de su capacidad cognitiva articulada por la consciencia, el lenguaje, la cultura, etc.: “La apertura de una organización a nuevos conceptos, nuevas tecnologías y nuevo conocimiento constituye el indicador de su vitalidad, de su flexibilidad y de su capacidad para aprender”.

2.3.1.- **Capital social, la riqueza de la movilidad y la comunicación.**

De nuevo la visión economicista de la migración con cálculos cuantificables sobre los beneficios y costos ha olvidado un concepto fundamental para la comprensión de muchas complejidades que van ligadas a los fenómenos de la movilidad, que la orientan en valores positivos como generadoras de experiencias de ‘reencantamiento del mundo’, generadoras de nuevas formas sociales, políticas y de una reconstrucción de lo económico a la medida de las personas y de la comunidad. El capital social está en el horizonte de una cultura marcada por la conexión fruto de la movilidad y de las comunicaciones, dinámicas que impulsan su desarrollo y su puesta en valor. Marí (2010: 4) sintetiza los trabajos de Putnam para destacar su capacidad social: “El capital social, entendido como la confianza y las normas de reciprocidad que surgen de las conexiones entre los individuos y las redes sociales, permiten construir comunidades y generar sentimientos identitarios. Estos lazos, además de tener valor en sí mismos, sirven, entre otras cuestiones, para generar beneficios y crecimiento económico”. En este último aspecto pone su acento Bourdieu (2000) cuando analiza el capital social que entiende como lazos sociales, es decir, estos nexos son recursos a disposición de las personas, un concepto esencial desde la perspectiva de género: “las mujeres migrantes son el elemento principal de la ecuación migración-desarrollo en virtud del uso de sus diversas aptitudes y de las transferencias que realizan a sus países de origen” (Ndiaye, 2006: 23).

Desde una visión social, Faist (2005: 11) defiende la comunidad como agente de desarrollo en los procesos migratorios, por su proximidad a las oportunidades y cambios en su orientación cuando se transforman en vínculos entre origen y destino, en un proceso multifacético apoyado en el capital social: “El centro de la atención, aquí, se da en la manera en que los grupos de parentesco, las comunidades aldeanas, las redes empresariales, los grupos epistémicos y las diásporas interactúan con los actores en los Estados y los mercados”.

Las dimensiones de la movilidad extienden su carácter de experiencia, la integran en un proceso de múltiples direcciones, motivaciones complejas y dinámicas, como las que han defendido Coles, Duval y Hall (2005), quienes proponen una comprensión dentro de su propio contexto a caballo entre las rutas, en función de sus historias migratorias, las raíces, o los países de origen, y el destino, el mundo cotidiano

de las experiencias y las rutinas. Así es como surge una relación dialéctica imprescindible, un proceso de doble dirección, en que los elementos son causa y efecto con interdependencia multidimensional y situados en el contexto local global (Delgado y Márquez, 2007: 15-16). En esta dinámica se integra una visión del desarrollo orientado hacia las personas y el beneficio colectivo en la que se ha centrado la ONU con el ‘enfoque de las capacidades’ que propició el economista y premio Nobel Amartya Sen, entendido como la libertad de alcanzar ‘seres y quehaceres’ vitales apoyado en la reformulación del género, la seguridad humana, la sostenibilidad y la lucha contra la pobreza.

En este contexto, el papel de las mujeres se muestra esencial en la construcción de ‘tejidos sociales solidarios’ y la tendencia hacia la normalización de su figura en la vida pública con formas de participación informales y comunitarias en las que “las mujeres han podido aprender y demostrar sus habilidades de *gestoras sociales* para el mejoramiento de las condiciones de vida de la familia, el vecindario, el pueblo, la comunidad, y han adquirido prestigio de liderazgo social” (Massolo, 2007). Al igual que la visión de género refuerza la dimensión social de la experiencia migratoria, la conexión y la comunicación son vectores dinámicos que expanden la onda de los beneficios. Tanto las estrategias comunicativas como la comunicación participativa, en cada una de sus vertientes, pueden mejorar la capacidad de las remesas económicas para generar desarrollo, pero también otras muchas circunstancias en que el capital social y las relaciones son de una importancia decisiva: el sistema de transferencias monetario, las redes transnacionales, sociales o migratorias, la creación de empresariado y la gestión de la solidaridad transnacionales, así como los ejes de codesarrollo y las políticas de cooperación. De hecho, Aubarell y Zapata-Barrero (2004: 165) mantienen que:

La emigración es un recurso no solamente económico, sino también social (un medio de exportar el conflicto social y de limitar el paro), y un factor de modernización política y cultural aún cuando esta última no sea deseada por los estados de origen.

El capital social ha mostrado una capacidad singular para reconstruir la economía, espacialmente en aquellos lugares donde la lógica de la acumulación y la apropiación, así como la creación de escasez, han provocado una exclusión del sistema mercantilista globalizado. El capital social a través de normas y redes orienta la acción de los sujetos en lo colectivo según valores como la confianza y la reciprocidad y con el

uso de dos estrategias dinámicas por su diferente aplicación en el tiempo y en relación a las circunstancias: la unión dentro de la propia comunidad, pero también ‘tendiendo puentes’ entre grupos dispares (Woolcock y Narayan, 2000). La medida de acción del capital social se rige por la comunidad, a pesar de que es susceptible de que se apropie por parte de sujetos o grupos domésticos, y su orientación guarda relación con el Estado. En ese sentido, Ostrom y Ahn (2003: 172-174) reconocen como vínculos definitivos para su desarrollo tanto en el nivel y tipo de capital social que se utilice como su acción en el tiempo, junto a otras características singulares de este modelo de oportunidades como son que su valor crece con el uso, y en dependencia del conocimiento local para que sea efectivo, además de que no es fácil de percibir ni de medir. En ese sentido, se puede añadir la visión de Portes, Escobar y Walton Radford (2006: 5)⁴⁵ sobre los migrantes en el retorno como actores políticos transformadores cuando su acción hacia el desarrollo se apoya en la gestión del capital social y en un nuevo modelo de poder alejado del dominio, cercano a las personas, a sus necesidades e intereses, hacia el entendimiento complementario y la gestión de los intercambios de forma solidaria carácter social y colectivo.

⁴⁵ Naïr (2004: 267) menciona como ejemplo el trabajo de la asociación *Migrations et Développement* para democratizar la sociedad de origen en una verdadera política de codesarrollo apoyada en la sociedad civil.

2.3.2.- Migraciones, comunicación y desarrollo

Alrededor de las movilidades, especialmente las que se han registrado en sentido histórico, se ha abierto una distancia insalvable entre los polos de esos desplazamientos sobre todo a causa de la ruptura de la comunicación que conlleva la de las relaciones sociales. La desconexión que acompañaba a estos fenómenos dibujaba un contexto muy diferente al actual; posibilitaba el desarrollo de estrategias de poder extensivas. Así podríamos analizar en muchos casos movilidades históricas que tienen origen en Occidente, como las que se registraron a causa de la colonización, las conquistas, las cruzadas, las relacionadas con los conflictos y las guerras, pero también los descubrimientos, el comercio, los viajes, las exploraciones o las misiones. Estas situaciones se han desarrollado con diferentes patrones de interacciones y relaciones en función de su movimiento que, en común, presentan una enorme distancia entre los polos del desplazamiento, una desconexión que impide la visión completa del proceso y su comprensión a esta escala. Todo ello, por la ausencia de una conexión comunicativa que diera ‘vida social’ y cohesión al desplazamiento. La comunicación y los intercambios cuando son desiguales –en términos sociales y humanos o económicos, o bien, respecto al destino del desplazamiento y/o en relación con el origen– se manifiestan diferentes en los productos culturales y en el capital social que generan las experiencias de movilidad y los desplazamientos de población.

En los intercambios en el Mediterráneo, la referencia a la cultura fenicia es imprescindible; los viajes y descubrimientos de este pueblo se han interpretado de una forma muy positiva en relación con las dinámicas poblacionales y de la cultura autóctona, porque se han entendido en función de los intercambios comerciales y no desde la producción, especialmente desde las relaciones sociales que acompañan esa producción (Wagner, 2001: 13-56). Para analizar con más detalle la cuestión hay que entender los vínculos entre los cambios culturales –en el sentido del sistema de evaluación de las normas y procedimientos para la resolución de problemas– y sociales –en cuanto a las repercusiones que alcanza en la estructura de relaciones, en los roles, entre grupos, sujetos e instituciones.

Aunque se ha querido entender que en procesos de encuentro cultural se registra también la negociación y colaboración –es decir, una visión más flexible sobre el

contacto entre las culturas—, no hay que olvidar las dimensiones sociales necesarias para intercambios equilibrados como son el control social, la integración, la organización económica o el grado de desarrollo. Wagner (2005: 107-108) ha mostrado cómo la tradición del comercio, las expediciones militares y viajes de colonización se caracterizaron por el aumento de las desigualdades y diferencias entre las comunidades que entraban en contacto, apoyadas en un discurso de exclusión, con estrategias apropiativas tanto del trabajo como de la riqueza, a pesar de que no se dispone de más información por su inmaterialidad y la falta de huellas arqueológicas. Para completar esta visión, Vives-Ferrándiz (2006) mantiene que el proceso de negociación define el modelo de intercambios, de forma que la superioridad económica o de tecnología resulta dominante y la relación se convierte en impositiva, con beneficio para las clases sociales que mantienen la estrategia. Incluso desde la visión de género, las diferencias entre los modos de producción, local y colonizador llevan a un nuevo modelo de explotación en el que se oculta la reproducción y se le expropia esta misma capacidad (Meillassoux 1999: 136).

Resulta de mucho interés profundizar en estos conceptos en la antigüedad para comparar procesos y transformaciones que se registran alrededor de los intercambios con la orientación antropológica e histórica. Wagner (2001: 13-14) cuestiona la distorsión histórica creada en el mundo académico sobre el concepto de colonización — como exclusivo de las modernas naciones occidentales— frente a procesos similares que en el ámbito de sociedades aldeanas y tribales se han interpretado siempre como “*razzia, incursión, migración o invasión*”. Wagner (2001: 13-56) analiza estas relaciones como ‘formas de apropiación del excedente’ y establece una tipología de contactos culturales en función del ritmo, frecuencia, intensidad y carácter compuesta por una serie de variables (homogéneo, dispar, indirecto, directo, continuo, discontinuo, aislado, intenso, leve, permanente, difuso o localizado) con las que analiza en conjunto los diferentes productos de la relación: aculturación, asimilación, difusión, influencia, reinterpretación, innovación o cambio, así como el conjunto de los mecanismos de rechazo.

Por tanto, el modo en que se establecen las relaciones determina sus productos, por el alcance de las transformaciones y de su modo de penetración, es decir, si ha llegado a través de la influencia o de la imposición. La influencia permite transferir elementos culturales de una sociedad a otra con planteamientos innovadores, creativos y constructivos en lo cultural; una reinterpretación imaginativa que puede culminar en una

fusión por la convivencia de largo plazo en el mismo territorio. Las relaciones asimétricas, la imposición de un sistema cultural lleva a menudo a un desencuentro en la convivencia, a una indiferencia en todo caso plural pero que más a menudo desarrolla barreras sociales como resistencia al cambio. En este contexto, la exclusión o la segregación suele ser una consecuencia previsible. Las interacciones culturales tienen resultados muy diversos y de interpretaciones múltiples en los que cada vez se consolida más la idea de una reciprocidad con desigual impacto cultural, ya que son elementos que no dependen exclusivamente de factores externos al proceso, como los agentes de la imposición, sino también de la actitud y las posiciones de la población que recibe ese impacto.

Las asimetrías de las experiencias de intercambio como consecuencia de los desplazamientos han generado todo un catálogo de relaciones de explotación y desigualdades, en muchos casos con origen en la ruptura comunicativa tanto entre los polos del desplazamiento como entre las culturas que entran en contacto. Son modos económicos relacionados con las formas de producción capitalista o con su lógica económica basada en la acumulación, la regulación de la escasez, y la apropiación. Pero también se registran formas simbólicas en las que se apoya esa lógica y que en el campo comunicativo tienen enorme interés, como son el desarrollo de mitos, visiones míticas o idealizadas, imaginarios desenfocados y excluyentes, la difusión interesada o manipulativas, la desinformación, la construcción de estereotipos, las visiones simplistas, la deshumanización. En estos casos, se detecta estrategias de eliminación de la diversidad y de la pluralidad, así como la ruptura de los intercambios comunicativos bidireccionales que ha alimentado visiones individualistas en olvido de otras integradoras y culturales.

Frente a este modelo, Mernisi (2008: 285) recuerda una antigua institución cultural del mundo árabe, el *adab*, que vincula con los modos de comunicación transnacionales; es una estrategia de información que en el siglo IX permitió la creación de una comunidad musulmana internacional que se apoyaba en el enriquecimiento que proporcionaron el viaje, el comercio y el diálogo: “El *adab* significa tanto la norma de comportamiento ético como la disciplina de autoaprendizaje que ésta requiere”. Mernisi relata cómo en tiempos de al-Mansur se inició un importante movimiento de traducción de libros para incorporar la cultura extranjera como un modo de superar el empobrecimiento derivado de la falta de contacto con la diversidad: “Tratar al extranjero como un igual es el primer paso para comunicarse fructíferamente con él”.

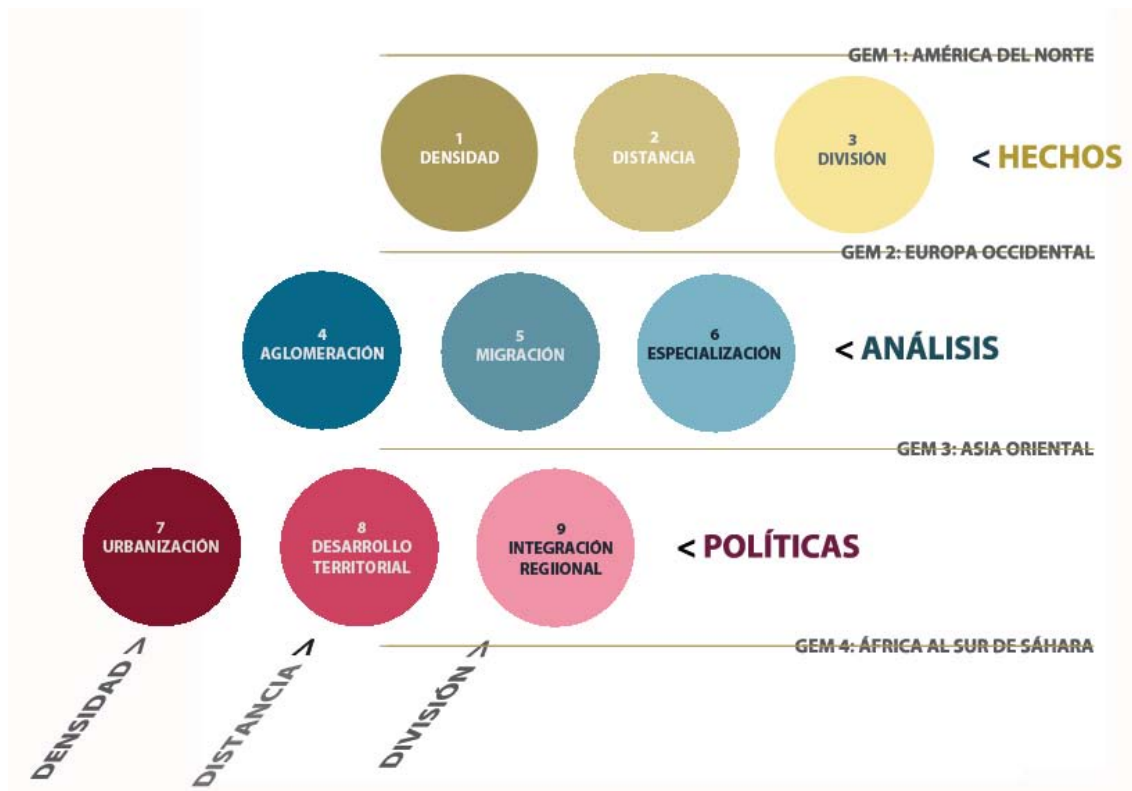
La institución del ‘adab’ tiene procedencia sufi: “Esta idea de viajar como una necesidad cuasibiológica de regenerarse fue ampliada en los siglos posteriores a una dimensión cósmica por los sufíes (místicos del islam), que identificaban el movimiento (haraka) con la vida (hayat), y la inercia (sukun) con la muerte” (Mernisi, 2008: 286). El crecimiento humano que acompaña a la experiencia del desplazamiento empequeñece la geografía, ante la cual el individuo se capacita para ordenar el mundo y para ejercer su responsabilidad. Esa experiencia y su producto para el enriquecimiento humano son para Mernisi “el fundamento de un orden planetario basado en la haraka (movilidad)”. Esta estrategia del ‘adab’ como comunicación planetaria se apoyó en la edición de libros con información para que los comerciantes fueran viajeros responsables: “La estrategia abasí que fomentaba la responsabilidad global de los mercaderes, tuvo un impacto más duradero que el de un ejército estatal” (Mernisi, 2008: 287). El *adab*, en palabras de Mernisi (2008: 288), como estrategia se muestra muy actual y adecuada para esta investigación: “La geografía carece de importancia, ya que el destino de los seres humanos es sintonizar con el movimiento universal y estar en constante movimiento”.

Por el contrario, en la suma de la movilidad y la comunicación, las fracturas están en la base de la incompreensión de muchos fenómenos sociales que se han intensificado en la globalidad, como son los conflictos étnicos, la violación de derechos humanos, los relacionados con la seguridad, las cuestiones sanitarias, la pobreza y desigualdad, las relaciones de género y las del grupo doméstico, los cambios medioambientales, las dimensiones culturales, geográficas e históricas. Todos ellos presentan dinámicas de interdependencia que, en la mayor parte de las ocasiones, se invisibilizan a causa de la interrupción de flujos comunicativos.

Son fenómenos que coinciden con la visión del Informe sobre el desarrollo mundial *Una nueva geografía económica* (2009) en el que se interpretan tres vectores de desarrollo económico en función de sus transformaciones y que se acompañan de procesos: la densidad como un proceso generalizado en la globalidad (acompañada de la aglomeración y la urbanización); la reducción de la distancia, que resulta más beneficiosa para países de renta mediana (a través de la movilidad de los factores y el desarrollo regional); y la eliminación de las divisiones, de interés especialmente para las pequeñas economías (con la reducción de costes del transporte y la integración regional).

En su conjunto, el informe defiende la experiencia en diferentes lugares del mundo y culturas de la aproximación y el contacto social, de las prácticas de redistribución e intercambio, la superación de las distancias geográficas y las barreras, así como el valor de la conexión, como elementos claves no sólo para el crecimiento económico sino para el desarrollo social y humano.

Gráfico 2.1 Dinámicas de la integración económica y procesos de desarrollo humano



Fuente: (IDM: 2009: xii)

En estos procesos se resumen los grandes ejes expansivos de la globalización según el desarrollo tecnológico y la superposición de los flujos de la movilidad y la comunicación. De una parte, la aceleración que se ha registrado gracias al desarrollo de comunicaciones y que posibilita la conexión permanente entre los polos de los procesos de movilidad; de otra, la reducción de costes del transporte que ha abierto nuevas rutas, ha implantado la mayor velocidad como un criterio de crecimiento y beneficios, así como el desarrollo de nuevos medios de transporte –algunos de ellos inmateriales–; y,

por último, la relación con el contexto mundial en el que la conexión y desconexión estimula acumulaciones y desigualdades, el aislamiento de regiones y la expulsión de las esferas de circulación económica de zonas geográficas completas, imponiendo distintos patrones de crecimiento económico y el agigantamiento de las brechas Norte-Sur.

La interrelación económica y los intercambios hacen posibles estas realidades, al igual que la ruptura en procesos de acumulación, van en detrimento del capital social. Los nuevos modelos de economía acumulativa ligados a la globalización y a los flujos transnacionales de capital como son la maquila, las explotaciones agrarias extensivas para la agroindustria, las finanzas internacionales, muchos modelos de turismo, el desarrollo de servicios transnacionales, van acompañados en la mayor parte de los casos de la explotación de mano de obra como estrategia. En todos ellos, las rupturas comunicativas, la pérdida de dimensiones sociales, se manifiestan en términos de deshumanización.

En los procesos de intercambio, la comunicación es el acceso para lo humano y social; una dimensión participativa y de cohesión social que permite la redistribución y el equilibrio. La visión cosmopolita y dinámica de los desplazamientos y la comunicación, en cuanto que configuran las relaciones humanas y construyen significados culturales en los que las vivencias económicas y mercantiles se insertan en la experiencia y se transforman en capital social, registra itinerarios transculturales del movimiento –basados en la conexión intercultural como norma– que, en sus cruces e interacciones, alteran el localismo. Estos procesos ya los analizó Park –ligados a la concepción espacial de las relaciones sociales y la movilidad– como un indicativo de la diversidad en el contacto con personas, ideas y culturas, como un elemento enriquecedor y que produce mayores cambios, a los que también contribuyen los medios: “Los medios de difusión contribuyen de manera decisiva a potenciar el cambio social mediante la libre circulación de ideas.” (Berganza, 2000: 124).

En este sentido, la propuesta de Coles, Duval y Hall (2005) sobre las disciplinas de los desplazamientos voluntarios permite, en el contexto de la *ubicuidad* y la *asincronía*, una integración de diferentes tipos de movibilidades, además del desplazamiento físico de personas, y la circulación de capital en todas sus formas: la transferencia de conocimiento y propiedad intelectual, el capital social, el poder y la coerción.

La lógica de las dinámicas de la movilidad –entendidas como patrones que describen los desplazamientos y que integran modalidades históricas o variedades culturales y temporales de diferente intensidad con las que describir las trayectorias en la actualidad–, así como los sistemas culturales que las orientan muestran diferentes prácticas de los encuentros culturales: hacia el encuentro y el contacto, en sus variables de intercambio de diferentes dimensiones, o como prácticas de explotación, dominio y apropiación. Mientras muchas culturas tradicionales han vivido estas experiencias como un ‘juego de suma variable’, las estrategias occidentales ligadas al capitalismo mercantil han impuesto la visión de ‘juego de suma cero’.

Dentro de la estructura rizomática que caracteriza el desplazamiento, especialmente en su dimensión social, es imprescindible situar su análisis dentro de la lectura de la diversidad flexible y libre del estudio de la movilidad según las estructuras rígidas con que se han descrito y originado interpretaciones más simples en la división de estos fenómenos orientados en función de origen y destino. A la vez, defienden la aplicación de patrones rizomáticos sobre la movilidad para captar la relación entre sus diferentes modalidades ya que encuentran fuertes vinculaciones entre algunas formas de turismo, de transnacionalismo y de diáspora. Un patrón rizomático integraría el turismo y la migración, y mostraría los vértices de la movilidad temporal de los sujetos y su dispersión en diferentes trayectorias que implicarían a múltiples localidades (Coles, Duval y Hall, 2005: 193). Con esta perspectiva, el estudio de las formas sociales que acompañan los fenómenos de la movilidad no sólo precisa de atención hacia los polos del fenómeno, sino también una visión dinámica de su transformación a lo largo de todo el proceso, con inclusión de los contextos de recepción y de emisión, así como de las características de los sujetos.

Las migraciones en la globalización están caracterizadas por su intensidad y volumen, pero también porque se dirigen a zonas más densamente pobladas, por su diversidad, porque van acompañadas de la separación racionalista y capitalista entre la producción y la reproducción. Los modelos comunicativos y de intercambios producen la transformación social, la capitalización de la experiencia, la integración de vertientes relacionadas con el capital social y el desarrollo. Pero sólo con el establecimiento de vínculos, la posibilidad de conexión permanente y simultánea entre sujetos durante el desplazamiento, se logra el mayor calado y capacidad de transformación, así como también con la abolición de la distancia para relaciones transnacionales entre personas, familias y territorios. Estas dos dimensiones –es decir, los vínculos y la abolición de la

distancia–, con repercusión clara y directa en la comunicación, proyectan nuevas formas de comprensión de la identidad y de los intercambios. Mientras los nexos –en la interrelación migración-comunicación– de redistribución del capital en forma de remesas está muy estudiado, el desarrollo ha estado dominado por una visión desde el Norte, parcial y con interpretación externa, ha provocado el desprecio de culturas y de los niveles culturales y formativos. La revisión de este campo se debe orientar hacia el contexto y el sujeto, con el olvido de que la relación entre migración y desarrollo es directa y productiva en todas sus facetas.

Por tanto, detectamos una necesidad prioritaria de promover patrones comunicativos adaptados a modelos de movilidad, como vehículo para la distribución de los beneficios del intercambio y vector de impulso del desarrollo. Dentro del modelo de ecología social que defendió Park, “en términos de distancia y movilidad, las relaciones dentro de un grupo se manifiestan por medio de la solidaridad en los movimientos y sentimientos de todas las personas que lo conforman. Estos movimientos y sentimientos están completamente regulados por los intereses del grupo y su comportamiento como tal” (Berganza, 2000: 120).

Las necesidades de comunicación de los migrantes plantean una serie de retos relacionados con la diversidad de modos de organización, intereses y agendas políticas de estas comunidades en su doble vinculación. En cuanto a la relación entre origen y destino, de cara a la ciudadanía y la participación democrática, la comunicación debe ser el espacio de construcción de la pertenencia y de la expresión de los vínculos y del reconocimiento del derecho a voto. Una cuestión esencial para los migrantes, puesto que la repercusión de las reformas, la legislación y la participación tanto de la sociedad de origen como en de la destino son de interés para su futuro, a medio o largo plazo, según sus planes de permanencia o retorno, o, precisamente, por la indefinición de los mismos.

Los patrones de consumo de medios de los migrantes en las comunidades de destino permiten entender que los *mass media*, en general, no responden a sus necesidades comunicativas, ya que orientan sus agendas en función de marcas identitarias y de las comunidades o sectores sociales que interpretan de referencia, con independencia del contexto de integración. Por tanto, los migrantes precisan de la promoción, gestión y difusión de la información propia, en un planteamiento multidimensional y reticular de lo diverso que exige una agenda abierta a diferentes intereses: los matices de la diversidad relacionados con la cultura, la etnia, el género y la

generación, así como los derechos. La mejor forma de afrontar el reto por parte de los medios de comunicación de las sociedades de destino estaría en la integración de periodistas y profesionales de la comunicación de diferentes procedencias y orígenes, es decir, buscar la participación y la diversidad cultural en el mismo proceso comunicativo, algo que, sin embargo, no es una realidad en los grandes grupos mediáticos.

El estudio de las migraciones es un campo poco investigado desde la comunicación y el desarrollo; incluso para la recepción de la audiencia que presta atención al impacto y los efectos publicitarios hay pocas investigaciones para el caso de culturas *periféricas*, mientras que en los sectores sociales de Occidente está ampliamente estudiado. Incluso dentro de los estudios culturales, con su orientación hacia las prácticas de poder, hay sesgos geopolíticos que se traducen en una atención hacia zonas como Asia o Latinoamérica, mientras que África, como en tantos otros campos, es un continente prácticamente olvidado.

Por ello, no hay que olvidar la centralidad de la producción y de los valores económicos en la construcción de los espacios y las reconfiguraciones que se han registrado en densidad, distancias y divisiones territoriales –estos son los valores que analiza el Informe sobre el Desarrollo Mundial (IDM, 2009) del Banco Mundial, *Una geografía económica*, que deja al margen los valores sociales–. Las propuestas del Banco Mundial se centran en las aglomeraciones urbanas, la reducción de distancias geográficas y la eliminación de divisiones económicas para incrementar todavía más la productividad, mientras relega numerosos valores sociales. En contraste con esta posición, la movilidad y las comunicaciones son vectores de desarrollo en el Informe sobre el Desarrollo Humano *Superando barreras: movilidad y desarrollo humanos* (IDH, 2009), al igual que en las posiciones del Nobel de economía Debraj Ray (2002), quien interpreta las variables macroeconómicas relacionadas con el desarrollo a través de patrones de movilidad: “Existen pruebas de que una historia de subdesarrollo o de extrema pobreza se alimenta a sí misma. Utilizando matrices de movilidad, hemos señalado que los países de renta media tienen mucha más movilidad que los más pobres o los más ricos” (Ray, 2002: 40-41). Ray relaciona la información y la movilidad con valores sociales contra la desigualdad.

El informe de Naciones Unidas (IDH, 2009) destaca por su decidida apuesta por la movilidad humana apoyada en el principio de la libertad de las personas y en su contribución al bienestar humano, criterios con los que analiza las prácticas de

desplazamiento en un abanico muy amplio de explicaciones dentro de la complejidad que llenan de matices los binomios forzado-voluntario, transitorio-permanente, interno-internacional o económico-no económico. En este sentido, señala entre sus datos más relevantes que

los habitantes de los países pobres son los que menos emigran: por ejemplo, menos del 1% de los africanos se ha trasladado a Europa. De hecho, tanto la historia como las cifras contemporáneas sugieren que el desarrollo y la migración van de la mano: en un país con desarrollo humano bajo, la tasa media de emigración es inferior al 4%, en comparación con el 8% en los países con un nivel de desarrollo más alto (IDH 2009: 2).

El informe apuesta por un cambio de perspectiva en la investigación: “Poner a la gente y su libertad en el centro del desarrollo tiene implicancias para el estudio del movimiento humano” (IDH 2009: 17-18). Aunque no promueve la liberalización absoluta de la movilidad internacional, sí mantiene que la complejidad y multiplicidad identitaria forma parte del principal argumento de las relaciones humanas entre individuos que no pertenecen sólo a una sociedad o grupo.

2.3.3.- Productividad epistemológica del binomio comunicación-migración

La fuerza de las dinámicas inducidas por la movilidad y la comunicación muestran la necesidad de revisar las posiciones académicas e investigadoras según las dimensiones de la globalidad que han quedado relegadas por el impacto de lo económico y tecnológico. Sin embargo, se hace necesario utilizar modelos cosmopolitas para el análisis de los fenómenos fruto de la confluencia de la comunicación y la movilidad por las realidades que dibujan en su intersección. Delanty (2008: 41) ha desarrollado un esquema de análisis de este tipo para esclarecer las diferencias que se registran en la cultura y la política en torno al cosmopolitismo en función de la orientación empírica y la normativa:

- 1.- De una parte, los requisitos del cosmopolitismo en elementos culturales relacionados con el cambio social que se registra como resultado de las interacciones interculturales, con atención a civilizaciones, tradiciones intelectuales o actores sociales.
- 2.- La predisposición cultural al cosmopolitismo es un elemento a distinguir en orientaciones culturales en diferentes contextos.
- 3.- La vinculación del cosmopolitismo con la política y con las autocomprensiones colectivas.
- 4.- En un contexto social amplio, los cambios que se registran a partir de la creación de una realidad emergente y que se relacionan con transformaciones, procesos interactivos y de desarrollo en relación a un cambio moral o de perspectiva cultural.

La globalización como contexto de lo social ha sacado a la luz nuevos conceptos o nuevas visiones de los procesos transformadores de la comunicación y las migraciones, entre los que vamos a destacar la comunicación transcultural mediada y la mediación transcultural con su incidencia en la interacción y en la experiencia, las estructuras de redes aplicadas tanto a la comunicación como a las migraciones, y los

tipos de transnacionalismo social.

2.3.3.1.- Comunicación transcultural mediada

Thompson (1998: 271-275) relaciona los conflictos culturales con la ‘desubicación simbólica’ en que “la capacidad de experimentar ha quedado desvinculada de la actividad del encuentro”, así como con la dificultad creciente de situar las estructuras de comprensión en relación con tradiciones orales o lugares. En este contexto, se plantea Rodrigo (1999: 30-32) la comunicación intercultural como un fenómeno que tiende a disolver la frontera entre la comunicación interpersonal y mediada, ya que los cambios tecnológicos propician la simbiosis en función del tiempo y el espacio de recepción como parte de un proceso. Pero además apoya la unión definitiva, a través de la comunicación intercultural, entre comunicación y cultura.

La construcción política de las relaciones interculturales está en el origen de la mayor parte de los problemas y riesgos que inciden en los movimientos migratorios, tal y como entiende Rodrigo (2005: 60). En ese sentido, Wolton (2004: 88-89) anticipa el papel protagonista de la comunicación política para la convivencia cultural tanto en los planos regionales y nacionales como internacional. A los procesos culturales de lo político se suma el impacto económico: “El capital mundializado produce individuos atomizados, pobres cosas aisladas unas de otras, desprovistas de puntos de referencia propios, cuya existencia se halla por entero determinada por obligaciones y apremios que le son exteriores” (Ziegler, 2003: 284). Ahí confluye la sociedad de consumo, que fluidifica el proceso a través de la Red y de los medios de masas para abarcar la totalidad de la audiencia, con una enorme capacidad para la integración de la diferencia y el disenso “para reciclarlo luego como recurso para su propia reproducción, fortalecimiento y expansión” (Bauman, 2007: 73).

El cierre cultural hacia lo homogéneo se completa con la comunicación mediática, sus clausuras culturales y la construcción de la homogeneidad, como panorama complejo de inclusión del Otro: “Ya no se trata sólo de integrarlo, sino de reconstruirlo⁴⁶ (esto es, deshacer su construcción mediática para abrirle un espacio

⁴⁶ En este sentido, Grimson (2008: 61) afirma: “Si el respeto por la diversidad es un patrimonio ideológico que debe ser defendido ante todas las variantes del etnocentrismo, comprender el carácter histórico y político de esa diversidad puede permitirnos adquirir una visión más compleja. La construcción de homogeneidad cultural en países periféricos es sumamente ambivalente”.

verdaderamente social)” (Aguado, 2003: 27). La práctica del espectáculo y el simulacro construye “una otredad subordinada a la propia vivencia”, que sustituye la experiencia individual por la del consumo mediático (Aguado, 2003: 48-50). Castoriadis (1987) llamó la atención sobre este proceso de dominio sobre el mundo africano en general: “La invasión del *Occidente* está creando esa monstruosa situación de que el continente pierda su cultura sin adquirir otra”. Por eso, Stevenson (1998: 308) llama la atención sobre la responsabilidad de los medios, porque pueden evitar la invisibilización de comunidades en favor de una cultura dominante.

Este tipo de comunicación, para Wolton (2004: 22-23), supone una ‘discontinuidad radical’ entre emisor y receptor, algo revolucionario por su impacto en las audiencias cuando se contempla desde la cultura; de esos contrastes emergen las identidades culturales colectivas⁴⁷ como superación de los nacionalismos. En este sentido, Wolton (2004: 79) mantiene que la exposición continuada a la información transnacional debería producir una nueva categoría social: “Los receptores de la comunicación pasan a ser actores de pleno derecho en su mundialización”. En la reorganización del centro y la periferia relacional se encuentra la transculturación, ya que “apunta a la necesidad de la autoorganización de los grupos alternos según sus identidades e intereses” (Onghena, 2008: 368), y también la multidiversidad de Gascón (2005: 75) como una nueva lógica de comunicación de lo transcultural.

La cuestión más interesante de las identidades transnacionales es la convivencia que se produce y cómo el imaginario y la comunicación permiten la comprensión de sentido múltiple, a veces dispar e incluso contradictorio, pero construido. La ambigüedad identitaria lleva a cada uno a reclamar diferencias según el momento y el lugar pero, a la vez, también se adecuan a una misma cultura política cuando participan de ella (AlSayyad, 2003: 39-40).

Las dinámicas transnacionales están impulsando cambios de calado en lo intercultural, sobre los que se pregunta Grimson (2008: 60-65), porque es un proceso abierto y dinámico sobre las relaciones de poder: “El análisis cultural debe entrelazarse con el análisis de eventos y procesos sociales y políticos”. Cuando lo cultural se establece sobre dimensiones históricas y sociopolíticas, se produce en términos de lucha y de cambio, los agentes se sitúan de maneras diferentes respecto al poder y tienen

⁴⁷ Éste sería uno de los procesos que Bañón (2003: 58) define como transtextualidad porque “recoge la capacidad de un determinado discurso (de su contenido y del contexto en el que se produce, así como de su emisor o emisores) para incidir en la generación de otros discursos; es decir, para promoverlos”.

intenciones distintas (Grimson, 2008: 64-66). Esta paradoja no es la única que se registra en el reconocimiento intercultural⁴⁸: “Los argumentos por la diversidad y el relativismo fueron apropiados por sectores que promueven la discriminación” (Grimson, 2008: 45).

2.3.3.2.- Mediación transcultural, interacción y experiencia.

De una forma física o inmaterial, estas dinámicas se realimentan y multiplican exponencialmente los cambios, abriendo camino a infinitas zonas de contacto para la interacción comunicativa —que ahora se registra sobre todo en clave transcultural y en forma de discursos narrativos, adaptados a todos los contextos y singularidades—. Dentro del proceso de reflexividad de las ciencias sociales, la epistemología de la comunicación y las migraciones necesitan buscar nuevas dimensiones de observación y de interpretación de los procesos, con especial atención a los intercambios, mediaciones e interacciones en las que se reproducen y viven lo humano y lo social.

Así nos sumamos a la propuesta de García Gutiérrez (2004: 31): “Hemos de proveernos de una ética estética, de equilibrio y transculturalmente aceptable, que no olvide las cuotas de racionalidad y sensibilidad que deben estar presentes en la construcción de la memoria registrada”, una forma más humana de categorizar sin menoscabar la riqueza y la diversidad de la producción de conocimiento.

En ese sentido, en el informe elaborado para el Consejo Europeo (2006) titulado *El desafío de las diversidades transculturales*, Robins (2008) reclama un cambio en el análisis de la diversidad en diferentes líneas. Por una parte, centrándolo en la interacción diversa y compleja para superar los debates sobre mayorías y minorías; de otra, a través del término ‘transcultural’, que lo aleje de la dimensión nacional de análisis; y, por último, con atención a que la complejidad integra la diversidad no sólo en términos étnicos y de minorías sino también en categorías de género, orientación sexual o subjetividades. De otra parte, mediante la comprensión de que *la diferencia* es un elemento positivo que debe borrar la problematización de los discursos de poder —quizá desde políticas proactivas—, incluso como un eje dinámico para la economía:

⁴⁸ Appadurai (2001a: 6) también se refiere en *Globalization* al flujo de imágenes dentro del fenómeno transfronterizo y coincide en señalar los mismos aspectos que respecto a la identidad en el juego de los espacios ubicuos, ya que son paisajes de bienestar y desarrollo más allá de las fronteras nacionales, un revés frente al estándar de vida nacional y, a la vez, un argumento importante para la migración.

La *Declaration on Cultural Diversity* llama la atención, por lo tanto, sobre la relación sinérgica que puede existir entre la diversidad cultural y la economía creativa. Pero lo que pone en evidencia claramente es que la productividad de estas sinergias no es en absoluto algo automático (Robins, 2008: 74).

Los culturalismos que se venían gestando en los mundos cerrados presentaban niveles de entropía que se han resuelto mediante la apertura, una vez que el sistema se ha mostrado finalmente permeable a pesar de la rigidez de su concepción durante la modernidad. Pero también las divisiones académicas y económicas han disciplinado los modelos sesgados y parciales de comprensión de los fenómenos relacionados con la comunicación y la migración, que no arrojan luz sobre su impacto y consecuencias. En el contexto sociocomunicativo, como lo entiende Lorite (2002: 450), supondría la integración de la producción, el análisis de la emisión, la recepción por parte de audiencias polisémicas como marco de la dinámica comunicativa de la diversidad. Así, la integración de la comunicación y las migraciones, a la medida de los individuos que viven cruzados por los fenómenos de la globalidad, mostrará la potencia explicativa del modelo, en lugar de desarrollar estrategias desde la economía política como diseños bienintencionados y estructurantes que planean sobre los individuos. Sólo así se supera el modelo dominante que contribuye a la estigmatización de los sujetos de la migración, a la diferencia como clave política de su diseño, a la explotación económica y a su incorporación a los círculos reproductivos del orden imperante. Son los nuevos horizontes de la reconstitución de lo social, los nuevos '*ethnoscapes* globales' de Appadurai (2001: 205-207), formados a través de la comunicación y circulación de la información así como por los movimientos de población en los que se agitan los individuos en busca de una vivencia cosmopolita.

Los dos polos de los circuitos de la comunicación y de la movilidad deben ser objeto de especial atención: en los nodos donde tiene lugar el roce de modelos culturales y la reconstrucción de los valores sociales y políticos en las cada vez más numerosas 'esferas públicas en diáspora' se debate un nuevo orden político, ahora postnacional o transnacional. El escenario dibuja un paisaje ambiguo y contradictorio en construcción donde negociar la diversidad, la cultura y la identidad en función de los procesos comunicativos:

Al exponer cada cultura a las otras, tanto del mismo país como del

mundo, los actuales procesos de comunicación aceleran e intensifican el intercambio y la interacción entre culturas como nunca antes en la historia. Y si es verdad que esa comunicación constituye una seria amenaza a la supervivencia de la diversidad cultural, también lo es que la comunicación posibilita el desocultamiento de la subvaloración y la exclusión que disfrazaban la folclorización y el exotismo de lo diferente (Martín-Barbero, 2005: 34).

De cara al objeto de estudio de esta investigación, los procesos comunicativos que acompañan al sujeto en su configuración de la realidad son de enorme interés para la aproximación al sistema de información de los candidatos a la migración, la creación de imaginarios, ideas, estereotipos, expectativas, a la evaluación emocional y motivacional que acompaña el proyecto, así como a los debates familiares y sociales sobre el tema. Se trata de un cambio de lógica en el estudio y la reflexión sobre la comunicación, entendida en la completud del contexto, las experiencias relacionadas con los medios y el círculo de flujos, vectores y dinámicas que se entretajan en las relaciones sociales y que se incrementan en función del 'paisaje mediático'; con estas premisas cabe plantearse otra perspectiva sobre la creación de nuevas lógicas comunicativas.

La mediación como objeto de estudio se ha entendido desde puntos de vista y paradigmas muy diferentes; los planteamientos de estudio sobre su papel en los procesos comunicativos han ofrecido una variada muestra de modelos, metodologías y conceptos. De ellos, el más coherente para la investigación es el que ofrece Martín-Barbero con el giro que otorgó al estudio de la comunicación mediática, en su obra *De los medios a las mediaciones* (1987) ha marcado el vigor de la capacidad de las mediaciones en la teoría comunicativa así como un nuevo foco de atención centrado en los sujetos y alejado de las prácticas discursivas de los medios. Con independencia de la intención, de la mezcla de intereses, de la capacidad de influencia, del diseño de la política comunicativa y de la agenda setting, las mediaciones dan un protagonismo a los procesos de decodificación de los mensajes que hasta entonces había quedado desplazado por la potencia de su difusión y construcción, así como por el alcance y la densidad con que impacta en todos los rincones del planeta.

El trabajo de Martín-Barbero realiza aportaciones a la investigación que Martín Serrano (1977) había abierto sobre el calado de los mensajes mediáticos en la sociedad.

De hecho, termina de completar el giro que había planteado Martín Serrano, desde la pantalla a las mediaciones, en un sentido amplio y complejo. Pero su planteamiento elude la división en el análisis entre producción y recepción, para “partir de las mediaciones, esto es, de los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión” (Martín-Barbero, 1987: 233). Los procesos socioculturales se densifican y enriquecen en la diversidad de respuestas de los sujetos expresadas en la subjetividad que otorgan significación y sentido al proceso de comunicación.

La visión de Martín-Barbero guía el análisis de esta investigación en varios sentidos:

1.- La mediación como un elemento de valor para la explicación de la complejidad de las sociedades contemporáneas, es decir, un factor esencial de la producción de sentido (Martín-Barbero, 1987: 233).

2.- La mediación es un ámbito de libertad dentro de los discursos hegemónicos y del sistema de poder que tratan de implantar los grandes medios de difusión, ante los que las audiencias tienen capacidad de creatividad y resistencia; la mediación por tanto se entiende como factor de influencia pero no de causalidad.

3.- Por su valor cultural en el que se solapan los modos de apropiación, de conflicto y negociación, así como en las ‘anacronías’ –*asincronías*– que se registran y en la transformación de mestizajes (Martín-Barbero, 1987: 240).

4.- Como práctica de consumo en las que se registran a la vez nuevos modos de socialidad, vínculos emocionales y colectivos de relación (Martín-Barbero, 1987: 35-39), a partir de los cuales se inician nuevos modelos y procesos de estratificación y cambio social, en la globalidad.

5.- En su papel en la construcción de identidad con referentes diferentes, ajenos y alejados de los tradicionales, en función de las tramas de imaginarios que se ofrecen en la mediaciones tecnológicas y comunicativas (Martín-Barbero, 2000) con atención a la multiculturalidad.

Pero además, en Martín Serrano (1977), la mediación es un elemento que ajusta, mediante el control, el cambio social con fórmulas para reducir el conflicto y la disonancia, a las que se refería en la revisión de su obra fundamental:

Ciertamente la mediación puede servir, como he mostrado, para actuaciones ilógicas o contradictorias. Lo cual no impide que las actividades mediadoras que funcionan de tal modo, sean representadas con modelos que describan y expliquen lo ilógico. Las ciencias sociales y de la cultura se hacen con métodos que permitan trabajar con la incoherencia sin hacerse irracionales, operar con la contradicción sin hacerse contradictorios, interpretar la retórica sin convertirse en retóricos (Martín Serrano, 2007: 23)

El concepto plástico y maleable de las mediaciones guarda relación con la incertidumbre, las formas de reducción de la ambivalencia: “las mediaciones sociales incluyen información que por lo general se anticipa a los cambios. Pueden poner sobre aviso de dinámicas no deseables y eventualmente contribuir a que se corrijan o eviten” (Martín Serrano, 2007: 22).

En ese sentido del cambio social, y en relación con los objetos críticos de esta investigación, la mediación completa los procesos de movilidad social en la globalidad así como los nuevos sistemas de estratificación, a modo de influencia en aspectos relacionados con la cultura (Martín-Barbero, 1988). Un vínculo de doble dirección positiva, aunque no intensa y mucho menos de causalidad: “la idea de influencia simple ha sido sustituida por una concepción que define a las mediaciones como instancias socio-culturales que atraviesan y dan sentido al proceso de comunicación” (Gámez, 2007: 208-209), una relación de enorme interés para captar los procesos de articulación en la complejidad de las sociedades contemporáneas que se plantea como un reto sobre las lógicas de los procesos comunicativos. Touraine (2009: 30-40 y 70-76) coincide con estos planteamientos en su concepto de ‘discurso interpretativo dominante’ que define como el “conjunto de representaciones que constituye una mediación, pero sobre todo la construcción de una imagen de conjunto de la vida social y de la experiencia social”

La interacción comunicativa, por otra parte, es un proceso de organización

discursiva entre sujetos que, mediante el lenguaje, actúan en un proceso de constante afectación recíproca. La interacción es la trama de discursos que permite la socialización del sujeto por medio de sus actos dinámicos, en tanto que imbrican sentidos en su experiencia de ser sujetos del lenguaje. En este sentido, interactuar es participar en redes de acción comunicativa, en redes discursivas que hacen posible, o vehiculan, la aprehensión, comprensión e incorporación del mundo. Interactuar, entonces, nos permite comprender el entorno físico y dotar de sentido y significado a nuestra experiencia en el mundo (Rizo, 2004).

Precisamente, Rizo (2009: 46) se ha centrado en los procesos de intercambio en los que también participa la comunicación frente a los modelos de difusión y transmisión mediática. De cara a esta investigación, resulta de interés este planteamiento porque se aproxima a la conceptualización y operacionalización que se realiza de los procesos comunicativos de forma diferencial. La interpretación que realizamos aquí de este concepto se aproxima al que vincula y relaciona a los sujetos, en situación de copresencia y reciprocidad de la que resulta la modificación de los estados de quienes participan en ella: “Las personas que interactúan poseen sistemas de significados compartidos en mayor o menor medida” (Rizo, 2009: 46). Pero también con la dirección que apunta Martín-Barbero (2005: 35): “lo que en la socialidad se afirma es la multiplicidad de modos y sentidos en los que la colectividad se hace y se recrea; la polisemia de la interacción social”.

La teoría social de Luhmann (1998) describe el fundamento social de las interacciones sin establecer la completud social en ellas. Entre relación social e interacción se establece siempre una vinculación problemática de diferente intensidad por la no coincidencia de los dos ámbitos. Las interacciones, en el sentido que le atribuye Luhmann (1998: 364), se orientan a la acción: “las interacciones son episodios de realización de la sociedad y sólo son posibles con base a la certeza de que la comunicación social se llevó a cabo antes de iniciarse el episodio, de manera que se pueden suponer residuos de una comunicación precedente”. En el mismo sentido, Park definía la interacción como característica social, junto al consenso y la acción colectiva, cuya regulación vendrá determinada por el nivel: en el ecológico domina la competencia y el conflicto, mientras que en el cultural se regula por la comunicación (Berganza; 2000: 97). En estas visiones, la interacción realiza a la sociedad, la estructura y le

permite ganar complejidad, de la misma forma que para Bourdieu (2007: 95) se enmarca dentro de las tendencias homogenizadoras del *habitus* que se realimentan de las relaciones e interacciones para la producción de modelos creativos de percepción y acción en el mundo.

Una teoría más reciente es la que aporta Collins (2009) con *Cadenas rituales de interacción*, obra en la que incorpora las emociones a los comportamientos colectivos, la comunicación y la construcción de creencias, incluso como elementos esenciales de la estratificación social. A partir de la sociología de Goffman y de Durkheim, Collins (2009: 71) mantiene que “los rituales se construyen a partir de combinaciones de ingredientes que alcanzan variados grados de intensidad y resultan en distintos montos de solidaridad, simbolismo y energía emocional (EE) individual”. Aunque el grueso de su teoría se apoya en la interacción en copresencia, también analiza los impactos de la tecnología en estos procesos hasta afirmar que los medios de comunicación pueden proporcionar sensación de participación ritual, especialmente cuando se trata de la retransmisión de acontecimientos masivos (Collins, 2009: 79-93).

Por su parte, la experiencia, para Derrida (2005: 79), es un concepto dificultoso a deconstruir en función de la presencia con independencia de su consciencia. Más interés ofrece, desde el punto de vista de la conceptualización y operatividad, el concepto de experiencia en relación con sus marcos interpretativos, como ha detallado Cabrera (2001: 77):

El significado, la relevancia o las implicaciones prácticas que los individuos atribuyen a los hechos, acontecimientos o situaciones sociales con los que se encuentran cotidianamente y frente a los cuales reaccionan, dependen no de esos hechos, acontecimientos o situaciones, sino del arco categorial o imaginario social con que, en cada caso, son conceptualizados.

Para Cabrera (2001: 82-83) desgrana la interpretación de la experiencia en la historia sociocultural como la interacción entre las condiciones sociales y disposiciones culturales o desde la perspectiva de la nueva historia como una obra significativa, una mediación discursiva que concede significado y transforma los hechos en objetos: “Si es

el discurso el que proporciona su rostro objetivo a la realidad, entonces es también el que forja la experiencia que los individuos tienen de ella”. Esta objetivación de la experiencia la dota de autonomía y sentido: “La experiencia, después de ser comunicada, es decir, después de hacerla pública, no es la misma para cada uno de los que han participado en ella. Se convierte en algo distinto, con autonomía propia.” (Berganza, 2000: 99). En el mismo sentido, Scott (2001: 72-73) defiende el marco discursivo como parte esencial de los significados construidos por los grupos sociales en su dimensión histórica. Su interés reside en redefinir su significado, marcado por la disputa, como una construcción política: “Esto conlleva poner la atención en los procesos de producción de identidad e insistir en la naturaleza discursiva de la “experiencia” y en la política de su construcción. La experiencia es, a la vez, siempre una interpretación y requiere una interpretación”.

2.3.3.3.- Redes de comunicación, redes de migración

Esa dimensión transnacional de las migraciones –un flujo y reflujo que alcanza todos los niveles de lo social, económico y político– adopta forma de redes por encima de los límites geográficos. El concepto ‘redes’ –forjado por Elisabeth Bott, en 1955–, transformó el estudio de las migraciones como superación de la perspectiva funcional-estructuralista; su propuesta permitió comprender las migraciones como parte de los aspectos destacados del fenómeno desde la comunicación y el intercambio. La teoría explica muchos procesos de movilidad y comunicativos en una doble dimensión; de una parte, crea imágenes mentales, pensamientos y significados en innovación continua y, de otra, contempla la interdependencia y la dinámica de estos procesos; se integra en un sistema de valores, creencias y conductas, es decir, en la cultura (Capra, 2003: 115-121). Las redes sociales revitalizan la dinámica cultural a través de las comunidades de práctica o redes informales que mantienen la vitalidad de la organización, es decir, la flexibilidad, aprendizaje y creatividad en las que se apoya la emancipación –en el sentido habermasiano de superación– de las restricciones fruto de una comunicación mediática distorsionada.

Las redes comunicativas, el ‘espacio de los flujos’, y la movilidad entretienen la relación compleja en permanente construcción y reconstrucción, con una dinámica viva: “Una organización humana sólo será un sistema vivo si está organizada como red, o si contiene redes más pequeñas en su interior” (Capra, 2003: 144). Su concepto en el

campo de la comunicación ha realizado aportaciones al estudio de la migración de gran trascendencia, ya que ha permitido trasladar el foco de atención del mundo económico, macro y micro, a los intereses relacionales y de intercambio de la economía social. La novedad de esta perspectiva radica en las aportaciones teóricas y metodológicas más allá de un campo de investigación propio (Suárez, 2007). La aplicación de este modelo explicativo tiene como ejemplo el trabajo de Pedone (2006), en que muestra un complejo abanico de transferencias e intercambios alrededor de las estrategias migratorias de las mujeres ecuatorianas. El estudio destaca el campo socioespacial y de poder de su origen así como las tendencias dinámicas y de diversificación que adoptan para hacer complementarias la comunicación, las migraciones y el desarrollo. El trabajo de Peñaranda (2008) se centra por el contrario en los planos social y comunicacional, las relaciones y conexiones, alrededor de los locutorios como espacios de control y regulación social, puesto que allí se establecen las prácticas comunicativas transnacionales interactivas e igualitarias. Un ejemplo, basado en un estudio de caso en Ecuador (Benítez, 2008), muestra a este respecto el efecto para el desarrollo y la comprensión de las migraciones como un procesos que cierra distancias a través de los vínculos comunicativos de los grupos domésticos a escala transnacional, con interés por la participación de las mujeres y por la reconstrucción de la experiencia transformada en capital social.

2.3.3.4.- Transnacionalismo migrante y transnacionalismo mediático

El concepto transnacional no es nuevo, pero sí su dimensión global y su capacidad para ejercer de marco social y de campo de conceptualización como proceso del fenómeno migratorio, ya que establece la creación de comunidades y espacios sociales. Tres antropólogas, Glick-Schiller, Basch y Szanton-Blanc, lo aplicaron en 1992 al marco de las migraciones para destacar el valor de la conexión –aleja la ruptura en la experiencia migratoria– y la simultaneidad de la vivencia de los migrantes en dos comunidades diferenciadas (Zlotnik, 2006: 21).

El transnacionalismo se referirá por tanto a las relaciones comunitarias, individuales o de instituciones –incluso las de los Estados nacionales– siempre más allá de las fronteras (Portes, 2005); pero en una comprensión más eficaz y determinada por los flujos que permiten los intercambios de todo tipo, desde la comunicación hasta la movilidad de personas y también de mercancías a los lados de la frontera. En este caso,

sería una red de vínculos, una nueva organización social y cultural que supera las fronteras nacionales (Vertovec, 2004); así, las relaciones e intercambios superan las divisiones jerárquicas al salir de la determinación de las fronteras estables de las naciones y establecerse sobre los límites fluidos ‘infra y supranacionales’ (Hardt y Negri, 2002: 307). Sassen (2003: 66) entiende que de esta forma, aprovechando la infraestructura institucional de la economía globalizada y sus desarrollos técnicos, se han creado circuitos alternativos, espacios de ‘contrageografías’, en las que las mujeres constituyen su pertenencia en función de una solidaridad transfronteriza y de pertenencia determinada por sus necesidades en la ‘polaridad entre primer mundo y tercer mundo’.

En su dimensión social, Blanco (2007: 19-20) mantiene que las migraciones no son sinónimo del transnacionalismo, ya que éste depende de las prácticas cotidianas, de las conexiones regulares y sistemáticas. Por tanto, las interconexiones y la comunicación centran la experiencia, por encima de las fronteras nacionales y de la negociación identitaria en relación a más de una comunidad de pertenencia; el fenómeno dibuja su circularidad desde un plano personal y social, es decir, desde abajo. Movilidad y comunicación se superponen en la experiencia personal y colectiva de los transmigrantes, a la vez que modelan –en una iniciativa autónoma de los individuos (Portes, Escobar, y Walton Radford, 2006: 14)– una forma de integración ‘simultánea’ en las comunidades de origen y destino, una alternativa a la asimilación y la aculturación. Suárez (2008: 59-60 y 70) destaca el valor de este modelo dentro de la globalidad, por encima de las limitaciones epistemológicas de las migraciones, la comunicación y lo social fruto de la configuración de los Estados-nación y de las fronteras, así como la importancia de lo transnacional como posmoderno y poscolonial para la investigación de los estudios culturales. Giménez, Martínez, Fernández y Cortés (2006: 18-19) comparten estas visiones y resaltan la capacidad del transnacionalismo para el análisis dinámico del fenómeno migratorio que disuelve la visión binaria en que se han apoyado la mayor parte de las explicaciones académicas. En este sentido, sería un reconocimiento de “la *ruptura espacial* y la *movilidad* como rasgos del contexto en el que van a tener de las relaciones humanas socioculturalmente interconectadas”; así visto, se enclava en el desarrollo como un efecto de las migraciones. También Faist (2005) entiende la participación migrante en la dimensión transnacional como un elemento de desarrollo y de acción política. El escenario del transnacionalismo migrante a través de la movilidad y la comunicación, permite la conexión permanente entre los

polos migratorios a través de Internet, que canaliza otros flujos como la radio, el teléfono o la televisión. La comunicación y la movilidad impactan en los contextos sociales en destino y origen, e integran impulsos dinámicos hacia el cambio y la movilidad social, ya que los vínculos colectivos se establecen en clave comunicativa en estructuras horizontales, diversas y complejas, con tendencia a la regeneración del sistema.

Con la dimensión transnacional, los estudios culturales se abren a un marco de análisis de lo social de gran interés ahora que, con el estallido de fronteras y la densidad creciente, se ha deslegitimado la diferencia entre razón e imaginación. Habría que revisar, como dicen Martín-Barbero y Rey (1999: 11-12), “las *condiciones del saber* y de las *figuras de razón* en su conexión con las nuevas formas del sentir y las nuevas figuras de la sociabilidad”. De una parte, Mattelart (1993: 247 y 253-254) destaca nuevas formas de estudio como la investigación de segmentos transnacionales, que sería una categoría para conocer las condiciones de vida, las normas o las prioridades dentro de la globalización –del mismo modo que en los años sesenta, el estudio de las correlaciones de fuerza inter-culturales se había centrado en la desterritorialización económica y política–.

En segundo lugar, Grimson (2000: 11) defiende la investigación empírica de las fronteras, como las barreras arancelarias, migratorias e identitarias que son, para deshacer la idea de la globalización como uniformización y la desaparición de las naciones en la comunicación transnacional. También llama la atención sobre este riesgo Vila (2000: 117), ante el temor de que la idea de una ‘frontera globalizada’ olvide lo específico de las zonas fronterizas.

En tercer lugar, Martín-Barbero (2004: 10-11) cartografía un mapa sobre el trabajo académico en relación con los modelos de comunicación hegemónicos: un modelo de dependencia respecto al conocimiento establecido; otro de apropiación que deslizaría las teorías geográficamente, más allá de sus fronteras, obligando a ensamblar, rediseñar y deslocalizar las lecturas; y, por último, la invención imaginativa como apertura a los territorios del pensar. En esta línea, Mignolo (2003) se abre al pensamiento de frontera, un análisis ético completo y complejo, con la propuesta creativa de “pensar de otro modo, moverse hacia ‘una lógica otra’ –en suma cambiar los términos, no sólo el contenido de la conversación” (Mignolo, 2003: 70). Se trata de una

crítica radical e integral de las formas occidentales, complementarias a la deconstrucción, en la que ha participado la propia descolonización. Desde la epistemología supone "deshacer la subalternización del conocimiento y buscar formas de pensamiento más allá de las categorías del pensamiento occidental" (Mignolo, 2003: 326). Es por tanto, "una epistemología de y desde la frontera" (Mignolo, 2003: 52).

En cuarto lugar, en el campo de la cultura, Escobar (2005: 158) recuerda la eficacia de los conceptos espaciales y de la movilidad para los análisis críticos, culturales y de la economía que han resultado trastocados en la globalización. De hecho, entiende que el lugar se puede investigar desde la producción y el capital, pero también desde la cultura (Escobar, 2005: 172-173; Yúdice, 2002: 303). La economía y la cultura van juntas en el proceso de definir la frontera, es decir, marcan las líneas de persistencia y resistencia de la transnacionalización hacia la interdependencia de las naciones. Para la reconceptualización de la cultura como desterritorializada y transnacional –un proceso imprescindible dentro de la globalización– es necesario comprenderla desde el lugar de su producción; como mantiene Escobar (2005: 164-165). Esta misma posición adopta García Canclini (2004: 165) cuando se interesa por la integración de las industrias audiovisuales, con la confluencia del poder económico y político, como estrategia antidemocrática y de despersonalización del poder que es necesario indagar; porque si el consumo juega un papel central en las economías actuales, y se apoya en lo simbólico, hay que reintegrarlo en la investigación desde la producción. La cuestión, aportada por Jameson, la sintetiza Sierra (2003: 7) así: "Hoy los estudios culturales flotan en el aire como si lo simbólico fuera algo completamente ajeno a las relaciones de producción, a las formas de explotación, al desarrollo del capitalismo, a este modelo de acumulación flexible". En ese sentido, hay que destacar el trabajo de Klein (2001), que estudia la industria y sus procesos de producción con todo detalle, integrando la construcción de símbolos y marcas, así como las estrategias del mundo publicitario para imponer nuevos modos de vida⁴⁹.

En quinto lugar, el desarrollo de la investigación en el campo del consumo ya en manos de las empresas y las industrias publicitarias y culturales que analiza los

⁴⁹ Klein ha investigado esta integración de la producción en aspectos como la creación de la marca como experiencia, identidad y diferencia; la mitología corporativa que oculta la explotación en la producción (Klein, 2001: 24 y 37-38); la colonización mental (Klein, 2001: 85); la creación de megatribus (Klein, 2001: 144); los centros comerciales, parques temáticos y megatiendas (Klein, 2001: 164, también en Ritzer (1999 y 2000)); la experiencia como valor comercial (Klein, 2001: 168-169); el papel de resistencia de la piratería cultural (Klein, 2001: 320); la falta de reacción y de ataques a las estrategias de las industrias publicitarias (Klein, 2001: 337-338); e incluso la incorporación de la diversidad como un valor comercial (Klein, 2001: 134).

segmentos transnacionales, mientras que desde la crítica se estudia la construcción de flujos de circulación de mensajes y la realimentación de las respuestas. Featherstone (1991: 34-35) mantiene que hay que provocar un giro de investigación hacia los intermediarios culturales y los nuevos canales de comunicación en competencia. Por eso resultan de especial interés los trabajos de García Canclini (2001, 2004, 2007) así como su llamada de atención sobre la dificultad de integrar aspectos de los estudios culturales como la recepción e interacción con la producción, circulación y consumo, desde sus dimensiones no económicas (García Canclini, 1992: 2). Canclini detalla el interés del consumo por sus aspectos multidimensionales a través de una matriz en la que define su importancia: para la reproducción de la fuerza del trabajo y para los beneficios de las industrias; respecto a la competencia, diferenciación y distinción simbólica; en cuanto a su poder como sistema de integración y comunicación, de intercambio de significados; el espacio de la objetivación de los deseos, al estilo de Baudrillard, así como el proceso ritual que lo acompaña. De todos estos aspectos, es el valor simbólico el que le lleva a concluir que “además de satisfacer necesidades o deseos, apropiarse de los objetos es cargarlos de significados. Los bienes ayudan a jerarquizar los actos y configurar su sentido: «las mercancías sirven para pensar»” (García Canclini, 1992: 2-3).

Para resituar la investigación en función de los fenómenos que produce el binomio comunicación-migración, quizá el marco teórico apropiado sería el del ‘reencantamiento del mundo’ (Maffesoli, 2009b; y Ritzer, 2000), puesto que con la aceleración de los cambios, “la cuestión es que la implosión, como todo lo que tiene que ver con la posmodernidad, es tanto una oportunidad como un peligro” (Ritzer, 2000: 225). A los mecanismos de expansión de la lógica del consumo (Bauman, 2005b: 143-144 y 168), habría que incorporar ahora la dimensión humana en su nuevo carácter instituyente de pertenencia, decisión y empoderamiento, para poner en primer orden que somos los individuos, los consumidores, quienes marcamos la diferencia entre lo necesario y lo inservible. Sierra (2003b: 159) demanda a este respecto un gobierno político de la producción mundial, con una dimensión ética para proponer nuevas mediaciones institucionales con un punto de vista cosmopolita: “Una mentalidad, un factor común superior (no un mínimo común denominador) de un agregado de culturas”. A su visión contribuye Pintxen (2009: 53) cuando plantea la cuestión en función de una apertura para solventar las batallas identitarias: “El modelo dialógico abre una nueva vía en este campo”.

2.3.4.- Discurso e investigación sobre las migraciones y la televisión

La disolución del tiempo y el espacio de la globalización permite una reflexividad para la comprensión de los fenómenos de la comunicación y la movilidad, ya que se estructuran epistemológicamente en función de esos criterios cada vez más discutibles y borrosos. La producción académica se ve sesgada también por el discurso de la modernidad que ha descrito Wolton (2004: 27): “Encontramos aquí uno de los contrasentidos de la modernidad al que nos referiremos más adelante: confundir la necesidad de movilidad, de intercambios, de libertades, de interacciones, con la necesidad de identidad y cultura. Es al revés. *No hay que optar, hay que hacer las dos cosas y al mismo tiempo*”. Por eso, la alternativa está compuesta por propuestas de investigación en las que hay un giro en la mirada hacia las migraciones y la comunicación como fenómenos complementarios y esenciales de la globalidad.

La ruptura de los modelos académicos sobre las migraciones –entendidas a través de las causas objetivas, lineales y centradas en lo económico– se produjo a través de la investigación feminista a partir de la década de los sesenta y continúa vigente en trabajos como los de Papastergiadis (2000), que aporta explicaciones autónomas, reconoce los flujos multisectoriales y diagnostica turbulencias en la comprensión de las migraciones. La teoría feminista y las investigadoras de esta corriente siguen trabajando en enfoques microsociales, en la experiencia de movilidad de mujeres que capitalizan la experiencia con una dimensión social (Valle, 2006: 286-287). McDowell (2000: 306) también ha aportado la visión del viaje para desestabilizar la historia, la visión del desarrollo unilineal y occidentalizado.

Mezzadra (2005) se suma a estos planteamientos sobre explicaciones autónomas para cuestionar los modelos clásicos de las migraciones desde la libertad y la subjetividad como un escape a sistemas opresores, en principio como resultado del patriarcado por parte de las mujeres, para ampliarlo a otro tipo de situaciones de dominio. Tal y como defiende Mezzadra (2005: 48-49), en el escape a los sistemas de control social, a las comunidades de origen, pero también a los modelos de explotación laboral ligados a la producción estriba el espíritu de libertad adaptado a la fluidez y flexibilidad de la comunicación en que se canalizan los mensajes y las movilidades. Mezzadra (2005: 127 y 110-111) no olvida que los retratos mediáticos del mundo

condenan al confinamiento a los individuos que sólo pueden rechazar ‘continuar ocupando sus *márgenes*’; así, integra los factores objetivos de la migración en la desigualdad, los desequilibrios, las catástrofes, la miseria, la tiranía y las guerras. A las puertas del sistema están los más frágiles, que sólo son hiperconsumidores de anuncios: “Los menos favorecidos están tanto más excluidos del consumo cuanto más expuestos a las imágenes y mensajes comerciales” (Lipovetsky, 2007: 185). Sin embargo, Bauman (2004: 203-204) había matizado que de estas transformaciones radicales no se puede culpar a la televisión, aunque reconoce que los medios suministran a sus clientes lo que necesitan: “La capacidad de mantenerse en movimiento, es el material con el que se construye la nueva jerarquía del poder, el factor primordial de estrategias apuntadas a volver este factor a favor de uno”.

Appadurai (2007: 109) interpreta la movilidad como uno de los vectores más significativos de la desterritorialización de las personas: “Las migraciones globales a través y dentro de las fronteras nacionales disuelven constantemente los vínculos que unen a las personas a las ideologías de la tierra y al territorio”. Appadurai (2001: 48-49) lo entiende como una respuesta a la vivencia permanente de los ‘paisajes mediáticos’, la mezcla de repertorios visuales complejos e interconectados que desdibujan la frontera entre la ficción y la realidad. Los mensajes se desmaterializan, centran el pacto comunicativo y actúan de glóbulos rojos del sistema, en un movimiento que ha descrito Appadurai (2007: 40-41): “El mundo está ahora claramente conectado por múltiples circuitos a través de los cuales el dinero, las noticias, las personas y las ideas fluyen, se encuentran, convergen y se dispersan de nuevo”. Appadurai (1999) integra todos estos vectores en el marco de la globalización como una fuerza que impulsa la migración y que, en su planteamiento, permite comprender las fuerzas de resistencia, emancipación, control social y subjetividad como parte de una misma dinámica no individual, sino colectiva, en el trabajo de la imaginación. El modelo explicativo de Appadurai supera con mucho la simpleza del ‘efecto llamada’ –a cuya eficacia se invoca de forma insistente a pesar de la ausencia de estudios empíricos–, al entender el origen de los flujos migratorios como resultado directo de los medios de comunicación, unas veces como canal y otras como mensaje sobre la opulencia.

2.3.4.1.- Mito, poder y discurso

A lo largo de las páginas de esta tesis hay muestras muy numerosas de la visión

idealizada de la migración y de Europa, a la vez que del engrandecimiento de los migrantes en el imaginario social de las sociedades emisoras, hasta el punto de que se convierte en un discurso mítico con argumentos para el estímulo de los movimientos migratorios. Los argumentos se refuerzan en la insistencia de la falta de perspectivas que presenta su tierra natal, en una valoración que incluye los mundos que prometen los ‘paisajes mediáticos’. La construcción simplificadora y mítica de la realidad afecta a los discursos que fomentan la fragmentación Norte-Sur presentados como dos modelos opuestos y polarizados por parte de los *mass media*. Mientras se desarrolla una imagen positiva del Norte a modo de mundo perfecto, de sus grandes ciudades, del progreso y la urbanización que se plasma a través de mentiras visuales –en las que el encuadre y la simplificación ignoran los problemas sociales que rodean a las concentraciones urbanas, las desigualdades o la miseria que también vive en el primer mundo–, se refleja a menudo un planteamiento dramatizado de la realidad del Sur, siempre retratado por la miseria, el subdesarrollo, el caos, las guerras o los desastres naturales. Ese mundo bárbaro, pintoresco y exótico, fruto de una colonización cultural, no muestra alternativas ni posibilidades para sus habitantes, mientras el Norte se convierte en territorio mítico para la imaginación; un campo de idealización al que se ha referido Watzlawick (2008: 203) como respuesta a la asimetría:

Siempre se observó a Estados Unidos y a los países europeos desde una asimetría que los coloca muy por arriba de nosotros mismos, como sucede con las imágenes religiosas que descansan en su pedestal mientras los fieles se quedan de rodillas [...] La idealización es uno de los mecanismos de defensa sociales a los que ha apelado la sociedad argentina para sobrevivir a la inestabilidad.

El control social opera a través de estas visiones simplificadas y condensadas en las cuales se apoya la construcción de estereotipos. La fuerza de la imagen y su capacidad de mostrar como real lo reflejado se construye como una legitimación de la realidad, que se reaviva a diario a través de la enorme cantidad de imágenes que circulan y de las producciones híbridas audiovisuales, donde se registra una confusión sobre su veracidad, probablemente fomentada por los intereses hegemónicos. En la recepción, predomina el trabajo de la imaginación, como lo entiende Appadurai (2001: 21), la transformación que realiza la gente corriente sobre lo que se ve en “el modo en que mediación y movimiento se contextualizan mutuamente”; una forma en que la imaginación se ha desprendido del espacio expresivo propio del mito, el ritual y el arte

para pasar a ser una ocupación cotidiana.

Muchas de las ideas de las sociedades emisoras, de los candidatos a la migración y de los imaginarios sobre sus destinos tienen una expresión mítica, entendida como un sistema de comunicación, un habla o un modo de significación:

Si el mito es un habla, todo lo que justifique un discurso puede ser mito. El mito no se define por el objeto de su mensaje sino por la forma en que se lo profiere: sus límites son formales, no sustanciales. ¿Entonces todo puede ser un mito? Sí, yo creo que sí, porque el universo es infinitamente sugestivo. Cada objeto del mundo puede pasar de una existencia cerrada, muda, a un estado oral, abierto a la apropiación de la sociedad, pues ninguna ley, natural o no, impide hablar de las cosas. (Barthes, 2000: 199).

Para Barthes (2000: 200-201 y 212), los mitos son inestables, forman un territorio maleable y creativo, en parte por su fundación histórica, pero también por sus formas de apropiación y por su conciencia significativa previa: “La imagen sin duda, es más imperativa que la escritura, impone la significación en bloque, sin analizarla ni dispersarla”. Su conversión en sentido se logra a través de una relación de deformación, ‘un robo del lenguaje’, un sistema ideográfico de gran impacto en la actualidad (Barthes, 2000: 214, 220 y 225):

El desarrollo de la publicidad, de la prensa, de la radio, de la imagen, sin hablar de la supervivencia de una infinidad de ritos comunicativos (ritos de la apariencia social) hace más urgente que nunca la constitución de una ciencia semiológica. (Barthes, 2000: 203: Nota al pie de página)

Los mitos de la migración generan el dominio simbólico que favorece los movimientos de mano de obra necesarios para la economía y que han condicionado una percepción del fenómeno migratorio apoyado en construcciones legales, políticas y económicas; todas ellas fuerzan a que el reconocimiento de los individuos migrantes dependa exclusivamente de sus papeles, de su situación regular o irregular dentro de la sociedad de acogida. Vemos, por tanto, que en su destino los migrantes se enfrentan de nuevo a otras reglas de exclusión. Las sociedades receptoras desarrollan fórmulas,

conceptos y estrategias sociales que definen la suerte y el futuro de los migrantes –como la aculturación, la integración o la asimilación–, pero que también crean distintos grados de rechazo en función de cómo los mismos migrantes promuevan los cambios, desde dentro o desde fuera, y según la manera en que vivan la realidad, desde la trasgresión o desde la resistencia.

En muchas ocasiones, el contraste entre el contexto de la recepción y las imágenes que asoman por la pantalla es ya en sí mismo un escenario de violencia, y más cuando esos relatos y visiones incluyen también narrativas sobre su propia posición en el mundo, como sucede a menudo. Gubern (2000: 64) narra esa experiencia para el contexto subsahariano:

No hay más que ir al África subsahariana y ver cómo en los míseros extrarradios urbanos los habitantes semidesnudos siguen las teleseries norteamericanas protagonizadas por petroleros de Texas o elegantes modelos de Los Ángeles. Y, peor todavía, cuando la imagen e interpretación de sus complejos conflictos intestinos tribales y poscoloniales (en Somalia, Liberia, Zambia, Ruanda, Eritrea) las reciben a través de las versiones manufacturadas por los camarógrafos y los apresurados periodistas occidentales que les han rendido fugaz visita.

En el contexto de recepción, los mitos, ‘paisajes mediáticos’ e imaginarios sobre el Norte y la opulencia también se transfieren a quienes han vivido la experiencia migratoria; el simple hecho de haber estado en Europa, de haber viajado, otorga prestigio y consideración social no sólo al migrante sino también a toda su familia.

El imaginario cultural de esas sociedades se ha forjado también por los efectos de la globalización, a la manera de un neocolonialismo que amplifica las ventajas del desarrollo entendido al modo occidental y que las muestra a diario a través de los medios de comunicación: “Como gran ritual moderno que ha llegado a ser, la televisión es también un extraordinario vehículo de transmisión de mitos” (Imbert, 2003: 61). El resultado es un mensaje que aparenta no tener filtros, como si se tratara de una experiencia vivida que contribuye al mito de la transparencia: “Toda estrategia de la seducción consiste en llevar las cosas a la apariencia pura, en hacerlas brillar y vaciarse en el juego de la apariencia (juego que tiene sus reglas, su ritual eventualmente riguroso)” (Baudrillard, 1988: 53).

Como construcción discursiva, el producto televisivo se aproxima a lo mítico por cuanto ignora al sujeto y se apoya en construcciones simbólicas:

La transición hacia un lenguaje en que el sujeto está excluido, la puesta al día de una incompatibilidad, tal vez sin recursos, entre la aparición del lenguaje en su ser y la consciencia de sí en su identidad, es hoy día una experiencia que se anuncia en diferentes puntos de la cultura: en el mínimo gesto de escribir como en las tentativas por formalizar el lenguaje, en el estudio de los mitos y en el psicoanálisis, en la búsqueda incluso en ese Logos que es algo así como el acta de nacimiento de toda la razón occidental. [...] El ser del lenguaje no aparece por sí mismo más que en la desaparición del sujeto. (Foucault, 2002: 16)

El impacto cultural, que tiene también consecuencias económicas, es muy importante y genera una dependencia de los intereses y gustos del mundo dominante. Los discursos simbólicos y la construcción mítica de muchos aspectos sobre la migración en las sociedades de salida tiene impacto en las estrategias sociales y familiares sobre la movilidad social, ya que añade aspectos “no tan racionales: el componente imaginario y simbólico suele pesar considerablemente en el comportamiento estratégico” (Oso, 2005: 87). En este sentido, los medios juegan un papel en producir una hegemonía del discurso que ha criticado Van Dijk (2009: 33):

La ilusión de la libertad y la diversidad puede ser una de las mejores maneras de producir la hegemonía ideológica que siempre jugará a favor de los poderes dominantes de la sociedad y, en no menor medida, de las empresas que producen las tecnologías y los contenidos mismos de los medios que crean tal ilusión.

Para el análisis ideológico y del discurso, Van Dijk (2009: 69) propone como alternativa a los que se desarrollan en las ciencias sociales, “un análisis sociocognitivo más sistemático de los marcos ideológicos y de los procesos implicados en la (trans)formación y aplicación de tales marcos”. En este terreno precisamente entra Castells (2009: 215-217) tras el análisis de diferentes trabajos cualitativos para mantener que los grandes procesos que intervienen en la relación entre los medios y las personas, tanto en la emisión como en la recepción de noticias, son el establecimiento de la agenda (agenda *setting*), la priorización (*priming*) y el enmarcado (*framing*). Son a

su juicio los procesos prioritarios que se detectan cuando los sujetos se perciben en relación con el mundo:

Dado que los medios son la principal fuente de la comunicación socializada, que es una comunicación con el potencial de alcanzar la sociedad en su conjunto, *el enmarcado de la opinión pública se realiza mediante procesos que se producen principalmente en los medios de comunicación*⁵⁰.

De esta forma, los medios priorizan los modos de establecer estrategias de poder tanto en la emisión como en la recepción, tanto la información previa, los mecanismos de reducción de la incertidumbre (Castells, 2009: 218-219), como la reiteración y el valor orientan los procesos. Respecto a los procesos de *framing*, revisa las principales conceptualizaciones e investigaciones para concretar que

los marcos se hacen eficaces cuando tienen resonancia y aumentan la magnitud de su repetición. Cuanto mayores sean su resonancia y magnitud, más probabilidades habrá de que el enmarcado evoque sentimientos y pensamientos parecidos en una audiencia más numerosa. El enmarcado funciona dejando vacíos en la información que la audiencia rellena con sus esquemas preconcebidos: éstos son los procesos interpretativos de la mente humana basados en ideas y sentimientos conectados, almacenados en la memoria.

De cara a esta investigación, la posición de Castells (2009: 165) inserta los aspectos culturales y emocionales en el proceso, así como una cierta inclinación a aceptar los marcos sugeridos. Coincide y matiza los aspectos que Hall (2004: 220-221) viene defendiendo como elementos esenciales de la descodificación: “Efectos, usos, ‘gratificaciones’, son también enmarcados dentro de estructuras de interpretación, así como dentro de estructuras sociales y económicas que dan forma a su ‘comprensión’ al final de la cadena de recepción, y que permiten a los mensajes significados por el lenguaje el convertirse en conducta o consciencia”.

Appadurai (2001: 195) sitúa estos procesos en la construcción de los vecindarios como contextos donde adquieren significado y potencialidad histórica; una estrategia simbólica de construcción de sujetos locales que

⁵⁰ En cursiva en el original.

se halla profundamente afectada por la capacidad productora de lo local propia de formaciones sociales de mayor escala (tales como los Estados-nación, los reinos, los imperios misioneros, los carteles comerciales, etcétera) para determinar la forma general de todas las vecindades que se hallen dentro de su radio de alcance, influencia y poder. Es decir, el poder es siempre el aspecto clave de las relaciones contextuales entre vecindades y hasta *los primeros contactos* siempre suponen diferentes relatos, producidos por las distintas partes involucradas, acerca de tales primeros encuentros y sus significados.

Se entiende que las audiencias son activas en la apropiación de los mensajes mediáticos, aunque “las relaciones de poder que afectan a la producción de lo local son fundamentalmente translocales” (Appadurai, 2001: 196). Ahí entra en juego la superposición de narrativas sobre la movilidad y sobre las expectativas nuevos estilos de vida, que tiene consecuencias más allá como formas complejas de homogenización y diversidad: “No sólo se produce una polarización creciente entre países y territorios sino también la dualización interior de las sociedades *nacionales*” (Alonso, citado por Maquieira, Gregorio y Gutiérrez, 2000: 380).

Este tipo de dominación simbólica se ejerce en la misma orientación que otros mecanismos económicos con opciones limitadas de futuro, donde

los individuos adquieren valor en las relaciones de intercambio (como fuerza de trabajo por salario); cuando los sujetos toman conciencia de la mengua o la desaparición de su “valor de mercado”, sienten que han perdido no sólo su valor sino también su dignidad como seres humanos, como padres, como proveedores, como ciudadanos. La destrucción del valor de la persona en el proceso económico implica también la destrucción del sentido del valor sobre el que se construye la propia identidad social. Se destruyen valores y sentidos de realidad. (Vizer: 1999, 176)

Para Castells (2009: 55) la creación de valor, a través de la transformación de la mentalidad, es hoy la influencia más importante dentro del mundo; en ella, los medios de comunicación, como grupos empresariales globales, son la fuente de difusión de

mensajes e imágenes: “*El valor es, de hecho, una expresión del poder*”⁵¹: quien ostenta el poder (que a menudo no es quien gobierna) decide lo que es valioso”. En su estudio del poder en relación con la comunicación, Castells (2009: 33) lo define como la capacidad de influencia en las decisiones de los demás a través de las relaciones asimétricas para favorecer sus intereses o sus valores. Se puede ejercer también “mediante la construcción de significados partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones”. Por tanto, el poder se institucionaliza en todos los terrenos sobre una situación de superioridad, en la que se aplican restricciones al acceso como primera forma de respaldar su propia fuerza y predominio. Estas limitaciones y controles tratan de garantizar la exclusividad del acceso y del ejercicio a aquellos que los justifican, y promueven sus intereses desde ese criterio.

Con este enfoque y en la globalidad, tenemos que el poder se ejerce de una forma condicionada, a través de la persuasión y de los dominios simbólicos ocultos, por encima de las otras modalidades que describe Galbraith (1984) como formas clásicas, esto es, las que se expresan como sanción o amenaza o a través de la compensación. La capacidad de influencia crea una homogeneidad –que Chomsky y Ramonet (1996) califican de ‘pensamiento único’– que, para el campo comunicativo, ha supuesto: el predominio de lo económico sobre lo político, en la confianza de que será la iniciativa privada la que corregirá los desequilibrios, al viejo estilo de la fe en el mercado; la construcción del campo de la comunicación sobre valores de competencia y competitividad procedentes del mundo empresarial; la desregularización como campo de trabajo; y la privatización y apropiación del espacio. Junto a esa hegemonía del mundo económico, como ámbito de construcción, hay un dominio simbólico que actúa sobre los actores de estas interacciones de una manera clara y decisiva, por su impacto ideológico y de percepción de la realidad. La comunicación massmediática se alimenta, además de las industrias del entretenimiento, de uno de los principales bienes que contribuyen al desarrollo del poder: la información, sobre la que se trata de ejercer el control.

Para Beck (2002a: 45-46) se producen ‘coaliciones de discursos’ del mundo globalizado, como un modo de producción de la orientación cognitiva de las sociedades y los individuos que contienen un diseño previo dirigido hacia la acción, hacia la realidad autoproducida y de doble sentido, pues se construye desde los discursos y la acción que los confirma. Este estilo narrativo ha cobrado nueva vigencia para la

⁵¹ En cursiva en el original.

industria del marketing, que con este ese formato ha logrado la mejor forma para que los mensajes se adapten a la convergencia y la integración del mundo digital. La narrativa tiene la fluidez necesaria para el mundo virtual porque es operativa en cualquier tipo de soportes: “El marketing narrativo confiesa ser una empresa de sincronización de ‘visiones del mundo’ que pueden ser antagónicas en términos políticos o religiosos, pero que se reconcilian en el gran escenario del mercado mundial” (Salmon, 2008: 64).

Este universo virtual es el escenario de la sociedad mediatizada, que construye sus códigos y sus comportamientos a la velocidad a la que fluye pero que cristaliza en su importancia económica, en la medida en que el consumo es uno de los grandes pilares de su efecto multiplicador. La sociedad de consumo devuelve la atención a lo social como una forma de control de la fidelidad necesaria para la marcha de la maquinaria económica. Ahí se produce una vuelta de tuerca en la que el sistema que se gestiona por la vía de un marketing relacional y holístico que, ahora sí, incorpora el valor humano. En la gestión de esta comunicación y en su orientación hacia las audiencias y los consumidores trabaja una modalidad del marketing que se adapta a la fluidez del espacio virtual. Esta narrativa coordina y armoniza el mercado, el consumo, lo virtual y lo real, pero también la economía y la política hasta el punto de que trata de atribuir sentido a la interdependencia entre estos campos⁵².

Los cambios registrados en la comunicación y la expansión de los mercados crecen en paralelo a su capacidad para separarse del mundo físico y convertirlo en virtual, para olvidar el espacio. Para ello, no hay nada mejor que la elasticidad de los discursos fluidos e impregnantes con que se rodean cada vez más los bienes gracias a la ficción, a las narrativas que construyen nuevos territorios y mercancías. El marketing narrativo se desarrolla en relatos y guiones que marcan la acción y que promueven el camino de mentalidades, de identidades, y también diluye la *asincronía* en la propia construcción del relato, gracias a la capacidad del receptor de incorporarse a la historia, al mensaje, y de otorgarle un significado propio y una dimensión temporal adaptable: todo adaptado para que encajen los diferentes modelos y tiempos.

El trabajo de la imaginación y los relatos son esenciales en la nueva economía, de ellos depende el aumento de valor de los productos y, en una proporción cada vez

⁵² Salmon (2008: 206) mantiene que el gran *storytelling* actual se construye entre la industria publicitaria, el mundo del cine y la propia Casa Blanca.

mayor, la capacidad de generar riqueza a través de la industria cultural, la publicidad y el consumo. De su adaptabilidad y de los impulsos que genera nos habla Salmon (2008: 38): “La realidad está ahora envuelta por una red de narrativa que filtra las percepciones y estimula las emociones útiles”. Esta dinámica aglutina, mezcla e integra los mensajes audiovisuales, políticos, fotográficos: historias que fluyen en cualquier formato que se adapte a la Red. En su transformación y reapropiación participa el lector o espectador, tal y como explica Acaso (2006: 160). El conocimiento, el trabajo intangible, revaloriza los bienes desmaterializados pero también las señales como parte de esa riqueza: “La empresa red materializa la cultura de la economía formacional/global: transforma señales en bienes mediante el procedimiento del conocimiento” (Castells, 2005: 227).

Los campos del dominio simbólico y del discurso hegemónico están presentes en el desentrañamiento de la estrategia de continuidad del sistema y de sus transformaciones hacia la sociedad del consumo o la sociedad del hiperconsumo. Con el desarrollo tecnológico ha llegado la expansión global del modelo gracias a la facilidad de reproducción, grabación y almacenamiento de los productos culturales, que producen una cultura fragmentada (Lipovetsky, 2007: 260). En la globalidad, Augé (2001: 125) interpreta que el mundo simbólico ha sufrido un trastoque, en la medida en que los espacios de comunicación, movilidad y consumo son más anónimos, ya que el nexo social se diluye, así como también las percepciones: “La comunicación substituye al lenguaje y el espectáculo al paisaje”.

La comunicación de los *mass media*, unidireccional y de discursos simbólicos, es un discurso de poder alrededor del cual se registran conflictos y tensiones reguladoras entre tendencias contrapuestas: de un parte, la voluntad de apropiación, acumulación y creación de escasez, y de otra, el valor social o colectivo y la capacidad de reapropiación. Sería tanto como trasladar a este contexto el clásico debate sobre Justicia/Poder que al inicio de los setenta ya abrieron dos grandes teóricos de la comunicación, Chomsky y Foucault (Chomsky; Foucault y Elders, 2006). En el contexto de la globalización, tal y como ha descrito Appadurai (2001: 78-79), la revisión se hace imprescindible ya que los juegos de poder se encuentran dispersos por el mundo –de la misma forma que sus discursos y prioridades–, en parte por el paso de las referencias nacionales a las transnacionales, como nuevos marcos de acción, pero también por el continuo trastoque de referencias históricas y territoriales que circula con las diásporas y los flujos. El punto de vista ya lo había descrito Castells (2005: 130 y 227) al defender que la economía global no es una economía planetaria porque no

abarca a todos los procesos, personas y territorios del globo, y aunque sí afecta a la subsistencia de toda la humanidad en función de la división internacional del trabajo, fuera de él opera una lógica social y económica.

En este sentido, Marina (2009: 168) mantiene la necesidad de revisar las estructuras de poder y avanzar hacia la construcción de nuevos modelos más próximos al capital social, a la sostenibilidad, a la visión de género, o a las revisiones relacionadas con el concepto de desarrollo. Los principios de ese nuevo poder se deben estructurar en la igualdad basal, los beneficios y la comprensión de la suma variable como resultado de la teoría de juegos, la revisión en función de la movilidad de las personas y las situaciones, y el empoderamiento. El reto está compatibilizar dos tendencias contrapuestas: la autonomía y la vinculación, un aspecto que ya había destacado Balibar (2005: 41): “La forma más interesante para discutir ese asunto es que, a la inversa, intenta conciliar la idea de civilidad con la de una autonomía de la multitud.”

Todo ello se corresponde con una visión descentralizada de la organización social y del poder, que arranca de la ruptura de jerarquías que muestra la visión de Deleuze y Guattari (1995) en la percepción del conocimiento y la realidad como formas de resistencia y transformación de los discursos y el poder. La idea también se muestra como un punto de inflexión importante en Foucault, quien busca entretener poder, el discurso y el conocimiento hacia posiciones rizomáticas del sujeto en la libertad y en la subjetividad. Así, el poder atraviesa a los sujetos que se construyen en la subjetivación hacia un entramado de opciones y estilos de vida que se elaboran en la discursividad. De esta forma, propone un modelo de análisis que conecta los planos micro y macro.

La crítica de Sádaba (2007) al poder foucaultiano resulta de interés, ya que mantiene que el poder se ejerce, no se posee; se transforma en maneras y localización; no está alejado de lo humano sino que deriva de este aspecto; y tiene direcciones positivas y negativas. En ese sentido, lo interpreta Van Dijk (2009: 42) cuando se centra en estructuras de abuso de poder como una forma de violación de derechos sociales y civiles por la imposición de una esfera de discurso y comunicación ajena al derecho a la información y la educación: “El abuso de poder significa, pues, la violación de las normas y valores fundamentales, en beneficio de quienes retienen el poder y contra los intereses de los demás”.

Van Dijk (2009: 26) enlaza los Estudios del Discurso con el poder, como una vertiente de su capacidad de crítica, en función de ámbitos de dominación, es decir, de

‘abuso del poder social’ que se registra desde las relaciones de dominación, las experiencias de los dominados o desde las acciones discursivas. Una cuestión que en el contexto de la globalidad está sometida a procesos de homogeneización de los discursos, la información y el entretenimiento en las que las grandes empresas mediáticas controlan las condiciones de producción tanto en lo económico como en lo tecnológico: “Sin embargo, también los miembros de las diferentes culturas pueden comprender y utilizar tales discursos de maneras distintas, coincidentes con sus propias actitudes y sus propios conocimientos culturalmente compartidos” (Van Dijk, 2009: 41). Por ello recomienda el análisis desde las formas de reproducción y producción del discurso en la articulación, la distribución y la influencia, allí es donde el discurso representa al poder como una forma de interacción social en el control de la acción de los sujetos, en la descripción de acciones, situaciones y predicciones, en la influencia para acciones futuras, así como en la creación de diversos tipos de narrativas (Van Dijk, 2009: 65 y 72-74).

2.3.4.2.- Los discursos reguladores de la inmigración en las sociedades de acogida

Los discursos sobre la inmigración en las sociedades receptoras entremezclan una serie de intereses y puntos de vista complejos y contradictorios que actúan como elementos de atracción y de rechazo, de construcción de la Otredad, de argumentos económicos y utilitaristas, de regulaciones sociales y culturales, en los que con ambivalencia, razonamientos y emociones fluctúan las percepciones sobre el fenómeno. Son discursos sociales que se realimentan de las distintas esferas de debate –las mediáticas, las políticas, las productivas, las de convivencia– y de las percepciones, en un amplio flujo y realimentación que atraviesa a las sociedades de salida y a las de recepción.

Los trabajos de van Dijk (1997, 1999, 2003, 2003a y 2009) sobre el análisis del discurso se desarrollan sobre la base de un esquema de estudio en tres enfoques: las estrategias discursivas que buscan la autopresentación positiva de múltiples formas, las figuras de conceptualización y las posiciones previas. De esta forma, detalla los aspectos más singulares de la construcción discursiva de la otredad. En su análisis, Van Dijk (2003a) atribuye una especial responsabilidad a las élites en la reproducción del racismo y la xenofobia por su capacidad e influencia, ya que la mayoría de los sujetos

que desarrollan prejuicios lo hacen a través del discurso. La dinámica forma parte de una cadena de reproducción y legitimación social de las prácticas racistas (Zaguirre, 2006: 14-15, y Ribas, 2008: 453-465). A su vez, las interacciones también alimentan los discursos públicos —en las mismas direcciones y con sentidos opuestos— que se reconstruyen. Es la “realidad emergente” la que estimula el imaginario social hacia el miedo compartido, siempre apoyado en la incertidumbre, en lo invisible, en la inseguridad, en lo no previsible.

La espiral del silencio de Noëlle-Neumann (1995) trata de explicar algunos fenómenos del comportamiento social y de la creación de mayorías silenciosas que no expresan sus puntos de vista ante el temor a la crítica. En esa lógica, los puntos de vista dominantes, aunque en ocasiones sean minoritarios, ocultan muchas opiniones individuales aunque sean mayoritarias. Es decir, que existe una opinión pública ficticia por la presión o el silencio del aparente consenso social. El efecto multiplicador de las interacciones sociales y las mediaciones se crea un clima de especulación que cada vez se aleja más de la realidad y toma más fuerza cuanto más densas son las redes de comunicación. Es como una epidemia que funciona por efecto de contagio aunque no afecta a todas las esferas sociales por igual, pues la apropiación de los discursos genera efectos a menudo complejos y contradictorios.

La construcción de mensajes como grandes líneas narrativas —definitorias para la percepción del fenómeno y para la regulación de los conflictos en las sociedades receptoras, así como para la articulación de la representación y la negociación política— forma parte de los *storytellings* del mundo mediático y de la apropiación de las mediaciones. Las narrativas discursivas que se registran en las sociedades de recepción de los migrantes se pueden agrupar en diferentes temáticas: el efecto llamada, la economía sumergida, la delincuencia, la exclusión, el estado del bienestar, las pateras, las mafias, la marginación, la justicia social, los derechos humanos, la ciudadanía, el crecimiento económico.

La regulación de los discursos, la presentación de aspectos positivos o negativos, o incluso contradictorios, muestra una ambivalencia a la hora de afrontar la incertidumbre con que las sociedades de acogida viven la transformación social: “Frente a las antítesis cotidianas de las narrativas mediáticas, políticas y sociales, otros argumentos potencian visiones cosmopolitas de integración e igualdad universal, de derechos y justicia internacional, pero que también oculta contradicciones y dobles lecturas” (van Dijk, 2003a).

En el contexto europeo, Zapata-Barrero (2008: 151) diferencia dos tipos dominantes en función del marco de población al que va dirigido: “La realidad discursiva suele combinar en una misma intervención ambos tipos de discursos (reactivo y pro-activo), dependiendo del tema que se trate o incluso de la información y la capacidad de argumentación que tenga el ponente parlamentario”. En el primer caso, el discurso sólo contempla a la población ciudadana como prioritaria (la población votante o de identidad/cultura homogénea), frente a la población no-ciudadana (población no-votante o de identidad/cultura diferente) (Zapata-Barrero, 2008: 119). Desde una perspectiva metodológica, Zapata-Barrero aporta conceptos de gran interés. Por una parte, ‘red discursiva’, abarca las interacciones en que se desarrollan como elementos abiertos de la comunicación con valor de poder como son las que se desarrollan entre partidos e instituciones. En segundo lugar, la ‘politización de la inmigración’, que recoge la tendencia a desarrollar estrategias de enfrentamiento político sobre las que se crea un discurso público con incidencia en la realidad social. Y, por último, la ‘política del discurso’ que se convierte en ‘política misma’, ya que se le concede categoría de acción con efectos no sólo sociales y económicos, sino también electorales. De hecho, muestra las tramas discursivas sobre la inmigración en relación con las iniciativas, acuerdos vinculantes y capacidad de gestión en que quedan plasmadas, así como la coincidencia en esta tendencia tanto de la Unión Europea como de la política española (Zapata-Barrero, 2008: 16-17).

La política del discurso sobre la inmigración se redefine en función del contexto, los intereses políticos y la opinión pública. Para el caso español, Zapata-Barrero (2008: 117) mantiene que se regula por la evidencia de que la “inmigración-cero” es una meta irreal, por el impacto desigual que tiene en la sociedad, y por el peso sobre los discursos públicos del terrorismo internacional con sello de islamista. Tres elementos que ayudan a entender los discursos de los partidos:

La fórmula es la siguiente: proceso irreversible, y por lo tanto, llegada constante y masificación (aspecto cuantitativo), en zonas concretas con problemas sociales y económicos anteriores, y relación entre ciudadanos e inmigrantes de cultura, religión e incluso fisonomía y color de piel diferente (aspecto cualitativo).

En realidad, la argumentación es equivalente en otros países de la Unión (González, 2008: 47-80; y Zapata-Barrero, González y Sánchez, 2008: 21-45), aunque

en el caso español detalla también los juegos políticos e institucionales en función de diferentes dimensiones y enfoques, en los que se detectan las ambigüedades y sesgos entre discurso, política y acción. El estudio que dirige Zapata-Barrero (2008, y 2008b) permite, además, trazar una alternativa a modelos de análisis de los discursos de los medios de comunicación en los que se ha centrado la producción científica y académica con una simplificación estructural, ya que plantea su estudio como ente autónomo al margen de la influencia social o las improntas políticas.

De estos flujos de narrativas de cohesión y fractura, el más singular e indefinido –a la vez que más manipulable desde los sectores que tratan de transformar la opinión pública– es sin lugar a dudas el del ‘efecto llamada’⁵³: la suma de un conjunto de factores que, como consecuencia de la globalización, se perciben desde otros lugares del planeta relacionados con la riqueza, la acumulación y el consumo, el desarrollo de las comunicaciones y las tecnologías que hace más próximos lugares remotos del planeta, las prácticas turísticas, las remesas que reciben de sus familiares, o los estilos de vida que se perciben en los mensajes mediáticos. Son discursos que coinciden con muchos imaginarios recreados a partir de los mensajes de los medios y las interacciones sociales, que se realimentan en los círculos políticos y sociales. En el ámbito político español, el recurso al ‘efecto llamada’ estaría vinculado al gobierno del Partido Popular, que lo utilizó como un eje para justificar una reforma legislativa basada en la necesidad de ‘mano dura’. También estaría vinculado a las características de los países emisores, al abismo que se abre entre ambos contextos, al bienestar social y a la economía sumergida (Zapata-Barrero, 2008: 129).

La economía oculta ha permitido la rápida incorporación de inmigrantes que consiguen trabajo sin atender a trámites legales o administrativos. Schlosser (2004: 130) mantiene que la presencia tan numerosa de inmigrantes ilegales supone en sí misma una invitación a violar las leyes, aunque en realidad se trata de un mecanismo que cuenta con dos direcciones: “La integración de los trabajadores inmigrantes en la economía sumergida supone la preexistencia de ésta, por mucho que ambas realidades se refuercen mutuamente” (Colectivo Ioé, 1998: 42). Muchas industrias, en ocasiones con formulaciones próximas a la maquila, se crean con una dependencia de mano de obra clandestina en un fenómeno que es común a las grandes fronteras entre el Norte y el Sur, tanto en el continente americano como en el Estrecho de Gibraltar, mientras se

⁵³ Aubarell y Zapata-Barrero (2004: 165) también mencionan el discurso sobre la fuga de cerebros espacialmente en el Sur porque son países que tienen dificultades para retenerlos y emplearlos: “Algunos países como Marruecos reconocen hoy el beneficio que pueden obtener de exportar sus ejecutivos”.

invisibiliza en los discursos la aportación que esta mano de obra tiene para el mantenimiento del estado del bienestar (Schlosser, 2004: 123 y 150). La importancia de los discursos públicos, sociales y políticos, en la regulación del modelo es esencial, a juicio de Schlosser (2004: 322-325), porque muestra el grado de alienación de la sociedad y de la moral pública, pero también la falta de respeto a la legislación (Kante, 2002: 33). La opinión pública percibe en general sólo una parte del discurso, mientras se olvida de que las empresas que operan en ese marco obtienen una ventaja competitiva sobre las que realizan su actividad con respeto a la legalidad, con un daño que se traslada también a los propios trabajadores y a la actividad sindical. En definitiva, se ha logrado la privatización de la política migratoria: los empresarios perciben los beneficios de las contrataciones irregulares y la administración afronta los costes (Schlosser, 2004: 158), en un modelo que genera tensiones periódicas.

La economía sumergida es un fenómeno internacional, a pesar de que en los discursos públicos se asocia a países con economías en desarrollo o de bajo crecimiento e integración. Los países de la Unión Europea están afectados por la magnitud del fenómeno: en la española se estima alrededor del 22 por ciento, con tasas que sólo superan países como Grecia e Italia (Zaguirre, 2006: 20-21)⁵⁴.

Carrasco (1999: 152 y 173), en uno de los pocos estudios que la economía española ha producido sobre el binomio inmigración-economía oculta, mantiene que “mecanismos institucionales fuera del ámbito estrictamente económico han provocado que determinados trabajadores se sitúen en la economía sumergida por el hecho de no poseer un permiso administrativo”, y advierte del efecto desintegrador que este fenómeno produce en los trabajadores inmigrantes, señalando como más afectados a los pertenecientes a minorías étnicas procedentes de África.

Ya en 2001, la Comisión Europea estimaba que el 90 por ciento de los inmigrantes sin documentos en la Unión acababa realizando trabajos en la economía sumergida en condiciones de explotación que no serían aceptados por otros trabajadores, una actividad que termina dificultado su integración social y laboral (El País. 6/08/2001). La opinión pública venía detectando la situación en las encuestas de mercado de trabajo en España: dos tercios de los encuestados pensaban que el colectivo de inmigrantes es el que más trabajaba en la economía sumergida (Carrasco, 1999: 126).

⁵⁴ Muchos datos e investigaciones relacionan el crecimiento de una actividad económica oculta con el que se registra en la inmigración clandestina, como Pumares (2002: 61), Barros (2002: 121), Cortés (2002: 293), Gómez Gómez (2002: 319), Belguendouz (2002: 54) y Naïr (2004: 285).

El discurso oculta otras realidades que recuerda Pajares (2010: 138): “Cuando el discurso se centra en los efectos de los trabajadores inmigrados sobre el mercado laboral, se encubren los efectos del mercado sobre esos trabajadores”. Ahora, en el contexto de la crisis:

Crece la idea de que sobran inmigrantes y de que el retorno a sus países de origen es algo a lo que están casi obligados. Crece la idea de que han venido demasiados; entre otras cosas porque no se ha entendido bien que la inmigración recibida en los años anteriores es la que nuestra economía ha demandado y que sin ella no habría sido posible el crecimiento económico que hemos tenido. (Pajares, 2009: 205)

Mientras que los procesos de regularización sí parecen afectar a la reducción de la economía sumergida, en cambio en situación de crisis aumenta, tal y como ha señalado Pajares (2010: 78): “Los extranjeros en la economía sumergida se redujeron notablemente en 2005 como consecuencia del proceso de regularización, pero volvieron a incrementarse en los años siguientes, incluido 2008, el primer año de la crisis”. Sin embargo, sí aumenta la inmigración irregular en este contexto, mucho más que la migración autorizada, aunque Pajares (2010: 24 y 77) no establece una relación directa entre los dos fenómenos y cuestiona su propia aportación de datos⁵⁵. Sin embargo, la repercusión sobre el discurso es clara: “Todo ello indica que la crisis nos está haciendo retroceder en la perspectiva de normalizar un mercado laboral en el que los trabajadores inmigrados no sufran discriminación. Se impone la necesidad de incidir sobre el discurso que se está desarrollando para dotar a la ciudadanía de explicaciones más veraces de las cosas (Pajares, 2010: 137).

Schlosser (2004: 139) recoge la repercusión del discurso público así como la sustitución de trabajadores a lo largo de los últimos treinta años que ha llevado a hacer desaparecer prácticamente a los obreros cualificados. Tras la incorporación de un importante volumen de inmigrantes irregulares, las reformas laborales se suceden tal y como ocurrió en España en 2001, poco después de la entrada en vigor de la reforma de la Ley de Extranjería. Las condiciones laborales se flexibilizan, en casi todos los países

⁵⁵ La estimación realizada en 1997 por el Instituto de Estudios Fiscales en España sobre la economía informal era que oscilaba entre los cinco y los diez billones de pesetas (unos 60.000 millones de euros) y en 2004 la misma fuente daba por buena la última cifra, 60.000 millones de euros y apuntaba un crecimiento del 300 por ciento en los últimos ocho años (Cinco Días, 19/01/2004) -curiosamente en ese mismo período el número de extranjeros residentes en España aumentó en la misma proporción, un 300 por ciento, y se ha convertido en un tema de preocupación para los ciudadanos-, precisamente un período en que se relajaron las inspecciones y la lucha contra el fraude fiscal (Benítez, 2005).

de la UE se ha retocado la legislación laboral en este sentido, en los últimos años con el argumento de la crisis económica.

La crisis económica que atraviesan la mayor parte de las economías occidentales muestra cómo el discurso trata de regular el fenómeno migratorio. Pajares (2010: 20) mantiene que los migrantes –que ya sufren la peor parte de la situación– padecen también los estereotipos xenófobos: “Las encuestas de opinión publicadas a principios de 2010 han confirmado nuestros temores y han mostrado un preocupante empeoramiento de las opiniones y actitudes de la población autóctona hacia la inmigración”.

Este tipo de contextos influyen en los flujos migratorios, no sólo en este caso, sino también en otras crisis de calado como la del 73 o la de los primeros noventa. La mayor parte de los países terminan implantando mayores limitaciones a la entrada de migrantes (ILO 2010: 148, y Pajares, 2010: 24): España creó en 2008 un plan de retorno voluntario con incentivos para la renuncia a la residencia y a volver a entrar durante tres años. Reino Unido, con la suspensión de entrada para migrantes sin cualificación y restricciones importantes para los más cualificados, al igual que Estados Unidos. Italia, con penas por la residencia irregular y la prohibición de acceso a educación y servicios sanitarios. La única excepción es la de Canadá, que mantiene el mismo nivel de admisión.

Resulta curioso observar cómo el contexto económico y laboral no disuade a los migrantes:

El deseo de regresar a su país de origen de los trabajadores migrantes procedentes de África Septentrional y Occidental es relativamente bajo, incluso ante el deterioro de los mercados de trabajo en los países de destino. Por ejemplo, los resultados de una encuesta concluyen que el 81 por ciento de los emigrantes de los cinco países objeto del presente estudio que trabajan en España, que tan afectada se ha visto por la crisis, no tienen intención de regresar a sus países de origen (ILO, 2010: vii).

Los discursos también regulan la visión utilitaria y economicista de la migración, aflorando u ocultando los costes y beneficios. En ocasiones, se expresa la necesidad de aumentar el número de migrantes en las sociedades de acogida,

argumentando la necesidad de crecimiento económico, mientras en otras se expresa en función de los costes para el modelo. A pesar de que en la mayoría de los países occidentales los migrantes contribuyen de una forma decisiva y neta a la economía y al sistema del bienestar (Aparicio y Tornos, 2000: 52; Zaguirre, 2006: 20 y 37-38; Bernaldo, 2004: 12), la evaluación de los costes para el sistema es un recurso habitual. Sin embargo, no figura la crítica a la economía sumergida como un modelo “antisocial” que hace peligrar el estado del bienestar ya que dificulta la financiación de los servicios públicos y crea un círculo vicioso que obliga a los gobiernos a elevar los impuestos, lo cual –a su vez– se convierte en un nuevo incentivo para la economía oculta.

Gran parte de los discursos sobre las migraciones tienen argumentos xenófobos o racistas⁵⁶ –como mencionamos antes–, se construyen en función de la Otredad, con características y elementos metafóricos ligados a la identidad. Rodrigo (2008: 25-35) ha sintetizado los discursos que esconden las diferencias: el de la exclusión, el intercultural y el discurso de la indiferencia, con los que aborda la posibilidad de una desclasificación identitaria. Con esta lógica se alimenta el miedo, pero también la compasión, alrededor de las migraciones que llegan (Todorov, 2008). Entre la lógica de la seguridad y la asistencial, se gestionan intereses fundamentados en la ‘problematización’ de las migraciones que justifican acciones que limitan su incorporación al mundo del trabajo pero que conducen también a enfoques humanitarios y compasivos (Lucas, 1994: 38). A juicio de Bernaldo (2004) el paradigma de la defensa de los Estados permite que las autoridades gubernamentales monopolicen la exclusión y el poder dentro del territorio nacional.

Las diferencias culturales, como decíamos, las identitarias, educativas, la convivencia son elementos que apoyan una visión de la migración en la que participan también las percepciones y la difusión de información sobre irregularidades o detenciones de migrantes relacionadas con su situación administrativa (ONU, 2004: 19). Mucho más fácil de introducir en los discursos resultan, desde luego, los argumentos relacionados con la delincuencia que criminalizan a las víctimas de un sistema de poder. De esta forma, se alimenta un sentimiento subjetivo de inseguridad que no se corresponde con los datos sobre la supuesta relación migración-delincuencia (Zaguirre, 2006: 42-43).

Estos argumentos también atraviesan los que se debaten alrededor de la

⁵⁶ Los estudios de van Dijk (1997; 1999; 2003; 2003a; 2009) aportan mucha información y modelos de análisis al respecto.

ciudadanía. El proceso de integración europea ha pesado sobre muchos efectos de la Otredad con que se regulan los derechos, en una tradición histórica de al menos dos mil años en la que la identidad se define respecto a los otros: “El ciudadano reconoce su identidad a través del esclavo, internamente, y de los bárbaros, externamente” (Al-Jabiri, 1994: 181). El juego ambivalente se muestra en la duplicidad de un discurso fácilmente reconocible: “Mientras las élites de la UE promueven la ciudadanía europea y una identidad europea común, las fronteras de los Estados todavía actúan al mismo tiempo como marcas de los procesos de inclusión y exclusión que representan nociones de diversidad, diferencia y otredad” (Wilson, 2000: 124)⁵⁷.

Sin derechos para todos se rompe la verdadera esencia de la identidad democrática moderna: la ciudadanía, que por encima de los derechos fundamentales se rige por un estatuto jurídico que diferenciará a los ciudadanos de los no ciudadanos. Esta construcción relega, a pesar de la defensa del universalismo de los derechos humanos que se mantiene en el discurso, el acceso de los hombres a esos derechos, que pasa a segundo plano, de nuevo a pesar de que “distribuir los bienes sociales a todas las personas, porque todas son dueñas de tales bienes, es el primero y más elemental principio de justicia” (Cortina, 1997: 258).

En los discursos institucionales se reconoce esa importancia y de hecho, el Parlamento Europeo se ha pronunciado sobre el derecho a voto de todos los residentes para las elecciones municipales y europeas, y en 2000 instó a los Estados no sólo a la extensión de este derecho sino también a la del derecho de elegibilidad. En varios países de la Unión sigue siendo un tema a resolver a pesar de las argumentaciones públicas⁵⁸. Por ejemplo, en Francia es una de las cuestiones que se esgrimen para evitar el avance de los partidos y grupos de ultraderecha.

Los medios de comunicación, a la hora de recrear y reforzar las fronteras materiales y simbólicas, han realizado el papel de reproductores de los intereses del mundo político, económico y jurídico. En el caso de la construcción del Estrecho como frontera exterior, no sólo de España sino de la Unión Europea, la lógica del blindaje de la frontera ha dominado –a pesar de las tendencias que, desde las nuevas tecnologías de la información, se constituyen como fuente de intercambio transnacional de cultura–

⁵⁷ Wilson (2000: 137) se cuestiona si el intento político de la Unión Europea de crear una nueva identidad colectiva afecta a los pueblos que la integran y apuesta por la antropología y la cultura como elementos fundamentales de la integración.

⁵⁸ Las ambigüedades del debate, especialmente para el caso español, se pueden consultar en Zapata-Barrero (2008: 145-147) y en Zaguire (2006: 51-55), también en (Zapata-Barrero y González, 2006).

hasta llegar a convertirse en un ejemplo de la “comunicación como frontera”, en lugar de la “frontera como espacio de comunicación” (Reigada y Moreno, 2004: 16).

La construcción de la inmigración como un problema de seguridad se apoya en las tesis que han inundado el discurso político y social con conceptos como la amenaza a la sociedad de acogida, la incapacidad del sistema para permitir la entrada de más inmigrantes, la pérdida de puestos de trabajo para la población autóctona, el abuso del sistema de protección social o las críticas a una política liberal de inmigración con el argumento de que fomenta las entradas ilegales. El concepto de frontera que –como en el caso del Estrecho– coincide también con ruptura geográfica, adquiere la dimensión de criterio único y excluyente si se vive e interpreta anclado en uno de sus márgenes, ajeno al proceso histórico de la construcción de la nacionalidad.

La política de fronteras cerradas supone para Pajares (2000) distorsiones y costes como el de la expulsión de los inmigrantes, la asociación con la criminalidad, el incumplimiento de derechos humanos y la contradicción que representa frente a los intentos de integración:

Es más, en el discurso sobre la “inmigración no comunitaria” se difunde tanto la idea de que las situaciones de ilegalidad son producto de las entradas clandestinas de unos migrantes que recurren a todo tipo de argucias y procedimientos (pateras, mafias, etc.), como la de que con ello no tienen nada que ver ni los procedimientos administrativos ni las estructuras socioeconómicas transnacionales” (Santamaría, 2002: 111).

En este sentido, Zaguirre (2006: 42) destaca el beneficio político que se deriva de esta línea argumentativa del discurso cuando se presenta “como principal objetivo de la política comunitaria en materia de inmigración la persecución de las mafias de tráfico de personas y la lucha contra la inmigración irregular, equiparándolas y tratando de establecer una relación causa-efecto entre ambas”. Con estas estrategias, se refuerza el sentimiento de inseguridad, que no guarda relación con actos delictivos sino con el miedo colectivo a los cambios sociales, y en paralelo se compensa con la capacidad del sistema para regenerar el orden con la difusión de imágenes de un ‘problema’ que ya se encargan las fuerzas de seguridad de solucionar.

En la última década, los acontecimientos han reforzado la lógica securitaria, a

raíz de los atentados del 11 S: “Los avances en materia de inmigración y asilo se han visto frenados por una mayor dedicación a los apartados de seguridad y lucha contra el terrorismo (Zapata-Barrero, 2008: 54). En este contexto y en prevención de “lo peor” se genera un mal mayor⁵⁹: “Un totalitarismo legítimo en la defensa contra los peligros” (Beck, 2002b: 88).

Sin embargo, en torno a las mafias no se han esgrimido los mismos argumentos quizá porque se trata de uno de los elementos menos visibles del fenómeno migratorio, a pesar de su crecimiento (Pumares, 2002: 66). Las mafias han gozado de la ausencia de crítica en el discurso y en la representación (Troyano, 2001: 31) hasta fecha bastante reciente, a la vez que de una impunidad derivada del vacío legal hasta 1995, cuando en el caso español se incluyó como delito en el Código Penal. En la prensa española no aparece una mención a las mafias hasta el año 1998, con escasas referencias, según se iba incluyendo en el discurso político, y ya de una manera continuada a partir de junio de 1999, con el endurecimiento de condenas y las primeras detenciones (Sánchez y Aznar, 2002: 170).

Frente a esas ausencias en el imaginario de las sociedades receptoras, la imagen más repetida sobre la migración es la de las pateras que ha permitido que el tema de la inmigración se mantenga presente en las agendas políticas. La percepción de la presión migratoria no comunitaria ha aumentado de forma muy llamativa, desproporcionada respecto a la composición de la diversidad de los extranjeros (Campo, 2004: 26). El inmigrante de patera se muestra de forma sistemática con todas las características simbólicas que lo convierten en indeseable, que se asocia a imágenes del pasado, con su empeño por entrar en el país a pesar de la vigilancia y las barreras: “La eficacia simbólica del inmigrante ilegal es complementaria a su funcionalidad económica y constituye un poderoso dispositivo de referencia y normalización cultural” (Sierra, 2003a: 193).

2.3.4.3.- La investigación cualitativa sobre los migrantes y la televisión

En los últimos años se ha producido finalmente un cambio de perspectiva, un cambio metodológico y un nuevo plano en el análisis del conjunto de fenómenos que rodean la comunicación y la movilidad, hasta ahora vista desde la economía y la

⁵⁹ También en Mattelart (2009: 11).

demografía. A pesar de ello, hay pocos trabajos cualitativos que relacionen la comunicación con el impulso a las migraciones; entre ellos destaca el trabajo ya mencionado de Díaz Nosty (2006) que supone un importante avance en la relación entre comunicación y migración, pero que se enfoca hacia la influencia de los medios en las imágenes que los migrantes tienen de las comunidades de destino, a través de análisis cualitativos basados en entrevistas en profundidad, con la objeción de que se realizaron con posterioridad al hecho migratorio. Estos trabajos, aunque muestran rasgos singulares del imaginario de los migrantes como una construcción mítica de la tierra de destino, tienen como limitación que sus impresiones y opiniones, así como su capacidad para descodificar los mensajes, está ya influida por el contraste con su realidad una vez se han insertado en la sociedad de acogida.

Díaz Nosty (2007: 11) reconoce que no hay muchos estudios sobre el vínculo entre la comunicación y el deseo de migrar, aunque: “Su importancia es grande en el diseño de estrategias públicas relacionadas con la información de poblaciones muy sensibles a los estímulos creados por ciertos paraísos virtuales, que pudieran despertar expectativas falsas y, al tiempo, ejercer un peculiar efecto llamada”. En el mismo sentido, está el trabajo de González Cortés (2006), que en sus conclusiones destaca el peso de la difusión de imágenes sobre estilos de vida y desarrollo de los destinos migratorios.

Sin embargo, este imaginario y las representaciones sociales se resignificaron a partir de su llegada e inserción en el país de destino, cuando debieron enfrentar diversas dificultades para entender o desentrañar los códigos de funcionamiento de las sociedades europeas, lo que les obligó a incorporar, en su vida cotidiana, nuevos «ritos urbanos» y otras prácticas culturales a las cuales «se acostumbraron» (García y Verdú, 2008: 97-98).

Destaca también, por su carácter complejo y la atención prestada a los dos polos de la migración, la investigación de García y Verdú (2008) con un trabajo de campo en varias etapas, con diferente metodología –observación participante, entrevistas, conversaciones y resultados de investigaciones previas–. Las aportaciones más significativas de este trabajo se encuentran en el análisis sistemático de la conformación de los imaginarios migrantes, en origen y destino, y en la consideración de las interacciones comunicativas en la escala micro. Entre los campos comunicativos que

toma en consideración está, desde luego, el de los medios, aunque no ocupa un lugar primordial, sino en función de las mediaciones y de su integración en los discursos sociales. En sus conclusiones destaca el valor real que los migrantes dan a su sueño – construido en lo comunicativo– como parte de su realización personal; el resultado es un imaginario de gran densidad que “alienta la producción y reproducción de la migración” (García y Verdú, 2008: 98), aunque matiza que el ‘sueño europeo’ se regula al insertarse en el destino.

Labrín (2009: 69-71) mantiene la necesidad de investigar la recepción de la televisión en los extremos de los polos de la migración, en los lugares de expulsión y atracción, en relación con la identidad y el consumo de medios, así como la incidencia de los medios en la necesidad de migrar, ya que es allí donde “se conjuga con la promesa de un nuevo horizonte cuya principal experiencia de otredad es reconocida desde el sistema comunicativo”. Su propuesta coincide con la de este análisis en el nivel de la recepción específica y en la producción social de la comunicación, a partir de las imágenes de desarrollo que plantea la información televisiva. La migraciones y la comunicación representan la avanzada en la investigación y aplicación de nuevos códigos para la conectividad: “La irrupción de una comunicación intercultural mediatizada, representa un interesante punto de inflexión con las tradicionales formas de abordar el tema puesto que configura un nuevo objeto de estudio, escasamente abordado: el uso en tanto apropiación mediática” (Labrín, 2009: 71).

Uribe (2004) propone el análisis dinámico de la migración y el transnacionalismo en dos vertientes: la conformación de nuevos modelos de recepción televisiva, fruto de la desterritorialización, que proporcionan a los ‘receptores nómadas’ nuevas experiencias culturales y, de otra, la influencia de los medios en la migración y en la adaptación a la vivencia transnacional. Así entiende una nueva visión de los estudios de recepción atenta a que las audiencias superan y deslocalizan la contención de los Estados nacionales, es decir, que deben trascender de los referentes definidos y específicos de los segmentos de población y plantearse en función de ‘espectadores desterritorializados’. Su análisis se aproxima al planteamiento de las ‘esferas públicas en diáspora’ de Appadurai (2001: 37) fruto del cruce de la experiencia de dos flujos, el de la migración y de la apropiación cultural de los medios. Con el trasfondo de la comunicación mediática, pero centrada en las interacciones sociales y los procesos intersubjetivos, León (2009) también entiende que el análisis de la migración es un campo pendiente, de gran interés, que vincula con lo cultural y en especial hacia los

sujetos sociales. Entre las pocas investigaciones cualitativas y referencias de este campo destaca Cogo, Gutiérrez y Huertas (2008), una visión completa con entrevistas en dos continentes sobre la relación entre la comunicación y las migraciones.

Hay otros estudios de interés sobre el tema, como el análisis conjunto de los dos vectores de la migración y la comunicación sobre la identidad y la cultura regional, de Gendreau y Giménez (2000); García y García (2002) aplican el análisis a las prácticas y el estímulo del consumo, mientras que Malgesini (2004) plantea un marco teórico en su propuesta sobre el ‘efecto demostración’ y la imitación de modelos de consumo considerados superiores. Boira (2008: 288) cuestiona las orientaciones académicas de la investigación sobre este campo porque presentan una centralidad sobre la comunicación mediocéntrica, dejando a un lado otros aspectos como el papel de las asociaciones en la migración, el consumo de medios o el papel de la comunicación contra la exclusión. Estos aspectos con los que permiten reconstruir lo social a través de la comunicación, al margen de los intereses de los grupos mediáticos. El panorama se completa con estudios recientes publicados sobre los vínculos entre la identidad migrante y el consumo cultural, pero siempre en sus comunidades de destino y en dos direcciones diferentes: la reconfiguración identitaria ante las televisiones nacionales de sus países de origen, o para el caso de la recepción de las grandes cadenas transnacionales. En ambos casos, son investigaciones que no profundizan en los deseos y la voluntad de migrar sino en el peso de la identidad y en la creación de comunidades una vez se instalan en los países de acogida⁶⁰.

Vemos que, en general, la investigación se ha ocupado de la relación entre comunicación y migraciones pero en aspectos como las identidades y alteridades, especialmente. Así, durante décadas han dominado los de la construcción de los mensajes mediáticos sobre la migración –de forma sistemática hasta construir una crítica exhaustiva del periodista como único responsable de la producción informativa

⁶⁰ Entre los ejemplos, cabe citar los de Haydeé Chavero y Núria García-Muñoz “Los hábitos del consumo televisivo de una comunidad extranjera: el caso de estudiantes latinoamericanos en Barcelona” (The television viewing habits of a foreign community: the case of Latin American students in Barcelona), disponible en http://www.ehu.es/zer/zer19/zer19_13.pdf; John Sinclair “De latinoamericanos a latinos. La televisión en español y sus audiencias en Estados Unidos” en Telos cuadernos de comunicación e innovación, disponible en <http://www.campusred.net/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=1&rev=64>; y el de Blanca Chong López y José Luz Ornelas López “La identidad del mexicano y la recepción de películas estadounidenses en el público de Torreón, Coahuila”, disponible en <http://www.lag.uia.mx/buenaval/buenaval3/b031aidentidaddelmexicano.pdf>

de la exclusión—, los centrados en las actitudes de las sociedades de acogida y los que se ocupan de las cuestiones identitarias. Por tanto, el panorama de la investigación en el campo conjunto de la movilidad y la comunicación necesita incorporar las perspectivas fruto de la subjetividad y la intersubjetividad, los estímulos emocionales, las interacciones, las estrategias y formas de ganar valor que perciben los individuos, los factores de expulsión, los imaginarios individuales y colectivos. Todo ello en el marco del cruce del sistema productivo con el de consumo, que estimula permanentemente la comunicación y la movilidad y que desplaza la centralidad del trabajo y del argumento laboral hacia una cultura del ocio y el consumo.

2.3.4.4.- La construcción mediática de la migración

Para Malgesini (2004: 46) la comunicación juega un papel central en la conexión de los discursos sobre la migración:

La comunicación es el vehículo que conecta los niveles estructurales, sistémicos e individuales: es el medio por el que la historia de las sociedades marroquí y española se transmite, recrea y deforma a través de los años; son las imágenes que muestran el papel que asumen cada uno de estos países; son las visiones que muestran los conflictos entre las identidades tradicionales y las fuerzas modernizadoras

La relación comunicativa redefine las identidades dentro de la complejidad creciente: respecto a la cultura y sociedad de los individuos en origen, en el sentido de la reconfiguración de las sociedades de la movilidad y la comunicación, con atención a los cruces y mestizajes fruto de estas dinámicas. Son procesos que configuran nuestra visión propia y de lo ajeno porque su contexto de *transnacionalismo mediático* (Uribe, 2008) obliga a una reflexión alrededor de “cómo los complejos procesos que envuelven dos o más regiones culturales son impactadas por la apropiación de las formas simbólicas o mensajes producidos por instituciones comerciales legitimadoras del campo del entretenimiento público”. Uribe, apoyándose en Thompson, describe las características de los migrantes transnacionales en función de sus relaciones con las estructuras productoras de contenidos, del valor simbólico y económico que les asignan, de su reinterpretación de los mensajes, del acceso a productos manufacturados también transnacionales y por la recepción de la comunicación en diferentes lugares del mundo, a modo de audiencia compleja e híbrida. Una muestra de ello es que no sólo las

televisión por satélite sino incluso la propia televisión nacional marroquí alimenta el sueño migratorio cuando difunde imágenes del emigrante de vacaciones con la ostentación del triunfo de la experiencia en forma de coche nuevo, dinero y regalos: “la amalgama entre emigración y éxito juega un papel decisivo entre aquellos que continúan en el país” (Fibla, 2005: 132-134).

En ese sentido, Aguado (2003: 34-35 y 48) mantiene que los media configuran la experiencia individual y desplazan el núcleo de la socialidad, porque son un elemento central de la redistribución de la experiencia. En este consumo de experiencias mediadas:

el resultado de la confluencia entre espectáculo y simulacro no es sólo la vivencia del yo como otro, al modo de una proyección sin punto de partida, sino, por ello mismo, la supresión del otro como sujeto en beneficio de una otredad subordinada a la propia vivencia.

Las formas de resistencia al modelo comunicativo imperante se convierten en un campo paradójico en la mayoría de los casos, pero sobre todo para culturas musulmanas cuya expresión de afirmación se enquistó en el pasado –por sobrepresencia de la diferencia que genera aislamiento, por resistencia y respuesta a los discursos transnacionales– rompiendo la tendencia homogeneizadora de las manifestaciones culturales impulsadas por la globalización. Sierra (2006: 99) mantiene que las formas de resistencia anticapitalista son luchas de afirmación étnica bajo la contradicción entre la oposición y control entre los códigos culturales propios y su presencia en los flujos mediáticos; como alternativa propone un replanteamiento de las políticas culturales: “Las migraciones contemporáneas plantean la necesidad de una reformulación político-cultural de la tradicional articulación entre lo global, lo regional y lo local por los alineamientos cambiantes de los parámetros geopolíticos, simbólicos y estructurales de la nueva sociedad de la información”. Defiende su propuesta desde el ámbito del diálogo y la solidaridad para romper la segregación en la producción mediática del extranjero y, especialmente, del inmigrante.

Malgesini (2004) identifica los efectos demostrativos positivos sobre las migraciones relacionados con el consumo de bienes simbólicos y caros a través del análisis de una investigación sobre testimonio de migrantes marroquíes residentes en Madrid y llegados en los tres últimos años. Resulta curioso que los medios de comunicación no figuren en ningún caso como un elemento clave en los testimonios de

las mujeres y que sin embargo el 5,3 % de los hombres lo citen expresamente (Malgesini, 2004: 51). Cuando se cuestiona en concreto sobre la televisión, este porcentaje aumenta –nuevamente en su gran mayoría hombres– al 19,2 %, frente al 8,1 % por la radio y el 6,1 % de la prensa escrita.

Los trabajos e investigaciones sobre la construcción mediática de la migración, en una gran diversidad de enfoques y puntos de vista, son muy numerosos. Entre ellos, cabe destacar los que tratan las relaciones generales entre la comunicación y las migraciones, que ya hemos citado en el desarrollo del marco teórico y contextual de esta investigación, como son los de Checa (2008), Nash (2005), Sampedro (2003), Bañón y Fornieles (2008), Bañón (2002), Sierra (2003a), Gifreu, Ruiz, Corbella, Gómez y Pérez (2004), Lorite (2004a y 2004b), Santamaría (2002a y 2002b), van Dijk (1997), Contreras, González, y Sierra (2003), Castles (1998 y 2004), García y Verdú (2008), González Cortes (2006), Labrín (2009), Malgesini (2004 y 2008), Moraes Mena, (2007), Suárez Navaz, (2007 y 2008), Uribe (2008 y 2004). También hay otros muchos sobre el tratamiento de la población migrada en los medios de comunicación de las sociedades receptoras Cogo (con Lorite, 2004; con Gutiérrez y Huertas, 2008), Bañón (2003), Velázquez (2002), Santamaría (1993 y 1994), Checa (2002), Bodas (1994), Castelló (2008: 234-240).

2.3.4.5.- La representación mediática de la migración marroquí

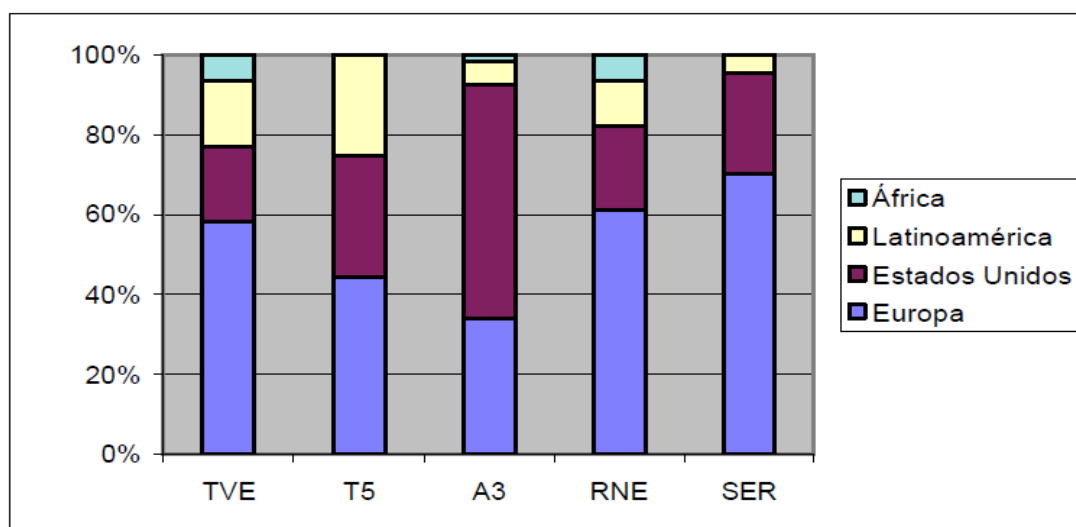
Para abordar la representación de las migraciones marroquíes que se realiza en la orilla Norte del Mediterráneo vamos a centrarnos en el caso español en el que probablemente se registre la mayor abundancia de casos dado el fácil acceso que los medios de comunicación tienen a la llegada de embarcaciones. Pero, para ello, es necesario precisar en primer lugar las deficiencias del sistema de medios español que pasan por el predominio de los medios unidireccionales como instrumentos comerciales de grandes empresas, en su mayoría del sector audiovisual. La financiación publicitaria ha sido la nota dominante de este panorama hasta 2010, año en que ha comenzado a plantearse otro tipo de alternativas para los medios de comunicación de titularidad pública. Los medios públicos incluso se caracterizan por ser poco democráticos, faltos de transparencia —que en ocasiones alcanza a sus fuentes de financiación e ideología—, así como por no incorporar la participación en su gestión, con la única excepción de

los consejos de administración de los entes públicos, que son de nuevo otra esfera política.

Los medios españoles presentan una escasa interculturalidad en sus redacciones y plantillas que, en general, están integradas casi exclusivamente por periodistas nacionales, una cuestión que limita también el acceso de los migrantes a los medios y una visión más plural. Como muestra, baste mencionar que se trata de medios que prestan muy poca atención a las comunidades y países de origen de los migrantes, a pesar de que se trata de un sector creciente de la audiencia. Los datos concretos sobre contenidos relacionados con las zonas de origen de los migrantes los refleja Lorite (2002) en su chequeo de los medios españoles y su relación con las migraciones.

Radio y televisión. Ámbito estatal. Mayo-junio 2002

Porcentajes de tiempos destinados a las zonas de origen de los inmigrantes



Fuente: Lorite (2002).

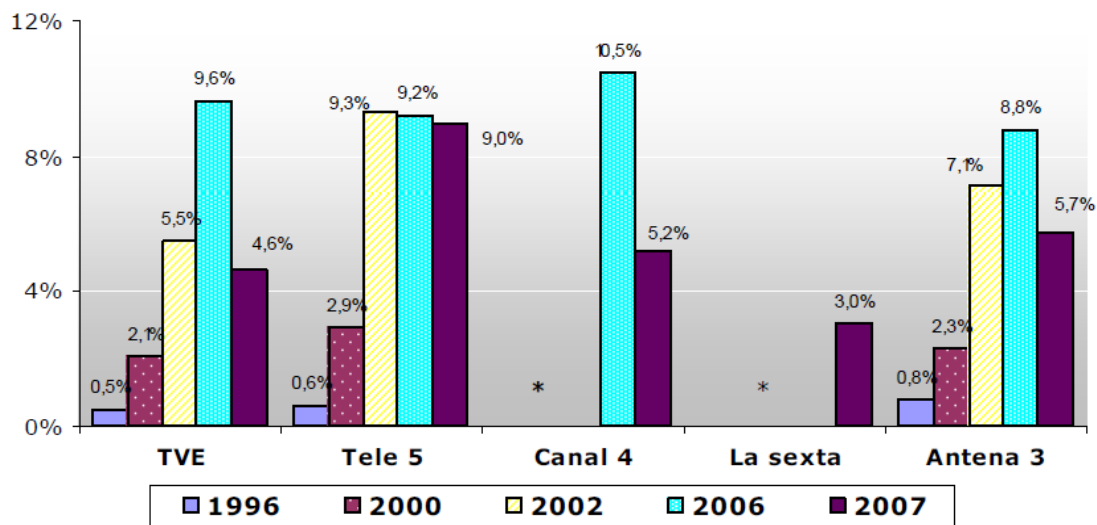
El análisis sobre el tratamiento periodístico de las migraciones en el caso español se ha centrado casi siempre en el estudio de la prensa desde la construcción de estereotipos y de los sesgos xenófobos que les acompañan. En cuanto a la representación televisiva de los migrantes, los estudios en general son más recientes y menos numerosos. Desde 1996, Nicolás Lorite (2000, 2002, 2004, 2006 y 2007), a través del Observatorio y grupo de investigación sobre migración y comunicación de la Universidad de Barcelona (MIGRACOM), ha indagado el tema a través de diferentes muestreos a la producción informativa de los noticieros de televisión.

El esquema utilizado por Lorite es un modelo de indagación socio-informativo en el que la unidad de estudio está constituida por la noticia en función de una serie de características que, en términos generales, se resume en: el tiempo que ocupa, el ámbito de difusión, su ubicación en los bloques temáticos, los grandes temas informativos relacionados con la migración, y la comparación de esta temática con otros temas, así como un conjunto de ítems relacionados con la calidad informativa. El estudio, como hemos visto, incorpora también la valoración de las noticias producidas sobre los lugares de origen de las comunidades migrantes residentes en España.

A lo largo de las diferentes oleadas del análisis hay una información sobrada para ver la evolución en el tratamiento informativo de la migración en las televisiones españolas, así como las diferencias que se registran entre las distintas cadenas de televisión. En general, se puede decir que mientras el informe de 1996 mostraba una mirada bipolar de los medios sobre una realidad migratoria que no afloraba con presencia en los informativos, en la del año 2000 el foco de atención estuvo centrado en el impacto de las llegadas numerosas de migrantes sobre todo en la zona del Estrecho de Gibraltar y se caracterizó por un tratamiento relacionado con las 'avalanchas'. Por último, según Lorite (2002), el cambio se registra hacia la incorporación de una mayor diversidad y una mirada multipolar sobre un fenómeno con el que se convive a diario.

Todo ello gracias a que a lo largo de los años ha perdido importancia el valor de las llegadas de migrantes respecto al proceso migratorio y la integración. Hay un efecto de repetición en el tratamiento informativo por parte de los diferentes medios, pero también otra constante: el peso de las pateras en el retrato de la migración extranjera.

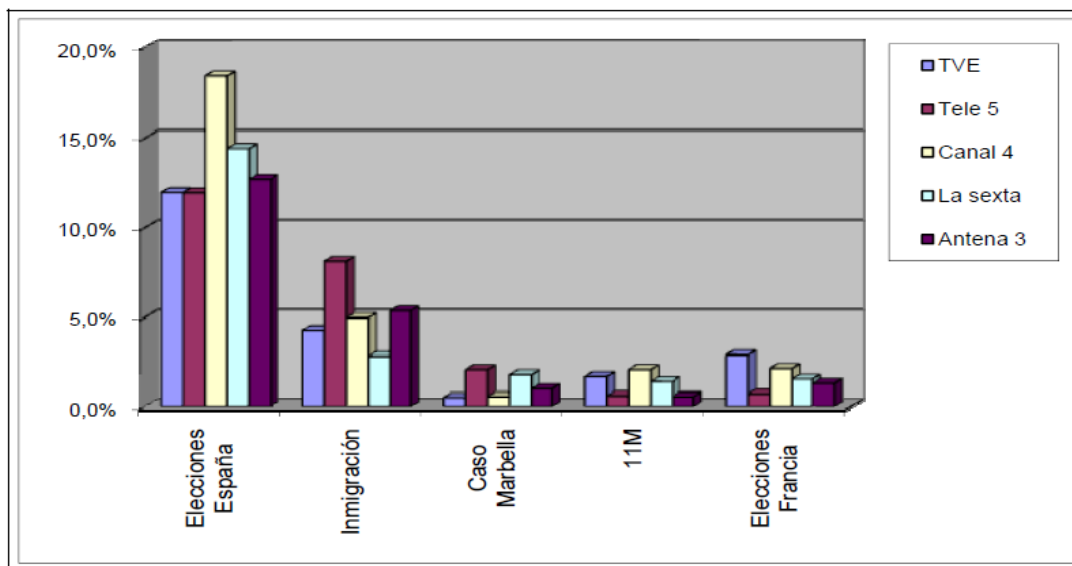
**Evolución de la presencia de la inmigración. (1)
Televisión. Ámbito estatal. 1996-2007**



- (1) Informativos de tarde-noche del Lunes 30 de abril al domingo 3 de junio de 2007, del 1 de mayo al 4 de junio de 2006, del 27 de mayo al 16 de junio en el 2002, del 22 de mayo al 19 de junio del 2000 y del 6 de mayo al 2 de junio del 1996.
- (2) Canal 4 contabilizado desde el año 2006 y La Sexta desde el año 2007.

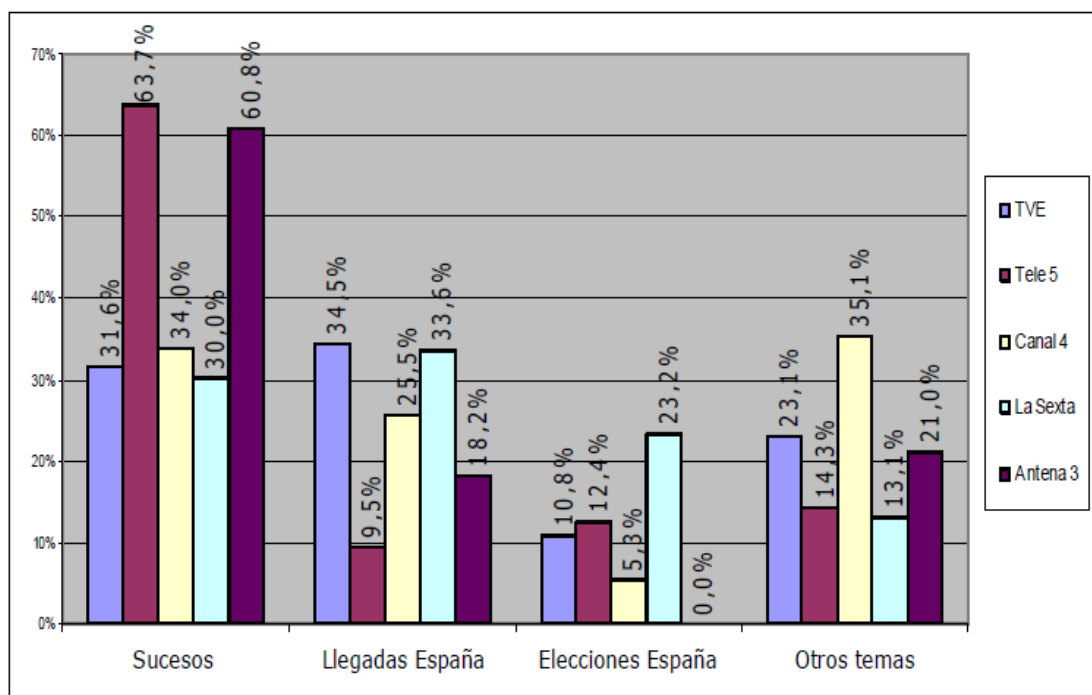
Fuente: Migracom (2007).

**La inmigración y los otros temas. (1)
Televisión. Ámbito estatal. 2007**



Fuente: Migracom (2007).

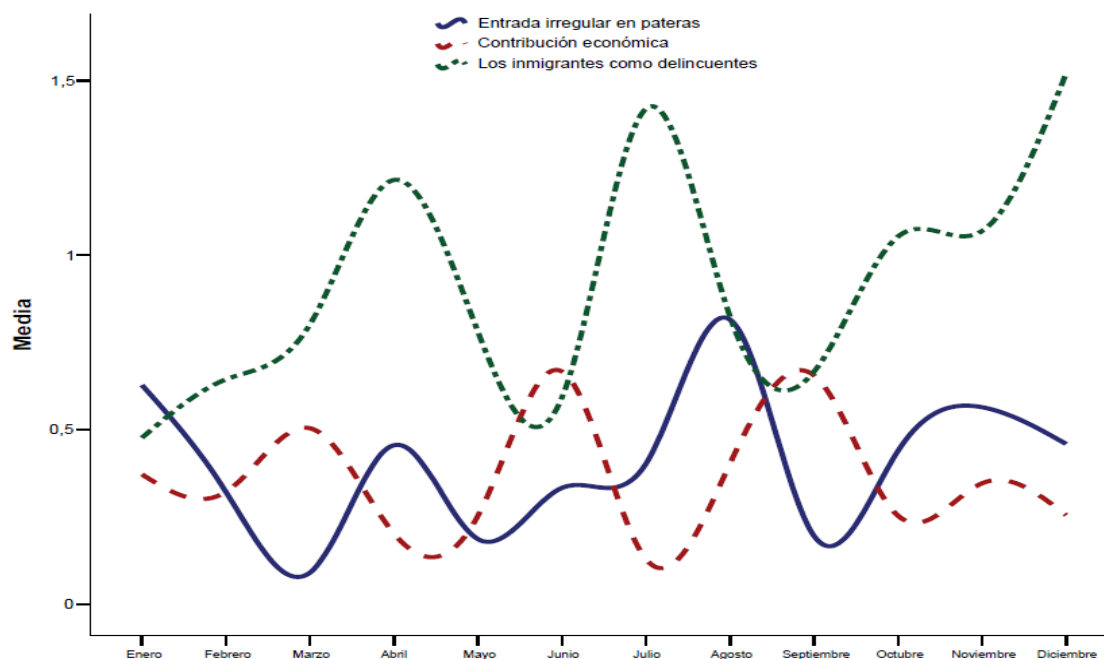
**Temáticas informativas sobre inmigración. (1)
Televisión. Ámbito estatal. Año 2007**



Fuente: Migracom (2007).

El otro gran grupo de análisis sobre el tratamiento televisivo procede del Observatorio de los Contenidos Audiovisuales, un grupo de investigación de la Universidad de Salamanca, que dirige Igartua, bajo el que se han realizado numerosos análisis de los contenidos mediáticos y, especialmente, de los televisivos. En ese sentido, son de señalar las siguientes publicaciones: Igartua, y Muñiz (2004); Igartua, Muñiz, y Otero (2006); Igartua, y Muñiz (2007); Muñiz, Igartua, Otero, de la Fuente (2007); Muñiz, Igartua, Otero y de la Fuente (2008); Igartua, Otero, Muñiz, de la Fuente, Cheng, Gómez, Frutos y García (2008b); Muñiz, Igartua, de la Fuente y Otero (2008c). En la mayor parte de los casos se trata de análisis comparativos, desde la teoría del encuadre, sobre el tratamiento informativo de la inmigración en prensa y televisión, cuyo contenido muestra, al igual que en los estudios de MIGRACOM, una tendencia generalizada a enfatizar los aspectos negativos y una vinculación con la delincuencia en la que la televisión juega un papel importante por su mayor sensacionalismo. La selección de encuadres dominantes de los medios, también en sintonía con el mencionado estudio, prioriza la llegada irregular en pateras, así las noticias sobre sucesos en las que están involucradas personas inmigrantes.

Encuadres noticiosos televisiones nacionales 2004



(Muñiz, Igartua, Otero, de la Fuente, 2007)

La representación de la migración marroquí en Europa, y mucho más en España, está condicionada por las imágenes de las frágiles embarcaciones, pateras y cayucos, que han difundido hasta la saciedad las televisiones de todo el mundo. Es la imagen que sintetiza y expresa el tránsito de los migrantes y todavía más en concreto la de los marroquíes⁶¹, la única que adquiere visibilidad pública, y su reiterada aparición en los medios ha hecho que se convierta en un tema sensible para los habitantes de las dos orillas: “La televisión ofrece de nosotros la imagen de un país que no es más que una flota incesante de pateras y una juventud desesperada que prefiere morir en alta mar a regresar a su país” (Nini, 2002: 73). Cogo y Lorite (2004) investigaron el impacto de esa imagen en los migrantes de otras nacionalidades –en lo que califican de un fenómeno único de España– hasta concluir que la imagen de las pateras es la más perturbadora que encontraron los inmigrantes en los primeros días de su llegada a nuestro país; la construcción de este modo de ver al inmigrante –piensan– es un hecho asociado a la construcción regional de Europa y a la reorganización de los conceptos

⁶¹ La diversidad de orígenes de los migrantes que llegan a España ha modificado la identificación sistemática que se realizaba entre marroquí e inmigrante en las encuestas de opinión pública, aunque se mantiene como la predominante –incluso con el cambio de diseño de encuestas (Cea D’Ancona y Valles, 2009: 56). Granados (2002) vincula el encuadre preferente en las noticias sobre migraciones con las respuestas dominantes en las encuestas de opinión durante la década de los noventa. De hecho, de una forma sistemática ya figuraba en encuestas anteriores (Estudio 2214, CIS, 1996) la asociación “inmigrante extranjero” con “marroquí que llega en patera”, en proporciones que llegaron a superar el setenta por ciento de las respuestas.

“*nosotros*” y “*los otros*”. La sobrerrepresentación de estas noticias –la sobreinformación– ha sido un fenómeno generalizado (Lorite, 2004a; Checa, 2002: 427; van Dijk, 2003: 63); y la abundancia de información que lleva a la desinformación, a lo oculto⁶² (Gubern, 1996: 124), e incluso a la censura (Ramonet, 2001: 40-42). La insistencia de las imágenes de pateras ha ocultado las inmigraciones ricas, las más aceptadas por el imaginario español, y así las ha alejado de su estigmatización. El resultado de la insistencia en la imagen de los clandestinos es “una sola mirada y muy negativa de la inmigración” (Lorite, 2004a: 11). La patera y su imagen son, por tanto, un producto mediático y da pie a la creación de la *realidad emergente*: una combinación del efecto de la recepción de los mensajes y el imaginario colectivo: “Los estereotipos son indispensables para poner en marcha los procesos de conformidad” (Noëlle-Neumann, 1995: 198).

Los medios han difundido sobre todo la imagen de esta migración irregular, pero que sintetiza la del conjunto de las migraciones está relacionada con la ilegalidad y el delito (Santamaría, 2002: 111; Pérez-Díaz, Álvarez-Miranda y González Enríquez, 2002: 192 y 216). Incitan al miedo, la compasión, la caridad, la tolerancia (Velázquez, 2002: 52; Bañón, 2002: 90; Al-Jabiri, 1994: 180; Martín Muñoz, 1994: 283), fomentan el paternalismo (van Dijk, 2003: 66; Giró, 2002: 17 y 19), el victimismo que, en principio, evita buscar la responsabilidad de la situación (Gifreu, Ruiz, Corbella, Gómez y Pérez, 2004: 13; Lorite, 2004a: 214). Los gobiernos han jugado un papel decisivo en la regulación de la visibilidad de las migraciones y las pateras⁶³ así como en las detenciones, porque no hay que olvidar que siempre estas cifras muestran el comportamiento de los extranjeros pero también de las fuerzas de seguridad (Pérez-Díaz Álvarez-Miranda y González Enríquez, 2002: 109). Este tipo de tratamiento informativo, que va evolucionando pero todavía se mantiene, no considera a los migrantes portavoces; se habla de ellos pero sin contar con ellos y los convierte en objetos, pero no en sujetos (Santamaría, 1994: 211; Foucault, 2000: 16; Lorite, 2004a: 30). Los portavoces son institucionales y políticos porque gozan de un plus de credibilidad (Velázquez, 2002: 53; Lorite, 2004a: 187). No hay que olvidar que el discurso político público está en función del contexto social y de las situaciones políticas, de las relaciones de poder, las ideologías nacionales y la autoridad de los

⁶² Durante años, esta representación ocultó la existencia de mafias, un tema con escasas referencias hasta el año 2000 (Troyano, 2001: 31; ONU, 2004: 13; Belguendouz, 2002: 51-52), pero también de la existencia de focos de economía sumergida que incentivaban la dinámica de la migración irregular.

⁶³ En España se llegó a prohibir la grabación de los migrantes detenidos en 2001 y se limitó el acceso de la prensa a los centros de internamiento, con una repercusión mediática en el descenso de este tipo de noticias, que recoge Lorite (2004: 12).

grupos dominantes (Van Dijk, 2003: 118).

Con la suma de estos efectos se fomenta la cultura de la exclusión, una representación que, en sí misma, constituye un ejercicio de ‘violencia simbólica’ –como lo denomina Bourdieu–, un ‘secuestro de la experiencia’ (Giddens) o un “escenario de violencia” (Cogo y Lorite, 2004) (Imbert, 1993: 91), que se ha generado en torno a las migraciones en España.

La información sobre los cayucos y las pateras, las detenciones de migrantes, se ha espectacularizado siguiendo el modelo tipo *CNN* de información en directo, una ideología de la información que confunde ver con entender porque olvida el contexto y desaloja sus significados. La dificultad para comprender lo visto (Arroyo, 2000: 74) se debe a un efecto de enjaulamiento: “lo visible nos aprisiona en lo visible” (Sartori, 1988: 85). Este modelo de producción televisiva se aleja de la información porque está destinada a “conseguir formas de movilización puramente sentimentales y caritativas, o apasionadamente agresivas y cercanas al linchamiento simbólico, con los asesinatos de niños o los incidentes asociados a grupos estigmatizados” (Bourdieu, 1997: 75). Son formas de demagogia y apelación emocional que anulan la reflexión sobre las que Bourdieu no duda en afirmar que tienen efectos de *censura* más eficaces que los de una burocracia o una intervención política deliberada.

En su desplazamiento, los migrantes y las migrantes se enfrentan a nuevas reglas de exclusión. Las sociedades receptoras desarrollan normas, conceptos y estrategias sociales que definen la suerte y el futuro de estos individuos como la aculturación, la integración o la asimilación; también fórmulas de rechazo en función de cómo estos migrantes promuevan los cambios, desde dentro o desde fuera; según la manera en que viven la realidad, desde la trasgresión o desde la resistencia.

El extranjero se convierte, antes de su integración en la sociedad, en un producto mediático, un objeto de consumo. Los medios ejercen un monopolio sobre la experiencia del recién llegado configurándolo como el Otro cultural que, por diferente, sirve más a los intereses del mundo económico. La televisión se rinde a este juego que, desde cada terreno, va restando autonomía al propio medio de comunicación y, progresivamente, lo despoja de su esencia informativa.

3.- DE LO LOCAL Y DE MARRUECOS

Después del análisis teórico-conceptual sobre el imaginario, los flujos y la movilidad transnacional, tratando de deslocalizar la mirada hacia la globalidad, nos detenemos en Marruecos como estudio de caso. Tomamos conciencia –parafraseando a Appadurai (2001: 33-34)– de la contradicción que hay en centrarnos en un Estado-nación tras la crítica a la construcción de fronteras, a los poderes estatales y a las ambigüedades y paradojas de los nacionalismos. Por eso, la forma de plantear esta referencia –esencial en la investigación– es, desde luego, un modo y un punto de vista para hacer operativo este estudio, así como también:

Un lugar desde el cual examinar el modo en que cobra cuerpo lo local en un mundo en que se globaliza, el modo en que los procesos coloniales suscriben el panorama político contemporáneo, el modo en que la historia y la genealogía se afectan mutuamente, y cómo los hechos globales adquieren una forma local (Appadurai, 2001: 33).

Resulta curioso cómo desde la India de Appadurai (2001) o desde la Colombia de Martín Barbero (2009) la reconstrucción de lo local –al igual que desde la localidad de muchos otros científicos– se apoya en la interrogación sobre las mismas cuestiones, se buscan referentes situados para la investigación que se aferran con la misma fuerza de las ideas de pertenencia de nuestros migrantes. Incluso para las visiones más globales de las prácticas culturales y comunicativas “toda interacción cultural es realizada siempre por actores *situados*”, tanto espacial como temporalmente (Martín-Barbero, 2009: 12). La reconstrucción personal y ciudadana entre los flujos de la *ubicuidad* y la *asincronía* genera “nuevos modos de *sentir la pertenencia a territorios*, de convivir en la heterogeneidad y del *empoderamiento local* en la toma de decisiones” (Martín-Barbero, 2009: 26).

Los dos movimientos de desidentificación nacional que detecta Martín Barbero (2009, 27-28) –desde ‘afuera’, por las tendencias de la globalización, y desde ‘adentro’ por la movilización de las sociedades a través de las etnias, el género, la edad o lo nacional– se cruzan también en este caso.

3.1.- El contexto de las migraciones

El análisis del contexto migratorio se inscribe en lo transnacional en la perspectiva que ha señalado Suárez (2008: 59), cuando defiende que sus conexiones tienen una gran importancia para los estudios culturales, la visión posmoderna y la desarticulación colonial como fenómeno heredero de situaciones históricas anteriores, pero vinculado a las nuevas tecnologías de la comunicación y al transporte. Zolniski y Canales (2001) describen las aportaciones culturales de este punto de vista en clave transnacional como “una forma particular en que las redes y el capital social y cultural de una comunidad se expanden y consolidan en espacios cada vez más amplios y distantes”. El Informe sobre el Desarrollo Humano (PNUD, 2009: 19) defiende este valor: “Nuestro énfasis en la forma en que la migración mejora la diversidad cultural y enriquece la vida de las personas movilizand o habilidades, trabajo e ideas se basa en el análisis del Informe sobre Desarrollo Humano 2004, el que se abocó a la función de la libertad cultural en el mundo diverso de hoy”.

Ya hemos mostrado que en la globalidad hay una atención creciente por parte de los sujetos hacia el imaginario, la identidad, el consumo o la movilidad, y cómo se configura la realidad en la subjetividad y la intersubjetividad. Por eso, para describir la trayectoria y sentido de los migrantes en la globalidad, Mezzadra (2005) incorpora el valor subjetivo en la decisión de migrar a su tesis sobre *derecho de fuga*, de forma que logra superar la visión exclusivamente cultural y económica de la posición del migrante, a la vez que incluye la contradicción entre la libertad de movimiento y las fronteras en las que se muestra el poder. De esta forma, se inserta en los mecanismos de la dominación y el poder, pero también incluye entre las necesidades de los migrantes el orden de lo material y, sobre todo, de lo simbólico. De la confusión entre el acceso a los recursos económicos y el bienestar habla Martín (2003: 132) como parámetros propios de la civilización occidental: “Los valores que motivan a las personas para la acción están culturalmente definidos, y no siempre parecen ‘racionales’ desde una perspectiva exclusivamente económica”. Nos sumamos a la propuesta del Informe sobre el Desarrollo Humano (PNUD, 2009: 17): “Poner a la gente y su libertad en el centro del desarrollo tiene implicancias para el estudio del movimiento humano. En primer lugar, exige comprender qué hace que las personas sean más o menos móviles. Ello significa considerar por qué la gente decide desplazarse y qué tipo de limitaciones estimulan o

desincentivan dicha decisión”.

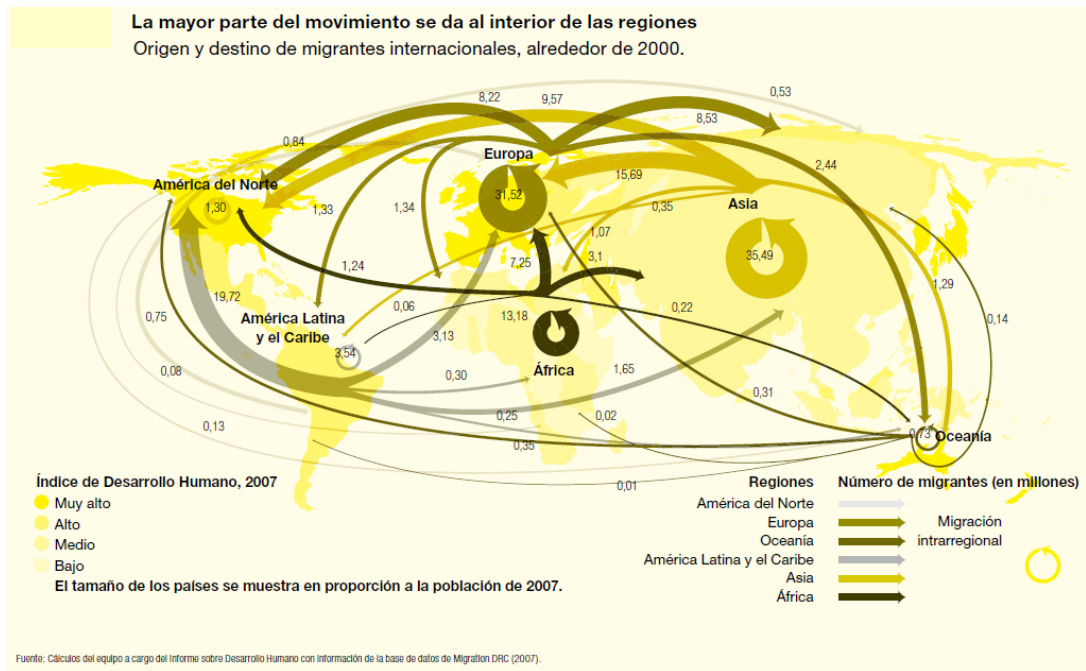
El Informe del Desarrollo Mundial (IDM, 2009: 15-19) destaca los patrones que dibujan las migraciones desde la geopolítica –a través de tres vectores: densidad, distancia y división– entre escalas diferentes: local, con un movimiento veloz hacia la densidad en los países de crecimiento marcado por el traslado del campo a la ciudad, con grandes concentraciones de población; nacional, en el que las personas tratan de reducir la distancia hacia los mercados y lugares prósperos para aprovechar las economías de la aglomeración; y, en el plano internacional, ligado al trabajo pero en función de la formación y la especialización profesional, hacia la competitividad. Así destaca el papel de la cooperación institucional en los movimientos migratorios de la población de África occidental respecto a otras zonas del continente menos integradas y que tienen como resultado mayores beneficios en el Norte.

Estos movimientos no han diluido la territorialidad desde la que se concibe la investigación científica y académica, quizá porque la visibilidad a través de los medios sesga tanto su percepción como su comprensión. Lo cierto es que describen una circularidad y tendencias que, en su conjunto, desdibujan el patrón único Sur-Norte: “alrededor del 60 % de los migrantes se traslada o bien entre países en desarrollo o entre países desarrollados” y, otro dato significativo, mientras la tasa media de migración desde países con desarrollo humano bajo es inferior al 1 %, la de los países con alto nivel de desarrollo se multiplica por cinco, es decir, llega al 5 %⁶⁴ (PNUD, 2009: 23-27). Para el caso genérico de la migración africana hacia Europa, a pesar de la atención que suscita en la política y en los medios, los datos arrojan una realidad bien distinta ya que sólo el 3 % de los africanos vive en un país diferente al que nació y sólo el 1 % reside en Europa. La situación se explica por el control y los requisitos de acceso de los países con mayor desarrollo económico: “En uno de cada 10 países, el costo del pasaporte es superior al 10% del ingreso per cápita; no sorprende entonces que estos costos tengan una correlación negativa con las tasas de emigración” (PNUD, 2009: 5). Esto produce incentivos para los traficantes, una construcción policíaca de los Estados en su esfuerzo por controlar los flujos migratorios ilegales, y una correlación negativa con las tasas de emigración. Pero también es un gran negocio que el Home Office de Reino Unido valoró entre 13.000 y 30.000 millones de dólares al año hasta convertirse,

⁶⁴ Desde 2008 se registra una reducción de la tendencia como consecuencia de la crisis económica (PNUD, 2009: 47), aunque no se espera que se incrementen los flujos de retorno puesto que están influidos por las perspectivas de reingreso hacia en el país de residencia.

según la Oficina de la ONU para el Control de las Drogas y la Prevención del Crimen, en el negocio más lucrativo (Bernaldo, 2004; y Pérez-Díaz, Álvarez-Miranda y González Enríquez, 2002: 14).

Gráfico 3.1. Origen y destino de migrantes internacionales en torno al año 2000



Fuente: PNUD, 2009: 26.

La geopolítica y la demografía registran un movimiento cada vez más denso de la población: unos 200 millones de migrantes internacionales y unos 740 millones de migrantes internos (PNUD, 2009: 2), es decir, una sexta parte de la población del planeta. Las migraciones han comenzado a ser universales y su movimiento será tan imparable como el territorio que la globalización ha ganado para la economía. La actual crisis económica tiende a frenar la tendencia desde 2008 y tiene repercusiones para los desplazados: la concentración de migrantes en países de economías más desarrolladas, que la sufren en mayor medida, hará probable que los migrantes padezcan la peor parte de sus consecuencias y no sólo en la OCDE, sino también en el Golfo, África Meridional y Asia Oriental (PNUD, 2009: 46-47).

El viaje de la migración se puede interpretar, por tanto, en otras claves, además del trabajo y la fuga: como un itinerario hacia la movilidad social, hacia la incorporación al mundo idealizado que reflejan los *mass media* o hacia la sociedad de

consumo: “Los miembros de una sociedad de consumidores son ellos mismos bienes de consumo, y esa condición los convierte en miembros de buena fe de la sociedad” (Bauman, 2007: 83). La atracción hacia los mundos opulentos se ha estimulado a través de un flujo de promesas para los hombres y mujeres olvidados, promesas para trabajadores que ya no son necesarios pero que viajan hacia la seducción de unos mensajes que, en realidad, les llevan a un itinerario de flujos no deseados por los Estados y por la lógica del poder.

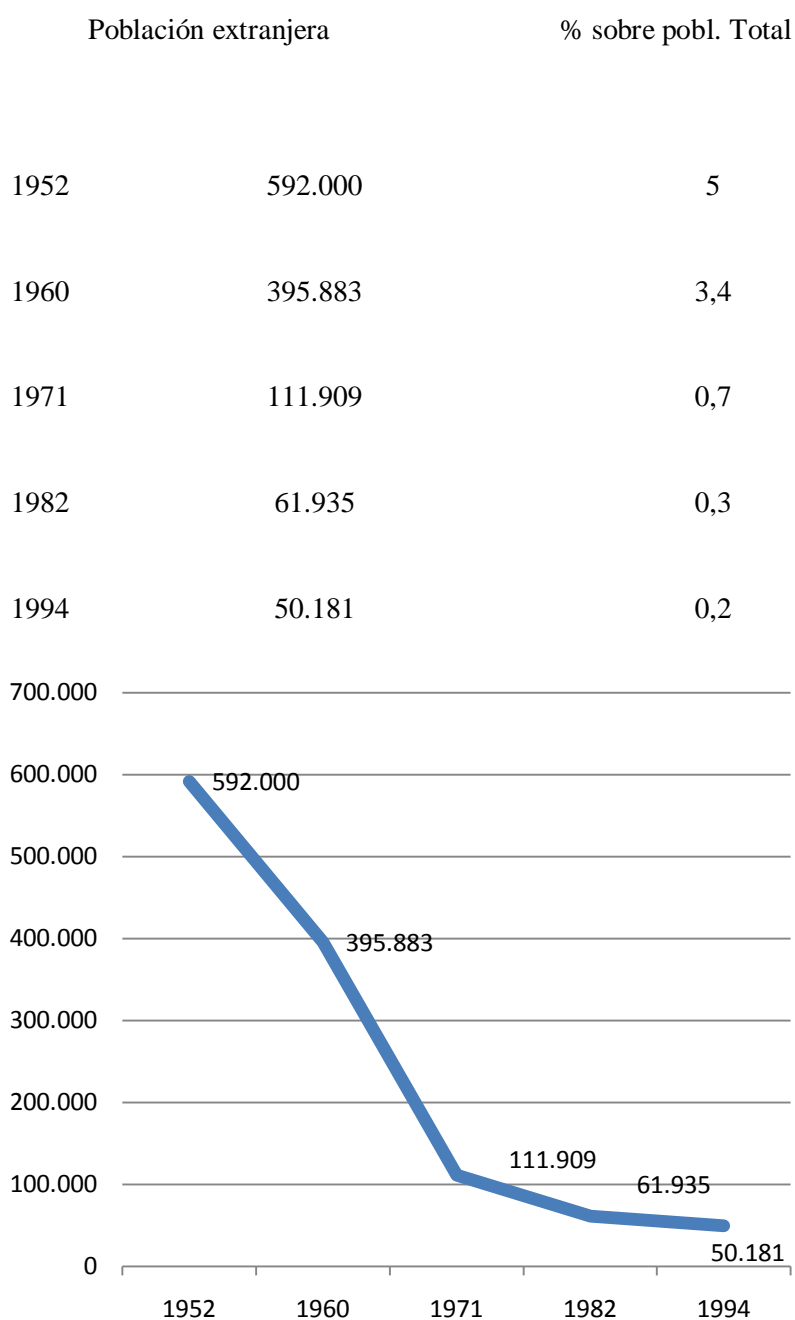
3.1.1.- Marruecos en las migraciones

Por su posición de encrucijada, geográfica, cultural y social en la globalidad, Marruecos es un caso de estudio de enorme interés, pues la historia y la actualidad muestran cómo ha sido y es a la vez un país de origen, paso y destino de los movimientos de los migrantes. La historia, porque a lo largo del siglo XIX las conexiones del Norte de África con el resto del continente discurrían a través de tres corredores en los que Marruecos ha jugado un papel fundamental⁶⁵: hacia Occidente, que alcanzaba la curva del Níger; hacia el Sahel y el desierto; y el que cruzaba el Sahara hacia Sudán y Congo septentrional. En estas conexiones se relacionaba el mundo árabe y bereber con el negroafricano, en contextos fluidos e híbridos que se fragmentaban en las fronteras a través de clanes, familias y tribus en permanente negociación entre la alianza y la ruptura (Mbembe, 2008: 184-185).

También la práctica colonial hizo posible que, hasta la mitad del siglo XX, Marruecos acogiera la llegada de miles de migrantes extranjeros, sobre todo procedentes de Francia y España, que llegó a suponer un 5 % de la población autóctona en 1952, con unos 529.000 extranjeros residentes (CIDOB, 2002: 520-521)⁶⁶. La independencia marroquí, en 1956, marca la tendencia inversa con la vuelta de los migrantes europeos a sus países de origen y un nuevo flujo de marroquíes hacia esos mismos destinos – Francia y España, sobre todo– así como también hacia Alemania, Países Bajos y Bélgica, cuando se produjo la demanda de mano de obra en esos países. A mediados de los 70, el 3 % de la población marroquí –un total de medio millón de personas– había migrado.

⁶⁵ Itinerarios que guardan relación con los actuales del desplazamiento de los migrantes desde el África Subsahariana.

⁶⁶ Resulta interesante observar esos mismos movimientos desde España, y más en concreto desde Andalucía, en Contreras-Pérez, F. (2000: 117-120).

Gráfico 3.2. Población extranjera en Marruecos (1952-1994)

Fuente: CIDOB, 2002: 520.

Dentro de los flujos internacionales, Marruecos canaliza la mayoría de los recorridos Sur-Norte de los migrantes nacionales, subsaharianos y, también, de los asiáticos –aunque en menor medida–. Así se ha convertido en un país de tránsito de la migración, especialmente la irregular, hacia Europa, en unos corredores que se integran

en la llamada “ruta azul” (CIDOB, 2002: 525) y que responden a rutas tradicionales, es decir, siguiendo tres patrones en la cuenca mediterránea (Baldwin-Edwards, 2007): de una parte, en sentido Sur-Norte desde el Norte de África hacia el Sur de Europa, sobre todo a Italia y España, pero también hacia Francia y Grecia; de otra, los flujos Sureste-Norte de migrantes asiáticos de Pakistán o de Bangladesh, así como de otros países africanos como Senegal o Nigeria y que cruzan el Mediterráneo por el Norte de África o por Turquía; y, por último, los movimientos Noroeste-Oeste desde países del Este Europeo hacia Grecia, Italia o España.

El cambio de signo en estos movimientos transnacionales se produce en Marruecos en 1995, a partir del crecimiento de los flujos procedentes de países subsaharianos y de la generalización de las migraciones como respuesta a los desequilibrios internacionales. El incremento progresivo del control en la frontera Sur ha provocado una concentración de migrantes subsaharianos en ciudades marroquíes como Casablanca, Tánger u Oujda, donde buscan empleo hasta reunir el dinero suficiente para dar el salto a Europa. Las concentraciones de subsaharianos en Tánger comenzaron a finales de los años 90, con ellas se justificó la progresiva impermeabilización de la frontera (Barros, Lahlou, Escoffier, Pumares, y Ruspini, 2002: 34-35). Esta presencia, que en ocasiones se termina convirtiendo en migración interregional, no se detecta en los censos de Marruecos donde la cifra de residentes subsaharianos es muy baja. En cualquier caso, se trata de una referencia clave para comprender la situación migratoria magrebí de los próximos años (CIDOB, 2002: 526). Por tanto, las migraciones en el Mediterráneo dan un protagonismo a Marruecos especialmente en el área euroafricana que ha servido para canalizar muchas de sus aspiraciones políticas y económicas ante España y Europa, tal y como muestra en su brillante tesis doctoral Iglesias (2008). En el mismo sentido se pronuncia Lahlou (2005, 120-128), después de realizar un repaso histórico a los movimientos de población en Marruecos, que vincula necesariamente con la pobreza y la falta de desarrollo de los países del Sur. Sin embargo, Aubarell y Zapata-Barrero (2004: 165) mantienen que no son los más pobres los que emigran, porque sólo los que tienen recursos financieros y contactos pueden seguir los patrones de movilidad.

Con este panorama, para De Haas (2009: 9), ha cambiado el signo de un país de tránsito a un país de destino ‘por defecto’ que establece un ‘puente’ entre las

tendencias migratorias del Mediterráneo⁶⁷. Pero, bajo ese puente, hay una fosa inmensa, el Estrecho de Gibraltar, que alberga a miles de migrantes que trataron de cruzarlo en pateras. La ONU cifra en más de 3.000 las muertes⁶⁸ en el Estrecho entre 1997 y 2005 (PNUD, 2009: 12). El primer naufragio de una patera en la costa española se registró el 1 de noviembre de 1988, tres años después de la Ley de Extranjería, y costó quince vidas y cuatro desaparecidos. Desde la aprobación de esa Ley ya se realizaban detenciones de clandestinos que habían llegado en barco y en pesqueros, así como en algunas pateras⁶⁹; después, aumentaron con la exigencia de visado para los marroquíes. Las muertes y el número de embarcaciones han crecido en paralelo a las restricciones legales y el incremento del coste de la aventura migratoria, en una dinámica que se ha realimentado en función de la visibilidad (Benítez, 2005).

Todos estos elementos han permitido el cambio de posición de Marruecos en la gestión de los flujos migratorios hasta convertirse en el ‘gendarme’ (Belguendouz, 2002) de la Unión Europea, de la que obtiene crecientes beneficios en función de sus demandas y su capacidad diplomática. La cuestión migratoria ha sido, a lo largo de dos décadas de negociaciones, uno de los asuntos predilectos de la diplomacia marroquí “para presionar a favor de la obtención de réditos en otras cuestiones, como por ejemplo las reivindicaciones territoriales, preferencias comerciales y ayuda financiera” (Iglesias, 2009: 610).

⁶⁷ La cuestión se explica en función de las desigualdades y desequilibrios de la renta per cápita entre Marruecos y países como Senegal, 2,5 veces mayor en paridad de poder adquisitivo, o Malí, 3,7 veces superior en los mismos términos.

⁶⁸ “Las muertes en el mar son ahora muy comunes y se estima que están por encima del 10 por ciento de las llegadas conocidas” (Baldwin-Edwards, 2007: 118).

⁶⁹ ATIME y “Pateras para la vida” ofrecen la fecha del naufragio de otra embarcación cerca de Marruecos el 19 de mayo de 1991, cuatro días después de la imposición del visado para los marroquíes que quisieran entrar en España. Belguendouz (2002: 47) también asocia la llegada de las primeras pateras con este nuevo requisito y recoge que, ese mismo año, se interceptaron cuatro pateras y se realizaron 447 detenciones. Con anterioridad a esa fecha El País (6/04/90) publicó la noticia de una detención con este titular: “Un marroquí, herido de bala cuando intentaba pasar ilegalmente a España”; se anunciaba ya la creación de un problema. La información no aclara las circunstancias de la operación ni los motivos por los que recibió el disparo; una noticia que pasó desapercibida y sobre la que no parece que se produjera una investigación.

3.1.2.- La evolución de la migración marroquí

El cierre de fronteras practicado por Europa para los trabajadores extranjeros en 1974 supone el primer frenazo a los flujos migratorios marroquíes y, en general, de todos los del Norte de África, aunque se mantiene la migración temporal en contingentes y comienza el despegue de la femenina como resultado de la reagrupación familiar (Refass, 1993). El fenómeno se registra –sin conflictos motivados por las percepciones– con un crecimiento lento pero sostenido hasta la entrada en vigor de Ley de Extranjería de 1985 –la europeización de la frontera Sur– y, en especial, con la exigencia del visado para marroquíes, y después hacia la “schengenización selectiva de las fronteras” (Ferrer Gallardo, 2008: 144); todo se orientaba en función de la preferencia europea en el origen migratorio, que ha condicionado la entrada de marroquíes. A pesar de ello, varios países europeos son el principal destino de los migrantes marroquíes, un 80 % de ellos viven en la Unión Europea: en Francia (29 %), Italia (28 %) y España (20 %) ⁷⁰ (CIDOB, 2002: 522-523), y la tendencia se ha mantenido hasta 2007 con la llegada de migrantes de Europa del Este. Marruecos se ha caracterizado por su alto volumen de población migrante, el mayor de los países del entorno, con una movilidad que afecta al diez por ciento de los nacionales, gracias al estímulo estatal –en paralelo a un fuerte control– que comenzó en la década de los sesenta (De Haas, 2006: 63). El apoyo estatal a la actividad de los migrantes ha favorecido también los flujos de remesas y las visitas veraniegas que han contribuido a la liberalización de la sociedad marroquí (De Haas, 2006: 81-82). También puede guardar relación con otra de las características de los desplazamientos marroquíes, cual es que se dirigen hacia países de muy alto nivel de desarrollo en un 82,9 % de los casos (PNUD, 2009: 163).

En paralelo, tanto en Marruecos como en el resto de África –al igual que sucedió en otros países que ahora tienen economías desarrolladas– se han desatado movimientos de población hacia el litoral y los grandes centros urbanos estimulados por los cambios en las formas de producción, la caída de muchos cultivos industriales y el efecto del impacto medioambiental en el continente. Las migraciones regionales han transformado los grandes núcleos urbanos del continente como Casablanca, en donde Mbembe (2008: 177) detecta una nueva civilización africana: “Esta nueva urbanidad, criolla y

⁷⁰ Estos tres países se utilizarán para la comparación de datos y valores entre las orillas del Mediterráneo, a lo largo de todo el presente capítulo.

cosmopolita, se caracteriza por la combinación y la mezcla en la ropa, la música y la publicidad, así como en las prácticas de consumo en general”.

Berriane (2004: 125-127) describe el fenómeno y su evolución en el país en función de su impacto en las diferentes comarcas geográficas: en un primer momento con el motor en el Rif central, después un cambio hacia el nordeste en los años sesenta y setenta del siglo pasado y, más reciente, la generalización posterior a las ciudades medianas y pequeñas. Los focos migratorios más recientes se sitúan en el Suss, los oasis del Draa y los márgenes del Sahara; le sigue la región del Rif y la Oriental, aunque con una gran descenso en las partidas; y destacan también las llanuras interiores de la zona de Tadla, con flujos hacia Italia y España, como la primera zona de emisión directa (hasta el 48 % de residencia en la comarca antes de la primera migración); crece en las regiones de Saiss de Fez y Mequínez, y, por último, la península de Tánger, que ha cobrado una gran importancia en su dirección hacia España. Esta concentración geoespacial se explica, en parte, por el planteamiento genérico de Sassen (2003) sobre las relaciones sistémicas entre las políticas económicas aplicadas en los países periféricos a los destinos migratorios, su empobrecimiento y el incremento de los circuitos transfronterizos alternativos; y también por la relación con la economía sumergida y la oferta de empleo desregulada, y por el menor control estatal que ha citado Solé (2001: 160). La relación con la economía sumergida se mantiene –a pesar de que ha supuesto una reducción como fuente de empleo– pero de una forma contradictoria, ya que aunque hay menos trabajo, muchos migrantes ingresan en la economía oculta como consecuencia precisamente de la crisis⁷¹ (Pajares, 2009: 71-72 y 183).

La migración de marroquíes hacia Europa, dada la rigidez y el control con que se ejerce la frontera, supone su ingreso en la clandestinidad en un porcentaje muy elevado de los casos. Las cifras sobre la situación irregular son muy difíciles de calcular⁷²: “La diferencia entre regular e irregular es mucho menos nítida de lo que se piensa. Por ejemplo, es común que las personas ingresen a un país legalmente y luego comiencen a trabajar pese a no tener permiso para hacerlo” (PNUD, 2009: 29). En el caso español, el

⁷¹ Con datos de 2008, Pajares (2009: 78) mantiene que, cruzando la información de la Seguridad Social con la de la Encuesta de Población activa, hay una diferencia de medios millón de españoles, mientras que entre los extranjeros la cifra llega hasta el millón, que se supone trabajan en la economía oculta.

⁷² La migración irregular puede representar un tercio del total en los países en desarrollo, una subestimación de las estadísticas globales permite el cálculo de unos 30 millones de migrantes (PNUD, 2009: 25).

Gráfico 3.3. Migraciones internas en Marruecos



Fuente: López y Berriane (2004: 129)

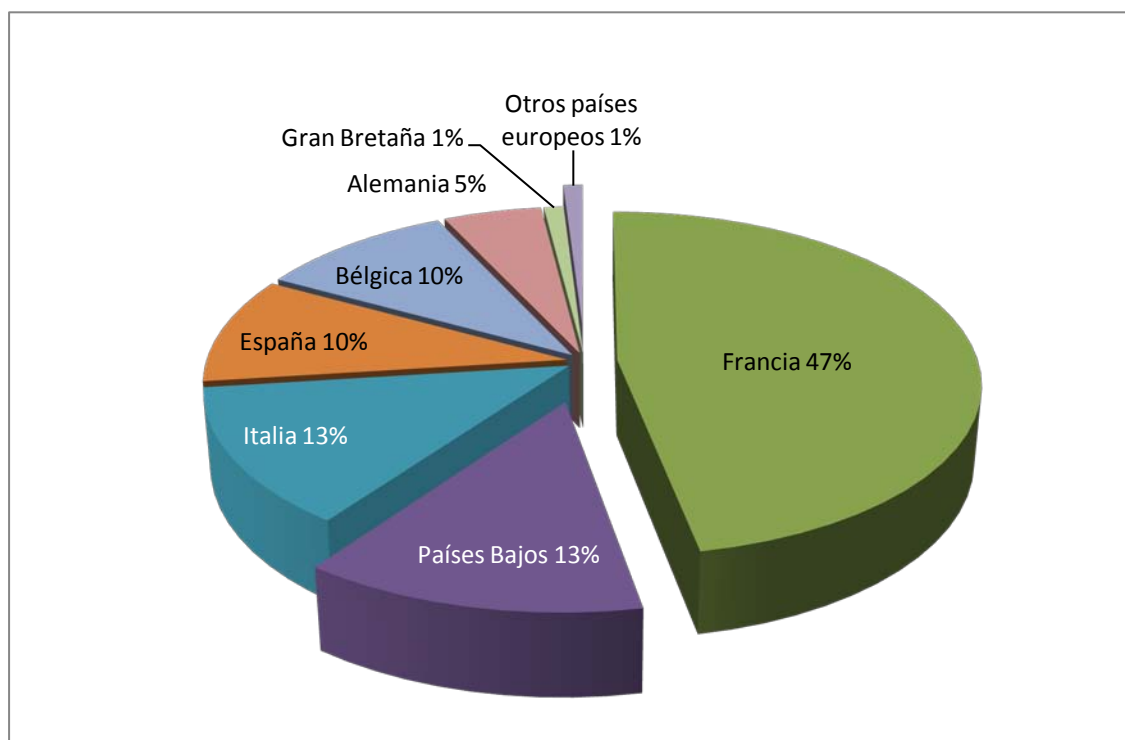
dato ha llegado a ser alarmante, pues es una situación por la que pasan la gran mayoría de los extranjeros no comunitarios en algún momento, un 87 % (Díez Nicolás y Ramírez Lafita, 2001: 23 y 198). La cifra también ilustra la política española en materia de migración, que Izquierdo (2001) define así: “En lo fundamental, un sistema de inmigración irregular”.

Domingo y Recaño (2005) datan la presencia de migrantes marroquíes en situación irregular en España en un 20,6 % en 2004, muy por debajo de otros colectivos inmigrados ya que los nacionales marroquíes son los que más años de residencia llevan en España y han podido acceder a los sucesivos procesos de regularización. Sin embargo, el más reciente estudio de Pajares (2009: 81-82) sitúa a los marroquíes como el primer colectivo nacional con trabajo en la economía sumergida, a través de la comparación de la Encuesta de Población Activa y el número de afiliados a la Seguridad Social. De esas estadísticas también llama la atención sobre la baja proporción de mujeres marroquíes afiliadas a la Seguridad Social, que llegan sólo al 23,1 %. La

relación entre la economía sumergida y la migración irregular se establece en numerosos estudios e incluso dibuja una geografía ligada a sectores productivos y comarcas concretas (Aubarell, 2003: 217).

La migración marroquí ha estado caracterizada hasta hace poco tiempo por su composición masculina pero se ha ido transformando poco a poco hacia la feminización. En un primer momento, en función del reagrupamiento familiar, pero en los últimos años con una autonomía y una decisión de futuro singular: “Mejor preparada y con una creciente participación femenina, que no responde ya a las demandas de los países de destino sino a la coyuntura del país de origen” (CIDOB, 2002: 522). El reagrupamiento familiar también ha rebajado la media de la edad de los migrantes marroquíes: un 60 % son menores de 25 años (Sassi, 2006: 139). El total de migrantes marroquíes asciende a 6.800.000 en el periodo 1990-2005, con una tasa de migración del 33,4 % (PNUD, 2009: 159).

Gráfico 3.4. Distribución en 2002 de los marroquíes residentes en Europa



Fuente: RDH50 (2006b: 34).

3.1.3.- Origen y destino de los migrantes, las redes migratorias

Los estudios sobre el origen y destino de los migrantes para el caso marroquí se recogen, en un primer momento, en el trabajo de Bernabé López de 1993 que relaciona las geografías de origen y destino, para un análisis de mayor calado de las dinámicas migratorias. Sobre esa base de datos y el estudio exhaustivo de las inscripciones en los consulados marroquíes de España durante los años posteriores, así como de la documentación de los sucesivos procesos de regularización de migrantes, López (2003) logra establecer correlaciones muy interesantes de cara al estudio de las redes migratorias sobre el caso español, además de las características de los movimientos internos de la población en Marruecos. Así, resulta muy llamativo que la tasa de migración desde Tánger y Beni Mellal supera el 91 %; en el primer caso se trata del polo urbano que concentra la población de muchas otras zonas interiores del país, mientras Beni Mellal es uno de los focos más importantes de migración clandestina del país (López y Berriane, 2004: 124). Ambas ciudades se han transformado también en capitales de destino de la migración interna (CIDOB, 2002: 520). El resto de los núcleos migrantes se sitúan en el Norte marroquí y la costa atlántica; también coinciden con las poblaciones seleccionadas en el diseño metodológico de este estudio, como son Rabat o Tetuán.

Lacomba (2004: 89 y 99) encuentra un modelo de relación entre la distribución en España de la población migrada marroquí –según su participación en el mercado laboral y su especialidad profesional– con la antigüedad de los flujos y, sobre todo, según la incidencia de las redes migratorias; un mecanismo reproductor de la experiencia a modo de ‘tradicición’. Malgesini (1998: 25) coincide con el análisis y mantiene que las redes aportan una dinámica y autonomía propias a la migración, así como un efecto multiplicador, al igual que Ribas (1999: 81): “El emigrante es la base estructurada de la red migratoria, y como tal, ejerce una influencia preponderante sobre la construcción social de la emigración entre los no-migrantes”. El efecto se intensifica por la situación fronteriza que, en la clasificación que realiza Sassen (2003) en relación con la distancia, actúa como filtro y selección de las migraciones.

De Haas (2006: 68, 85 y 88) ha dicho que el rápido desarrollo de la migración norteafricana de los años sesenta tiene su base en la estructura de redes y que en su

evolución se hace más selectiva en función de su capacidad de apoyo en estas estructuras sociales, a la vez que escapa a los mecanismos de control, mientras que Castells (2009: 47) recuerda que la cultura musulmana mundial se ha basado de forma tradicional en la existencia de redes globales. Núñez Villaverde y García Luengos (2004) estudian las redes como parte del movimiento asociativo marroquí que muestra una emergencia de la sociedad civil, es decir, relacionado con el desarrollo, las actividades socioeconómicas, los microcréditos y el bienestar social. Sin embargo, detecta un exceso de peso político y una falta de organización y recursos a la hora de desarrollar su función, y no menciona las redes migratorias como parte de esa estructura.

La importancia de las redes⁷³ migratorias marroquíes es defendida desde muchos estudios y análisis como un elemento dinamizador de la consolidación, mantenimiento y reproducción del fenómeno de la movilidad (Castaño, Eguren, Fernández e Iglesias, 2008: 159-165); mientras que Álvarez-Miranda (2007) considera en el caso de las conexiones transnacionales marroquíes que se establecen en función de las relaciones familiares. El dato se confirma en el estudio de Aparicio y Tornos (2005: 50), quienes destacan que el porcentaje de marroquíes que contaban con familiares en España antes de su llegada es de 26,5 %, similar a los ecuatorianos y senegaleses. Mientras que González Cortés (2005: 345) estima que un tercio de los marroquíes se ha apoyado en estas redes, Martínez Veiga (1997 y 2004: 88-90), también para el caso español, defiende que aunque las redes de relaciones entre migrantes son de gran interés para el estudio de las migraciones, no son una constante.

La comparación entre las estrategias de los migrantes marroquíes y de las mujeres dominicanas muestra diferencias importantes, muchas que se explican en la transversalidad de género, aunque otras son culturales y sociales. Los marroquíes, en un 45 %, no conocen a nadie al llegar a España, sólo están dispuestos a traer a alguna persona a España en el 18 % de los casos, el dinero para migrar lo consiguen de sus ahorros con una participación más baja de la familia (un 37 %) y, por último, respecto a las remesas, en su mayoría envían dinero a su padre, y sólo en un 28 % lo hacen con frecuencia mensual. En este sentido, Martínez-Veiga (2004: 94-96) destaca la paradoja y la anomalía del caso marroquí: “La organización en redes está presente en la cultura, en la vida política y económica y, sin embargo, tiene poca incidencia en el proceso

⁷³ Sobre su reproducción como tejido asociativo, Núñez Villaverde et al. (2004) estudian su impacto en la sociedad civil marroquí.

migratorio”. En el caso de la zona del Rif, Eguren (2004: 49-61) defiende que se trata de un modo de emigración cultural, arraigado en la lengua y las prácticas de la comunidad, unos desplazamientos que le han dado una singular vitalidad.

La existencia de redes en el proceso migratorio marroquí está vinculada a la ilegalidad en la mayor parte de los casos, según Aubarell y Zapata-Barrero (2004: 68, 107 y 124-125), quienes vinculan su existencia con la economía sumergida en el Mediterráneo:

Entre 1991 y 1999, el tránsito de migrantes entre Marruecos y Europa, a través de España, pasó de un millón de personas a más de diez millones. Más de la mitad de estos migrantes circulan a lo largo de las zonas mediterráneas de España, Francia e Italia (Aubarell y Zapata-Barrero, 2004: 307)

3.1.4.- Las causas de la migración de los marroquíes

A lo largo de 50 años de emigración marroquí, los cambios demográficos, económicos, políticos y sociales se muestran en el perfil del migrante que, en los primeros momentos, estaba más impulsado por motivos económicos y laborales. En los años 80, los ajustes económicos producen las llamadas ‘revueltas del pan’ en Marruecos, por las subidas de precios en un contexto de paro e incremento de la fiscalidad, además de un crecimiento de población muy rápido –hasta esa fecha tenía una tasa de 2,6 %– que sumaba una cuota de población joven por encima del 20 %. Esta etapa marca la consolidación de la migración laboral masculina y da paso a una progresiva incorporación de la mujer, que hacia el año 2000 representaba un tercio de los migrantes marroquíes en España (López y Berriane, 2004: 34). Otro dato ilustrativo de la situación muestra que en 2008 se duplicó el número de visados que España concedió a mujeres marroquíes, respecto a los del año anterior (Pajares, 2009: 41). Desde esa fecha, también hay un incremento del número de alumnos marroquíes en centros educativos españoles –que se mantiene aunque ya no es el primer colectivo extranjero en las escuelas–.

Tabla 3.1. Motivos de la emigración entre los residentes marroquíes en el extranjero (%)

<i>Búsqueda de cualquier trabajo</i>	57,4
<i>Búsqueda de un trabajo mejor remunerado</i>	4,4
<i>Búsqueda de un trabajo más regular</i>	4,7
<i>Búsqueda de trabajo compatible con formación</i>	0,3
<i>Estudios y trabajo</i>	7,8
<i>Reagrupamiento familiar</i>	1,19
<i>Otros motivos + Indeterminado</i>	23,4
<i>Total</i>	100

Fuente: M. Refass, (1995)

Lacomba (2004) ha estudiado las causas de la migración marroquí desde el punto de vista del desarrollo en una investigación en la que ha cruzado los datos

aportados por organizaciones de desarrollo que trabajan en el país con grupos de discusión entre migrantes de esa nacionalidad. Las causas que descubre son múltiples, “resultado de la combinación de una serie de factores que van desde lo económico (desempleo, bajos salarios) hasta lo social (falta de expectativas, desconfianza en el futuro), pasando por lo cultural (escasa oferta de ocio, búsqueda de nuevos modelos) y lo político (libertades limitadas)”; además, en los grupos de discusión aparecen matices como la mejora de la situación personal y familiar, el ascenso social y la falta de alternativas en Marruecos (Lacomba, 2004: 85). Aboubark (2006: 21-24) analiza las causas estructurales internas de la migración marroquí y sus relaciones con la prolongación de fenómeno del éxodo rural, con un sistema educativo que origina marginalización, y con la privatización de una gran parte de la economía marroquí en la que también entran los fenómenos irregulares –incluso relacionados con la corrupción y los tráfico ilegales–, así como con el deterioro de la situación social por la falta de redistribución de la riqueza, y por la falta de democracia y de derechos humanos que se percibe especialmente entre los más jóvenes.

Las demandas de los migrantes, cada vez de forma más clara, no se relacionan sólo con el trabajo, sino con la seguridad y la calidad de vida (Aparicio, 2002). Estas causas guardan una estrecha relación con el Informe sobre el Desarrollo Humano en el Mundo Árabe (PNUD, 2002b: 50) que muestra que más de la mitad de los jóvenes de países árabes quieren emigrar, especialmente a Estados Unidos y países europeos, por su descontento con la situación, condiciones y proyectos de futuro en su país natal. Un estudio más reciente señala que los cambios registrados en Marruecos, así como los de España y otros destinos europeos, dibujan ahora un perfil migratorio más plural y alejado del estereotipo. González Cortés (2005: 260), en sus entrevistas con migrantes marroquíes, ha detectado un cambio significativo en las motivaciones para la migración:

Contrariamente a la extendida idea de que la mayoría de los inmigrantes marroquíes que llegan a España lo hacen movidos por motivos puramente económicos y huyendo de unas condiciones de vida paupérrimas, sorprende encontrar en la muestra seleccionada casos tan divergentes con respecto a este tópico.

Así, los migrantes más jóvenes y con menor tiempo de permanencia en España viajan para alejarse de la situación política y la injusticia de su país, tienen un elevado nivel de formación con el que objetivan la ‘visión idílica del destino’, a la vez que están

en permanente contacto a través de las redes y las nuevas tecnologías. Además destaca, desde la perspectiva de género, la salida de la represión y del control social en que viven muchas mujeres, como un argumento para la migración. El resto de los migrantes marroquíes, de más edad y con más años en España, expresan como motivos para emigrar, además de los económicos, los relacionados con la libertad, el ascenso social, la formación y los estudios, y en mayor medida las aspiraciones aventureras, asociadas al estilo de vida occidental y la modernidad (González Cortés, 2005: 260-264). En definitiva, son indicadores similares a los que ha detectado Malgesini (2004: 45-46) sobre la cercanía geográfica, el conocimiento del idioma y la presencia de familiares que ya residen en España como elementos en la elección del destino, aunque añaden la proximidad cultural –relacionada con el colonialismo– y el consumo de medios de comunicación.

Algunas de estas cuestiones afloran en el estudio del retorno de migrantes marroquíes desde España a causa de la crisis y su repercusión en pérdida de empleos, que llega a alcanzar al 35 % de los de esa nacionalidad en los datos de la Encuesta de Población Activa de 2008 (Pajares, 2009: 198). A pesar de la situación, la mayor parte de los marroquíes no regresa a su país.; en muchos casos se desplazan a otros países europeos, aprovechando los visados de residencia, así como que también optan por diferentes estrategias para evitar dar ese paso; los que sí regresan, lo hacen porque tenían un proyecto anterior a la crisis (Pajares, 2009: 183-184).

3.1.5.- El proyecto y las estrategias sobre la migración

La ayuda y la solidaridad forman parte de la cultura árabe y marroquí, en cierta medida han contribuido al éxito de los proyectos migratorios, aunque es una cuestión en la que hay que matizar. El análisis de las estrategias migratorias resulta mucho más descriptivo cuando se realiza desde el núcleo doméstico, tal y como ha descrito Pedone (2006) para el caso de la migración ecuatoriana. En Marruecos, la organización familiar es de marcada pauta patrilineal, es decir, un hombre de la familia extensa se queda al cargo del núcleo familiar, aunque esta situación puede ser motivo de conflicto, en el caso de que se produzca la migración (Lacomba, 2004: 76). Sobre la reproducción de estas redes, Chattou (1998) realizó un estudio de campo con testimonios en Marruecos y tres países europeos sobre el proyecto y las estrategias⁷⁴ reproductivas de la migración, así como la fuerza del imaginario en la conformación de la idea migratoria; además hizo otro acerca del impacto de las estrategias en la agricultura y en el sostenimiento familiar (Chattou, 1997).

En el caso de los migrantes marroquíes en Cataluña, el Colectivo IOÉ (1995: 258-260) ha investigado las estrategias en la decisión de migrar relacionadas con la mejora del nivel de vida (en un concepto amplio que también incluye el consumo), la reunificación familiar y el acceso a un estilo de vida occidental, aunque relaciona estas estrategias con los estilos de migración y con la estratificación social. El interés del planteamiento está en que aunque se reconoce el efecto de los contextos y procesos, así como que se sitúa en el marco familiar para analizar la decisión de migrar; un elemento decisivo en el proyecto aunque lo interpreta como un conjunto de decisiones individuales de los sujetos (1996: 256).

Malgesini (2004: 54-60), en su estudio sobre el ‘efecto demostración’ en inmigrantes marroquíes residentes en Madrid, liga el recurso y la asistencia de las redes a la información y las expectativas, ya que sólo cuando el proyecto migratorio encaja en una idea previa –conformada por los discursos y la comunicación– se encadena con la

⁷⁴ Otros estudios sobre las estrategias migratorias se ocupan de su visión desde un criterio de género con aportaciones muy interesantes para visiones más complejas de la migración, o incluso, sobre la migración de menores no acompañados como estrategia del grupo doméstico (Ramírez y Jiménez, 2005) y Provansal (1999: 24) las estrategias colectivas para dar continuidad a la migración en los lugares de destino.

decisión; se aconseja a otros compatriotas imitar la aventura migratoria, un 30 % de los hombres lo hicieron, frente a un 18 % de las mujeres. De estos casos, un 51,7 % de los encuestados habían emigrado con el apoyo de la familia.

Gráfico 3.5. Migración irregular en el Mediterráneo central y occidental



Fuente: Imap. Disponible en: <https://www.imap-migration.org/index2.html>. Elaborado con datos procedentes de Europol, Frontex, INTERPOL, UNODC, UNHCR, Odysseus Academic Network – OAN.

Con la subida de los costes de la migración, el principal desafío para muchos migrantes es superar los obstáculos y el precio de la entrada en Europa, un factor decisivo a la hora de orientar su destino, como mencionamos antes. Esos costos son regresivos, ya que son más altos para los trabajadores no cualificados y para los que tienen dificultad de acceso a la información (PNUD, 2009: 60). Todavía más cara resulta la migración irregular; la travesía en cayuco o patera hacia la costa europea equivale a varios meses o incluso varios años de trabajo, tanto para los marroquíes como para el creciente número de subsaharianos e incluso asiáticos que la realizan (Baldwin-Edwards, 2007: 119). Barros, Lahlou, Escoffier, Pumares, y Ruspini (2002: 32) cifra hasta en 3.000 euros una travesía segura por el Atlántico o el Estrecho de Gibraltar, esta cuantía ha aumentado con los años y puede alcanzar los 9.000 euros e incluso cifras superiores.

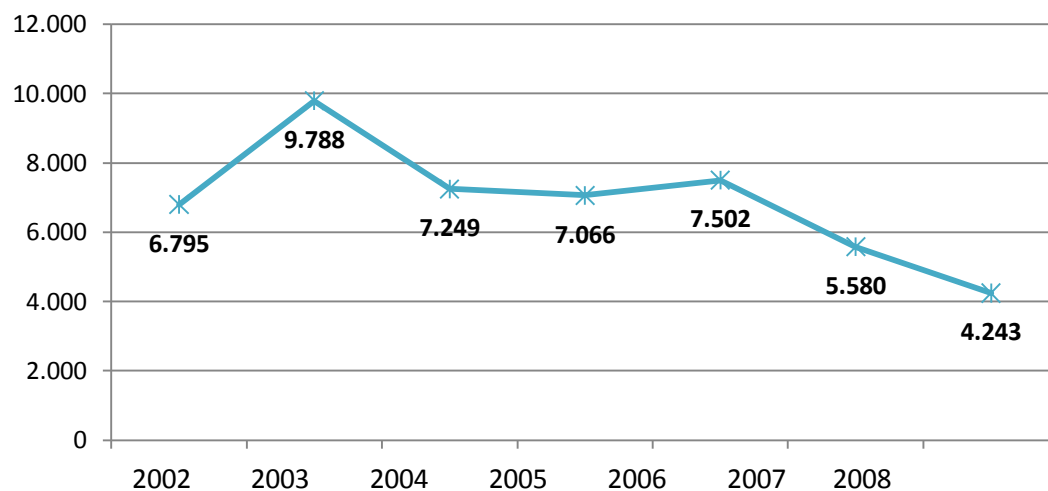
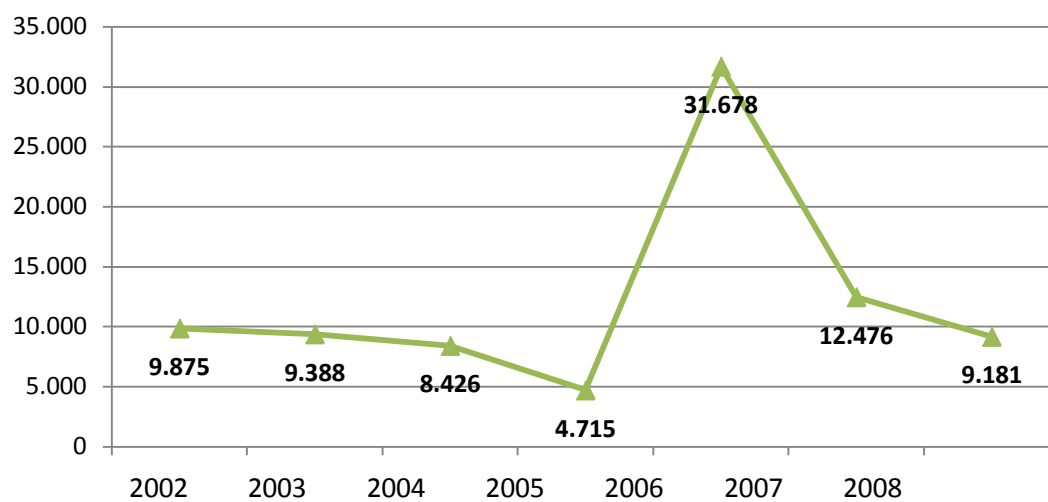
Cuadro 3.2. Llegada de inmigrantes por mar al Sur de Europa 2002-2006

	<i>Estrecho de Gibraltar</i>	<i>Islas Canarias</i>	<i>Islas italianas</i>	<i>Malta</i>	<i>Grecia</i>	<i>Total</i>
2002	6.795	9.875	23.719	1.680	3.283	45.355
2003	9.794	9.362	14.331	566	2.636	36.711
2004	7.249	8.426	13.635	1.369	3112	33.791
2005	7.066	4.715	22.824	1.800	3116	39.521
2006	6.976	31.120	14.567*	1.508*	-	54.171

(*) Los datos incluyen enero-agosto 2006. Fuente: Iglesias (2009: 550).

La llegada irregular de migrantes desde Marruecos se ha mantenido de una forma constante y ha generado varias crisis humanitarias, especialmente en tres momentos críticos de la última década. El primero de ellos fue ‘la crisis de las pateras’, en el verano de 2000, cuando durante el fin de semana de 18 y 19 de agosto llegaron 800 irregulares a la costa gaditana del Estrecho. Aquel año, España detuvo a 15.000 migrantes llegados por mar, de los que 12.000 eran marroquíes, hecho que provocó una crisis diplomática con Marruecos y el inicio de la reforma de la Ley de Extranjería española bajo el argumento de la ‘invasión’. La visibilidad de la patera ha centrado el control territorial, a pesar de la escasa importancia de la zona como vía de acceso de la migración irregular⁷⁵: en 2003, por ejemplo, mientras 19.000 personas fueron detenidas al llegar a la costa española, 1.147.774 extranjeros llegaron con un visado turista a Barajas y no volvieron a salir en ese año (Benítez, 2005).

⁷⁵ En ningún caso, ni en los momentos de mayor número de entradas de pateras, ha superado el 20 % de las llegadas irregulares (Belguendouz, 2002: 47) (Pumares, 2002: 78). En el estudio de Díez Nicolás (2001: 28) este porcentaje baja hasta el 7 %.

Gráfico 3.6. Llegada de inmigrantes por mar a Península y Baleares 2002-2008**Gráfico 3.7. Llegada de inmigrantes por mar a Canarias 2002-2008**

Fuente: Ministerio del Interior. Disponible en:

http://www.mir.es/DGRIS/Balances/Balance_2008/pdf/bal_lucha_inmigracion_ilegal_2008.pdf

Cuadro 3.3. Inmigrantes detenidos (Ministerio del Interior)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<i>Islas Canarias</i>	4.112	9.875	9.382	8.426	4.715	31.678	12.478	9.181	2.264
<i>Península - Baleares</i>	14.405	6.795	9.794	7.249	7.066	7.502	5.579	4.243	5.039
<i>Ceuta y Melilla</i>	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	2.000	1.553	1.210	1.108
<i>Total</i>	18.517	16.670	19.176	15.675	11.781	41.180	19.610	14.634	8.411

Fuente: APDHA (2009: 11).

La presión migratoria tuvo un nuevo repunte, tras el incremento del control en el Estrecho, en 2005 con los asaltos a las vallas de Ceuta y Melilla por parte de migrantes tanto marroquíes como subsaharianos. El blindaje de las vallas desvió la presión hacia la costa Atlántica. En 2006, se registró la ‘crisis de los cayucos’ con la llegada a lo largo de ese año de 31.678 migrantes a la costa canaria. En esta ocasión, supuso el impulso de una propuesta de ‘diplomacia migratoria’ en la que por primera vez se contemplaba el diálogo y la cooperación con los países africanos (Pinyol Jiménez, 2007). Las cifras de migrantes hacia Europa han bajado desde 2007, especialmente a causa de la crisis económica.

3.1.6.- Mujeres en Marruecos: cambios y estrategias

El peso de los efectos de la globalización ha recaído de forma desigual sobre los pueblos y también sobre las mujeres. Guerra (2007: 62) recoge algunos de ellos, como el resurgir de los fundamentalismos –a los que considera “movimientos políticos que hábilmente monopolizan una interpretación supuestamente literal de la religión”– o la instrumentalización que las grandes corporaciones hacen de su supuesta defensa de los derechos de las mujeres; ambos serían estrategias de fragmentación del feminismo transnacional, que sobrevive gracias a “la fecundación mutua que están suponiendo los procesos migratorios, fuertemente feminizados, en gran parte del planeta [lo cual]facilita el hacernos con otras realidades que para nada nos son ajenas”.

De la misma forma, la asociación de los valores de la mujer y las identidades colectivas –que vienen asociándose desde la colonización– tiene un enorme peso sobre la construcción de la identidad nacional y de los valores simbólicos atribuidos a la patria. Nash (2007: 59-60) mantiene que de esta forma se transmiten comportamientos y códigos colectivos respecto a ellas, relacionados con la familia, la maternidad y la reproducción. Igualmente, la reconstrucción identitaria y de la diferencia se realizan también en función de discursos de género y de identidad colectiva que están estrechamente relacionados, en los que la visión de la comunidad sobre estas cuestiones hace que se asimilen a los valores del grupo (Yuval-Davis, 2004: 27) En este sentido, tiene interés volver la vista atrás al análisis que realiza Torres (2009: 53-57) sobre un texto de Ovilio Canales de 1881 con el título *La mujer marroquí*, por los detalles que aporta sobre la construcción de la identidad de la mujer y, más en concreto, de la esposa marroquí –como un modelo alternativo del de la sociedad colonizadora–: “que se considera el único legítimo, ‘natural’. Se la describe como un simple instrumento, sin función alguna dentro de la familia, y por tanto, dentro de su sociedad, y sin ninguna de las cualidades que adornan a una buena esposa. Se la ve, únicamente, como objeto sexual”.

En el caso de las mujeres marroquíes, en el contexto de virulencia con que se responde en la cultura musulmana al acoso y la polarización generada por el ‘choque de civilizaciones’ provocan un freno en los cambios sociales y un fortalecimiento identitario en función de la tradición; las alianzas de sangre o la religión dificultan y

lencifican la emancipación de las mujeres, así como la movilidad social (Amiti, 1997: 144-148). Lemrini (2002: 122) describe el patriarcado como un sistema de opresión que se perpetúa y legitima con el apoyo de dos poderes: la instrumentalización de la religión y las políticas gubernamentales que se orientan hacia la mujer en términos de asistencia social. La escritora marroquí Mernisi, que ha recopilado en un libro de entrevistas muchos de los problemas de las mujeres en Marruecos, mantiene que

Por ejemplo, la manera en que problemas tan graves como la poligamia, la repudiación, la desigualdad de los sexos en cuanto a la herencia, o el problema de la anticoncepción son abordados por los partidos progresistas, está estrechamente condicionada por el chantaje y el temor a ser tildados de ateos por el aparato ideológico dominante cada vez que surge una reivindicación contestataria. (Mernisi, 2000: xiv).

De hecho, Janjar (2002: 111) atribuye la lentitud de la evolución de los temas de la mujer a la rigidez legal:

Al contrario de lo que ha sucedido en Túnez, donde el Estado ha utilizado el derecho para acelerar el movimiento de emancipación de las mujeres y para cambiar las costumbres y las prácticas sociales, en Marruecos los cambios sociales y la experiencia vital de las mujeres han tenido que enfrentarse a la rigidez de la ley.

Pero en el contexto de la globalidad son muchos los factores que contribuyen al cambio: la creciente individuación, la toma de conciencia de las mujeres en su necesidad de emancipación, la urbanización, los logros educativos y la movilidad física han producido cambios en las tradiciones, relaciones sociales, familia y en el papel de la mujer en la sociedad (Mernisi, 2001: 220). Así, lo mantiene Amiti (1997: 147): “De esta nueva situación surge un hecho sin precedentes: la aparición de lo que se llama la feminización de las familias. Se trata de las familias cuyos jefes son mujeres.” El tema, de gran interés, guarda relación con el estudio realizado por Oso (2005: 85-104) sobre los modelos y rupturas de jefas de hogar en contextos migratorios.

Desde su análisis de los medios y las migraciones, Sadiqi (2003) recuerda el papel de las mujeres en las migraciones –a pesar de que se ha descuidado en su estudio– y su rápida incorporación al fenómeno con un proyecto propio, para analizar el impacto de la sociedad y la cultura sobre las mujeres, y la importancia de la inclusión de las

cuestiones religiosas en el tema migratorio. Sadiqi (2003) resume la situación en la falta de información, de comunicación y el estancamiento de las mentalidades en ambas orillas del Mediterráneo para proponer una revisión de los estereotipos, las imágenes y un cambio de mentalidad por parte de los medios de comunicación. En concreto, defiende la necesidad de una perspectiva de género en los temas relacionados con el Islam, la mujer, los derechos humanos, en la investigación y en la atención a los enfoques basados en la opinión pública, así como en el trabajo sobre el terreno para el desarrollo. También promueve el establecimiento de puentes entre instituciones y oenegés para la mejora de las imágenes sobre la migración

Quizá por esta influencia, en 2004 y después de recibir críticas de los sectores más reacios que la consideraban contraria a la *sharia*, Mohamed VI inició la reforma del estatuto jurídico de la mujer en la *mudawana*⁷⁶. La orientación de esta medida estaba destinada al proyecto de integración de la mujer al desarrollo, con el apoyo del Banco Mundial, que incluía el acceso de la mujer a los ámbitos político, económico y social, así como a la educación y la sanidad. El proceso de apertura y crítica a la situación de la mujer en Marruecos ha sido un largo camino lleno de obstáculos.

El primer avance en 1992 por la acción del movimiento asociativo de mujeres de Marruecos y el debate que suscitó su acción forzó a un cambio en las fuerzas políticas y sociales en cuestiones como la religión, la identidad o las opciones en la sociedad (Janjar, 2002: 113). Después, con el Plan de Acción para la Integración de la mujer en el Desarrollo de 1998, que contenía propuestas en temas relacionados con la salud, la maternidad y la mortalidad infantil, se impulsa el apoyo a la mujer en su participación económica y en el empleo, y orientaciones jurídicas y políticas hacia la igualdad, como la educación y alfabetización orientadas a las niñas. En 1999, se desató la polémica tras la presentación del *Informe científico de los ulemas* que se pronunció en contra de la aplicación del Plan; una red de apoyo de organizaciones civiles trató de contrarrestar el

⁷⁶ Resulta significativo resaltar los comentarios de Mernisi (2000: xx-xxi) en el prólogo a su libro de entrevistas con mujeres marroquíes realizado antes de esta reforma de la *mudawana*, el código de familia marroquí, que ha venido definiendo el estatuto de la mujer en ese país: “La encarnizada voluntad desplegada por las mujeres para construir una pareja sólida se manifiesta, en la génesis de esa misma pareja, en el rechazo sistemático del compañero elegido por los padres. Casi todas las mujeres rechazaron al “novio” presentado por sus padres y se arrojaron el derecho de elegir a otro hombre que respondía más a sus gustos y deseos. En este punto también, la mujer parece situarse en ruptura con otra institución de la familia musulmana recogida en la Mudawana, la institución del wali o tutela matrimonial, que exige que la “mujer no lleve a efecto por sí sola el acta de matrimonio, sino que sea representada por un tutor, el wali, que ella habrá designado al efecto” (art. 12 de la Mudawana). Legalmente, el matrimonio musulmán no es un matrimonio concertado entre un hombre y una mujer, sino un acto sellado entre dos hombres, ya que la ley especifica que *la tutora testamentaria debe delegar en un mandatario varón para contraer matrimonio en nombre de su pupila.*”

pronunciamiento ortodoxo de los ulemas (Janjar, 2002: 116-117).

Las críticas conservadoras se apagaron a raíz de los atentados de Casablanca, de los que Marruecos consideró responsables a los sectores islamistas. En líneas esenciales, las reformas se basan en eliminar el sometimiento de tutela de la mujer ante el matrimonio, la igualdad de los esposos en el matrimonio y en las iniciativas de divorcio, poner trabas legales a la poligamia, mayor igualdad en la herencia y derechos sucesorios, la regulación de la custodia de los hijos a favor de la mujer, algunas formas de reconocimiento de hijos extramatrimoniales y el matrimonio como acto jurídico bajo el principio de la separación de bienes (Lamhaidi, 2009: 127; y Vidal, 2003: 101).

Las luchas sociales y feministas no terminan en las reformas jurídicas⁷⁷; las batallas cotidianas para abolir la división público/privado se desarrollan en lo privado, tanto a una como a otra orilla del Estrecho. La incorporación al trabajo remunerado de las mujeres marroquíes no las libra de los vínculos con el grupo doméstico ni lleva a un cambio de valores social o masculino (Subirats, 1997: 155 y 157); aunque la instrucción y el empleo de las mujeres contribuyen al cambio social, las tensiones de la desestructuración familiar tiene impactos concretos: “La mujer es la presa de estas nuevas condiciones: repudio, violencia, agresión, superstición y recurso a la magia con sus aspectos más visibles” (Amiti, 1997: 147 y 143).

Desde la periferia femenina, la crítica a la incorporación de la mujer al trabajo remunerado se centra en la masculinización de valores, la individuación total y la desvinculación de cualquier aspecto que no sea la vida profesional; por ello buscan alternativas, al estilo de las mujeres italianas, en los valores de la reproducción de la vida y del feminismo como aportaciones a la sociedad, es decir, el valor del enriquecimiento personal y colectivo a partir de las diferencias, al margen de las jerarquías (Subirats, 1997: 156-157).

El análisis sobre los estereotipos occidentales sobre las mujeres musulmanas que realiza Moualhi (2000: 292 y 302-303), desde una revisión histórica de la cultura propia, el colonialismo y la construcción de los nacionalismos, recuerda su confluencia con la hostilidad hacia lo musulmán. Este fenómeno, en el contexto actual, se ha reavivado:

Parece que la construcción y difusión de estereotipos sobre los

⁷⁷ En España la igualdad jurídica entre hombres y mujeres no se alcanzó hasta 1983.

musulmanes guarda relación con las políticas internacionales y los procesos de identificación/diferenciación con la comunidad política. Desde los orígenes de la sociedad industrial, la construcción simbólica de la identificación con el sistema político, paradigmáticamente un Estado-nación, se fragua en buena parte por comparación y diferenciación respecto a un enemigo exterior.

Lamhaidi (2009: 126 y 134) ha analizado desde los intereses de la mujer los medios de comunicación marroquíes, en la elaboración y tratamiento de las noticias, para concluir que destacan el lado más sentimental de la mujer, el más vulnerable –se la presenta como un víctima oprimida necesitada de protección y tutela–, y también que ofrecen el retrato más tradicional de la mujer marroquí al margen de la posición real que ocupa en la sociedad; además, las reformas legales no se visibilizan en los medios de comunicación. En cuanto a la prensa, Lamhaidi detecta una ausencia de la estrategia sobre el tratamiento de temáticas de género, mientras se ofrece de la mujer una imagen que “oscila entre la hipersexualidad y la profusión de comportamientos violentos en su contra”.

Reigada (2009: 7 y 9) estudia los discursos sociales de las migraciones femeninas para señalar que “el discurso paradigmático que encarna esta concepción de la diferencia como ‘problemática’ es aquel construido e históricamente consolidado sobre las mujeres marroquíes”, de forma que se genera un discurso global de estigmatización basado en la diferencia cultural, con una visión jerárquica e incompatible con la sociedad receptora. En muchos casos, el catalizador es el uso del velo, a partir del cual se multiplican las noticias sobre la situación de la mujer, sometida a la religión musulmana, la prostitución, la venta para el matrimonio o la ablación del clítoris, imágenes que “contribuyen a construir una imagen miserabilista de las mujeres inmigrantes marroquíes”. Por su parte, Mernisi (2000: xiii) llama la atención sobre el impacto que este imaginario tiene sobre la cuestión:

En una sociedad donde los cambios se viven como una agresión externa y donde las tradiciones, consecuentemente, ocupan un lugar predominante en las supuestas estrategias de “futuro” y “políticas de desarrollo” (como es el caso de los países musulmanes), lo ideológico y lo percibido adquieren una forma determinante.

En el fondo, son los espacios de poder, los cuales desvelan otras estrategias

generales que afectan directamente a las mujeres y sobre las que también se despliega una estrategia de control social. Temas como la sexualidad, el divorcio, la política de natalidad y la fecundidad, especialmente en relación con los métodos anticonceptivos, muestran otras muchas tendencias de control patriarcal como en la poligamia, los divorcios o la prostitución. Así, el control social y la falta de libertad sexual son temas recurrentes para los jóvenes marroquíes y que, en el caso de las mujeres, son mayores. Rodríguez y Lahbabi (2005: 77-78) mencionan la identificación de una mujer con una prostituta en el caso de que su comportamiento no sea socialmente aceptado, tal y como ocurre en otros países como España. Carmona (2007: 120) estudia la prostitución no sólo en Marruecos, sino también en su relación con las estrategias y los proyectos migratorios, en el mismo sentido que Rodríguez y Lahbabi (2005: 80-81 y 75-75), quienes también entienden que hay diferencias con Occidente en esta cuestión, ya que la prostitución se ejerce como negocio clandestino e individual (Rodríguez y Lahbabi, 2005: 75-76).

Juliano (2002: 71) menciona una de las contradicciones que se registran en este tema en culturas que valoran poco a las mujeres:

En estas circunstancias, que se pueden ejemplificar con las prostitutas provenientes de Marruecos o de Argelia, las mujeres pueden llegar a considerar que el logro económico de su trabajo (negado como tal, pero implícitamente aceptado) les abre las puertas para la autoestima y para el prestigio ante su comunidad. A esta sensación se suele agregar la idea de haber escapado de las formas más rígidas de control social y familiar, y la sensación de libertad individual y autonomía.

En el mismo sentido destaca el impacto del divorcio, del que Ribas (1999: 413) entiende que es un tema que predomina sobre la poligamia –quizá con excepción del Rif, en zona rural, y entre los jóvenes–. Moualhi (2000: 297) atribuye a esta práctica una importancia mayor, ya que en Marruecos se registra la tasa de poligamia más alta del Magreb con un 66 por millar, frente a 19 por mil en Argelia, aunque desde luego no llega a las cifras de países del mar Rojo, en los que se registran tasas que llegan al 168 por millar en el caso de Sudán.

Resulta de mayor interés que Ribas (1999: 220) establece la poligamia como una de las causas de la migración femenina, junto a la falta de alfabetización femenina –de sólo el 50 % (Mernisi, 1996: 147)– y el abandono de las zonas rurales por parte del

Estado. En el campo, siete de cada diez mujeres tienen trabajo agrícola, una actividad que comienza a los cinco o seis años entre las mujeres analfabetas (Ribas, 1999: 218-219). También Ribas (2005: 107; y 1999: 301) define las estrategias migratorias de las mujeres en vinculación con las necesidades familiares –dentro del concepto de ‘grupo doméstico’, esencial para la comprensión del proceso de toma de decisiones del que hablé anteriormente–, en el mismo encuadre en el que el trabajo asalariado no emancipa a la mujer si su desempeño está vinculado a la familia como obligación. Las estrategias familiares, en caso marroquí, están conectadas con las matrimoniales y guardan relación con el proyecto migratorio de diferentes formas (Ribas, 2005: 112-114).

Cuadro 3.4. Diferencias por razón de género

<i>Países</i>		<i>Marruecos</i>	<i>Túnez</i>	<i>España</i>	<i>Francia</i>	<i>Italia</i>	<i>EEUU</i>
<i>Índice de actividad femenina</i>	<i>% de tasa de actividad masculina</i>	34	41	72	85	69	86
	<i>Índice de actividad económica (1990=100)</i>	112	144	138	109	114	104
<i>Índice de paridad entre los géneros. Matriculación en enseñanza superior M/H</i>		0,89	1,51	1,24	1,27	1,4	1,41
<i>Cargos políticos desempeñados por mujeres</i>	<i>Escaños en el Parlamento (% del total)</i>	6	20	31	18	16	16
	<i>De nivel ministerial (% del total)</i>	6	7	50	18	8	14
<i>Parlamentarias, altas funcionarias y directivas (% del total)</i>		12	...	32	37	32	42
<i>Mujeres profesionales, trabajadoras y técnicas (% del total)</i>		35	35	48	47	46	56
<i>Mujeres en actividades de I+D (% del total)</i>		28	45	37	28	33	...
<i>Índice de disparidad de ingresos</i>		0,25	0,29	0,5	0,64	0,47	0,63

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de UNESCO (2010: 318-321).

Además de estos datos, hay otros muchos que revelan que la cuestión de género es un tema pendiente en Marruecos. Las cifras que aporta el informe de la UNESCO (2010: 318-321) sobre las diferencias por razón de género muestran los datos más bajos en la comparativa del Magreb respecto a los países europeos en los principales indicadores, para esta comparación así como otras que se realizan en este capítulo mostramos los datos en las dos orillas del Mediterráneo; de una parte, Marruecos y Túnez representativos de la orilla magrebí, y, de otra, España, Francia e Italia como principales destinos de la migración de los marroquíes. La tasa de actividad femenina respecto a la masculina es del 34 %, mientras Túnez tiene un 41, y los europeos Italia, España y Francia alcanzan el 69, 72 y 85 respectivamente. La situación es más grave si se analiza el índice de disparidad de ingresos que alcanza un 0,25, frente al 0,29 de Túnez, y del 0,47 de Italia, el 0.5 de España o el 0.64 de Francia. En los casos de Túnez

y Marruecos se puede observar que la apertura al exterior ha conducido a una mayor participación de la mano de obra femenina en la industria manufacturera de exportación (textiles y confección, cuero y agroalimentación); aunque también en los puestos de trabajo informales de autoempleo, trabajos a tiempo parcial, empleos domésticos y artesanos e incluso trabajos familiares no pagados (como venía siendo tradicional en la agricultura). No obstante estos progresos, no se debe perder de vista el fenómeno de la feminización de la pobreza debido a que los niveles de ingresos de las mujeres son menores que los de los hombres y a la inversa con los niveles de desempleo. Con estos datos, así como los de representación política y participación profesional, se muestra que el índice de paridad entre los géneros es el más bajo (0,89) y a gran distancia incluso de Túnez (1,51) que, a su vez, es superior al de España (1,24), Francia (1,27), Italia (1,4) e, incluso, Estados Unidos (1,41).

Uno de los campos donde estos índices se muestran más críticos es la educación, que –especialmente en la cuestión de la equidad en esta materia– es uno de los grandes temas pendientes del desarrollo de Marruecos. Alama y Chedati (2008: 344-345) muestran cifras comparadas de la disparidad tan grande entre la educación que reciben los chicos y las chicas, que se acentúa en la diferencia campo-ciudad: mientras la tasa de escolarización total del país no llega al 73,60 %, en las zonas rurales sólo se registra un 43,40 % de niñas escolarizadas. El tema tiene también un calado mayor si se busca la correlación –que se confirma en muchos países en vías de desarrollo– con las tasas de fecundidad y natalidad (Ribas, 1999: 74 y 129). Mernisi (1996, 145-146) también facilita datos de diferentes encuestas nacionales sobre la cuestión en Marruecos y recuerda que la educación de las mujeres y las niñas es el anticonceptivo más eficaz, que ha producido entre las mujeres con mayor formación la reducción de una tasa media de 5 hijos a sólo dos. También facilita datos sobre el uso de anticonceptivos comparados con diferentes países de Occidente, que van del 83 al 68 % de uso, frente al 27 % Marruecos (Mernisi, 1996: 145; y 1995: 114), mientras que el Colectivo IOÉ (1995: 59) compara una tasa del 36 % por ciento en Marruecos con la del 59 % de España.

Mernisi en *El harén en Occidente* (2001), detalla los numerosos prejuicios y estereotipos sobre las mujeres marroquíes y musulmanas, mientras compara esta situación con otros sistemas de opresión hacia las mujeres en Occidente. Además, realiza numerosas visiones de la apropiación y creatividad con que se compara en su cultura: “Si las leyes musulmanas otorgan a los hombres el derecho de dominar a las

mujeres, en las fábulas orales parece que sucede justo lo contrario” (Mernisi, 2001: 19). Mernisi (2000: xii, xviii y xxi) detalla muchas de las cuestiones relacionadas con la discriminación de la mujer así como sus dificultades relacionadas también con el control de la natalidad o el acceso al trabajo remunerado: “El espacio, el empleo y la educación parecen ser los campos en donde las luchas que agitan la sociedad y especialmente, la lucha de clases, se despliegan en la vida de las mujeres con mayor evidencia.”

El diagnóstico realizado por el Ministère du Développement Social, de la Famille et de la Solidarité con el título *L'image de la femme dans les médias marocains: situation et perspectives*, realizado en 2007, destaca la reproducción de los estereotipos como su concepción en oposición al hombre, una visión irreal y distante de la autoestima, el olvido de los nuevos roles de la mujer, así como su tratamiento en función de su condición de víctima⁷⁸. La iniciativa partió del acuerdo alcanzado con la Agence Canadienne de Développement International (ACDI) en 2004, que ha subvencionado proyectos en Marruecos por valor de 10,68 millones de dólares en 2008/2009⁷⁹. En 2005, el Ministère du Développement Social, de la Famille et de la Solidarité y el Ministère de la communication crean la *Charte nationale sur l'amélioration de l'image de la femme dans les médias et de l'accès des femmes aux sphères de décision*, con el objetivo de mejorar la imagen de la mujer en los medios de comunicación a través de la sensibilización, formación y participación de todos los sectores, así como la producción de estrategias de género en el sector de la comunicación, mediante la participación de la mujer en la producción y la diversificación de los programas. Sus resultados en el terreno práctico en una evaluación a tres años son muy reducidos, las mujeres “son entrevistadas con menor frecuencia; la imagen de las mujeres que se vehicula es, la mayoría de las veces, estereotipada y reductora” (Lamhaidi, 2009: 134-137).

Vemos que en las dos orillas del Mediterráneo se repiten muchos estereotipos sobre las mujeres, sean marroquíes, occidentales o mujeres migrantes, en una tendencia que confirma los discursos de dominación con efectos de exclusión y marginalización. Mientras Mernisi (2000: xii) vincula estos efectos con la lucha de clases, Reigada (2009: 7) encuentra relación con la diferencia cultural. En cualquiera de estas interpretaciones, la mujer representa la exclusión en modelos de dominio como el patriarcado, la colonialidad, la etnicidad, los sistemas religiosos, los culturalismos, etc.

⁷⁸ En Magharebia Rabat 21042008 por Sarah Touahri. Disponible en: <http://www.magharebia.com/cocoon/awi/xhtml1/fr/features/awi/features/2008/04/21/feature-02>

⁷⁹ Información de la página de ACIDI. Disponible en: <http://www.acdi-cida.gc.ca/acdi-cida/ACDI-CIDA.nsf/fra/JUD-124144651-R7U>

La superposición de todos ellos permite que se mantenga en cualquier caso la exclusión, ya que siempre hay al menos un sistema que prevalece y que mantiene su lógica oculta bajo otras interpretaciones. Basta con estudiar el revuelo que el velo despierta en los diferentes mundos para entender de qué forma operan en conjunto para producir la Otredad más absoluta.

Para analizar esta cuestión, las aportaciones de Lacoste-Dujardin en su interesante estudio *Las madres contra las mujeres. Patriarcado y maternidad en el mundo árabe* (1993) analiza muchos de estos temas en el ámbito privado de estas sociedades y, todavía de mayor interés, las similitudes de los sistemas de dominio sobre las mujeres que son comunes a otras religiones como la cristiana (Lacoste-Dujardin, 1993: 169). La coincidencia de modelos de dominio en ocasiones se oculta bajo las diferencias culturales, étnicas, coloniales o de cualquier otro tipo, pero su lógica se mantiene en cualquier lugar:

Aunque las mujeres estén excluidas de la política, del control de la organización social, siguen siendo indispensables por su facultad procreadora. Por eso, las mujeres y su actividad sexual procreadora quedan encerradas en el espacio doméstico. Y los hombres guardan las fronteras (Lacoste-Dujardin, 1993: 162).

La esencia del patriarcado se reproduce por vericuetos de ambigüedades y contradicciones que perviven ocultas en la complejidad del dominio: “Si las madres, con esta iniciación a la servidumbre, esperan de buena fe preparar a sus hijas para soportar su futura condición de oprimidas, en realidad funcionan como agentes del dominio masculino del que se convierten en cómplices” (Lacoste-Dujardin, 1993: 73). Incluso los cambios que se registran como consecuencia de las migraciones interiores o transnacionales provocan refugios en los mismos valores que quedan cuestionados, tanto por parte de los hombres como de las mujeres, en “una actitud de reacción, de repliegue sobre la identidad y los valores tradiciones, lo que calificamos más arriba de conservadurismo de resistencia” (Lacoste-Dujardin, 1993: 254, 201 y 270). El fenómeno alimenta las corrientes islamistas con este conservadurismo de resistencia, y los sucesos contemporáneos han endurecido una situación que ya registraba conflictos en tiempos anteriores (Briones, 2009: 24). La propuesta que hace unos años realizó Mernisi (1995: 11) sigue teniendo vigencia: “Quiero proponer aquí que tanto las campañas a favor del velo en los ochenta como el terrorismo en los noventa forman parte de una estrategia infame para silenciar a los ciudadanos y frenar el proceso

democrático”.

La cuestión del velo, tan debatida e interpretada desde diferentes posiciones y puntos de vista, sólo confirma esa coincidencia de sistemas de dominio sobre las mujeres. Haddad, (2006) analiza la cuestión en las dimensiones identitaria, religiosa, política; Lacomba (2000: 106-110) resume la posición de los islamistas sobre el uso del velo como una expresión de ocupación del espacio público, aunque reconoce paradojas y contradicciones en la cuestión; Mernisi (2001: 133) interpreta también la dimensión política del velo pero en sentido opuesto para el caso de Afganistán y Argelia: “Los hombres tienen que mantener su monopolio de las calles y parlamentos, de modo que las mujeres deben llevar el velo cuando entran en esos ámbitos, para demostrar que no les pertenecen”.

La movilidad y la deslocalización imprimen diferentes dimensiones al contexto en que se interpreta el velo, aunque también abundan las paradojas: “En muchos casos, las mujeres abandonan el *hiyab* para no llamar la atención en la sociedad de acogida, pero cuando el *hiyab* es utilizado en la migración sirve especialmente para salvaguardar el mundo de la intimidad como barrera de protección y separación de un medio no musulmán” (Lacomba y Berlanga, 2006: 110). En el mismo sentido, Lacoste-Dujardin (1993: 75) recuerda que para las mujeres de zonas rurales es una señal de urbanidad en sus visitas a la ciudad, para aproximarse a un modelo socialmente valorado.

Como contraste, en ciudades españolas con alta tasa de población musulmana el uso del velo es habitual en lugares públicos y escuelas sin que levante polémica (Briones, 2009: 54). Sin embargo, la aparición de alguna cuestión relacionada con el velo en los medios de comunicación, puede llevar a posiciones extremas en la interpretación de su uso, a la politización del discurso y a campañas de enfrentamiento cultural, como recuerda Briones (2009) en su análisis en cinco países de la Unión Europea⁸⁰. Los discursos más frecuentes se relacionan con los derechos humanos, el reconocimiento de la diferencia, la convivencia o la integración social, pero también en sentido totalmente opuesto, como una forma de esencializar y homogeneizar a las mujeres musulmanas (Reigada, 2009: 8).

La antropología, situada en el contexto y el lugar, permite eludir las interpretaciones dicotómicas y evaluar las diferencias que atraviesan a las mujeres en diferentes culturas: “El juego de identidades que remiten a una diferencia étnico-cultural

⁸⁰ También Lacomba (2008) repasa las políticas y contrastes en la integración de las mujeres musulmanas en diferentes países de la Unión.

no puede ser observado al margen del contexto que le da sentido político” (Gregorio, 2009: 53). Así, en Occidente, se desvela que hay –como destaca Briones (2009: 22 y 81)– dos formas distintas de entender los derechos humanos y el funcionamiento de la democracia y que, por tanto, es un problema político, sociológico y legal más profundo. Touraine (2005: 210-217) mantiene que el debate pone sobre la mesa dos “concepciones opuestas de los derechos culturales” con las que se genera una situación de complejidad, además de una identificación absoluta con una comunidad. Kerrou (2003: 99-100) interpreta la intolerancia con la que se vive el hecho en clave de poder y política, y apuesta por la libertad de las mujeres para reclamar el reconocimiento “y la integración de sus diferencias culturales y políticas dentro de una perspectiva de pluralismo y democratización de las sociedades tanto en el Magreb como en Europa”. La visión de Briones (2009: 81-82) sobre el tema es diferente: “Es obvio que son los inmigrantes quienes tienen que adaptarse a las instituciones de la libertad, y no éstas renunciar a sí mismas para acomodarse a prácticas o tradiciones incompatibles con ellas”.

La dimensión política también oculta sesgos como los que señala Gregorio (2009: 45 y 51) sobre su aparente visibilización frente a su representación como ‘víctimas pasivas’, mientras se les pide un protagonismo en materia de integración:

La desposesión de agencia desde las representaciones de los cuerpos de las “mujeres inmigrantes” como símbolos de alteridad, contrasta sin embargo con la agencia que se espera de ellas en las políticas de integración dirigidas a la población inmigrante como madres y esposas.

Por ello resulta llamativo que la cuestión del velo sea un tema central en los debates feministas –junto con la prostitución–, tal y como ha destacado Gregorio (2009: 49). Cabe preguntarse si existe alguna prenda de vestir masculina que levante tanto revuelo o si la forma de vestir de los hombres se cuestiona en el espacio público, para comenzar a entender la centralidad de la atención sobre la cuestión del velo. También es el momento de plantearse si la imagen congelada en el tiempo que se ofrece de las mujeres musulmanas es común a la que se registra en otras culturas (asiáticas, latinoamericanas, occidentales) para establecer relaciones entre la participación pública, el acceso al trabajo remunerado y a los derechos que tienen en sus sociedades, y si en el fondo se oculta la intención de mantener domesticada la imagen de las mujeres en el simbolismo de la madre abnegada en el encierro del mundo privado. Este empeño ha llevado incluso a la creación de una policía moral en muchos países islámicos en los que, especialmente en los accesos a las mezquitas, se controla el atuendo y el velo de las

mujeres.

Como en muchas otras ocasiones, el campo de batalla se registra en el cuerpo de las mujeres en los que se escenifican muchas de las luchas políticas, religiosas, étnicas, de derechos humanos, ideológicas, culturales, de libertad de conciencia e, incluso, de género, que quedan así atravesados por el poder.

3.1.7.- Los efectos de las migraciones en Marruecos

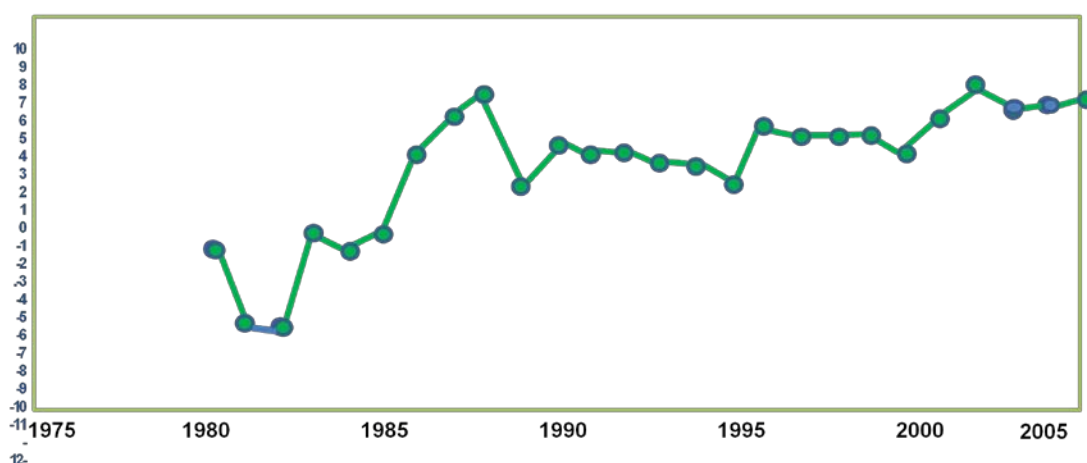
El diagnóstico de la situación que aporta Lacomba (2004) sobre los efectos de la migración es complejo, ya que hay efectos negativos, positivos y ambivalentes.

Entre los negativos destaca que produce, en primer lugar, subdesarrollo exterior porque incrementa la dependencia respecto al país receptor, e interior en cuanto incrementa las desigualdades entre la población migrante y no migrante; en segundo lugar, desigualdades internas en función de las inversiones, de los desplazamientos interiores de los que surgen nuevas bolsas de pobreza; en tercer lugar, subidas de precios en sectores de inversión e inflación, a la vez que nuevas pautas de consumo ostentoso. En este sentido, Lacomba (2004: 111) destaca: “Los propios emigrantes se convierten así en factor de migración como resultado del ‘efecto demostración’, al tiempo que contribuyen a la idealización de lo externo y la desvalorización de lo propio”.

En su relación de efectos positivos está, en primer lugar, el incremento de las rentas en un gran número de familias y la activación consiguiente de la economía local; en segundo lugar, el aumento de la escolarización como prevención de futuras migraciones y una mayor proximidad a los centros urbanos; en tercer lugar, la introducción de nuevos conocimientos, ideas y tecnología; la dinamización del tejido asociativo y político; y, por último, la emancipación de las mujeres (Lacomba, 2004: 112-114). El tema lo aborda en profundidad Yrizar (2009) en su estudio sobre las políticas marroquíes hacia la emigración y el logro de la creación de un Ministerio Delegado para la Comunidad Marroquí Residente en el Exterior. La transformación, a lo largo de los años, ha resultado tan profunda –con la presión permanente de los marroquíes residentes en el extranjero– que ha acabado con las sospechas y las suspicacias a la movilidad con que el gobierno marroquí –dentro de su lógica de control– entendía el fenómeno en los primeros tiempos. Sassi (2006: 142-156) detalla todas las acciones políticas en esta materia, así como la paulatina incorporación de Marruecos a los foros internacionales sobre la migración. Resulta de especial interés la gestión de la política comunicativa transnacional como un cauce de conexión con la comunidad emigrada.

Por último, entre los efectos ambivalentes, hay que señalar que las remesas equilibran la economía pero incrementan la dependencia exterior; el crecimiento urbano ha llevado a la transición social de rural a urbano; la tendencia exagerada a las inversiones inmobiliarias en el Norte y sus repercusiones en la actividad agraria; nuevas pautas de comportamiento de la población, como el turismo interior que revaloriza zonas del país; y cambios en las estructuras sociales. En cuanto a este aspecto, se trata de un efecto ambivalente, porque trastoca las estructuras locales de poder a favor de los migrantes: “La condición de emigrante proporciona un prestigio y unos recursos que afectan a las formas de jerarquía tradicionales. Incluso los emigrantes pueden llegar a convertirse en una élite social y económica con presencia en el ámbito político para consolidar su ascenso social” (Lacomba, 2004: 114-117).

Gráfico 3.8. Saldo corriente de la balanza de pagos de Marruecos (%PIB)



Fuente: RDH50 (2006b: 18).

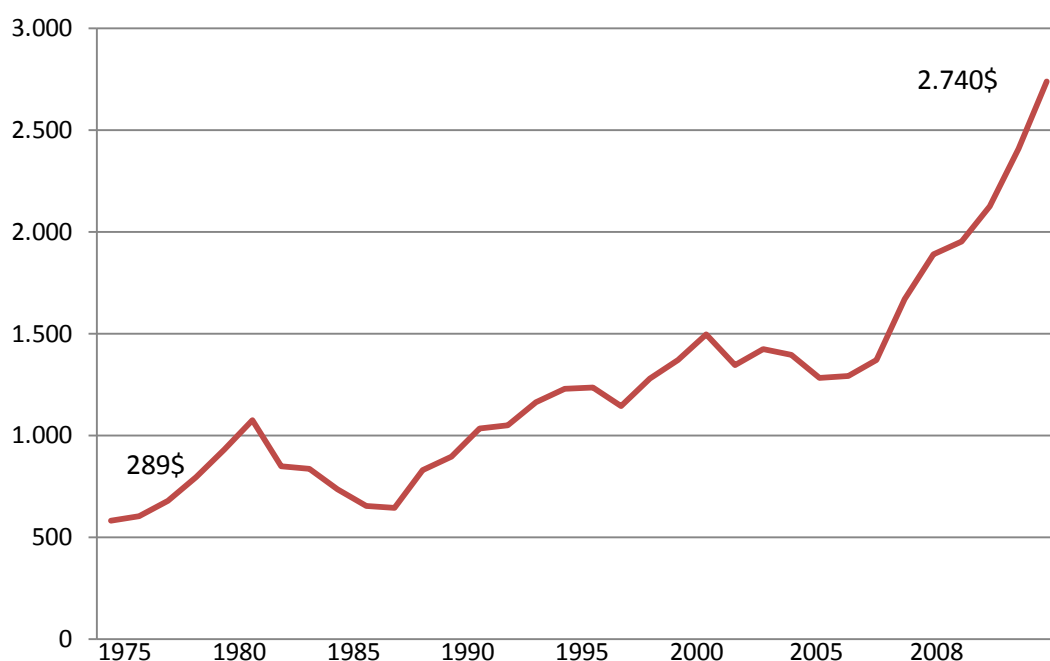
La mayor parte de las investigaciones sobre los impactos de la migración se han centrado en las transferencias económicas –no sólo para el caso de Marruecos–, aunque resulta muy significativo el dato de que en el año 2001⁸¹ Marruecos era el tercer país del mundo en recepción de remesas⁸² (Sutcliffe, 2005: 270-271). Según Cebrián, Bodega y Martín (2007), incluso los investigadores marroquíes reconocen un retraso cada vez mayor respecto a España en desarrollo humano, a pesar de la contribución de las

⁸¹ En esa fecha, las remesas alcanzaron un total de 3.700 millones de euros mientras el turismo, la segunda fuente de riqueza nacional, llegó a los 2.900 millones de euros (Lacomba, 2004: 152).

⁸² Después de India y México, a pesar de las diferencias en el volumen de migrantes.

remesas que, en 2004, colocaron a Marruecos en el cuarto lugar del mundo en volumen absoluto y el primer receptor de las remesas por parte de trabajadores en la Unión Europea, con 1.193,5 millones de euros de esa fecha. En la actualidad, el volumen de remesas⁸³ de los migrantes marroquíes asciende a 6.730 millones de dólares, que supone una aportación de 394 dólares por migrante y repercute en la renta per cápita de Marruecos en 216 dólares (PNUD, 2009: 175), cuando la renta per cápita total en Marruecos es de 2.434 dólares⁸⁴. A estas cifras habría que añadir las transferencias de productos –que llegan a Marruecos a través de muy diversos canales– que tienen un gran impacto en la economía local y el comercio (Lacomba, 2004: 136-141).

Gráfico 3.9. Evolución del PIB per cápita de Marruecos



Fuente: UNData.

Otro capital llega a Marruecos como transferencias de la migración y está compuesto por las ideas, las habilidades y las tecnologías, que pueden originar grandes transformaciones sociales y en el desarrollo, aunque a menudo se relegan por la

⁸³ En el actual contexto de crisis económica, Naciones Unidas alerta del impacto del descenso de las remesas en países de bajo desarrollo o en vías de desarrollo (PNUD, 2009: 81-83).

⁸⁴ El escalón de nivel de ingresos respecto a los países a los que se dirigen los migrantes marroquíes continúa siendo insalvable: la renta per cápita francesa asciende a 41.970 dólares, la italiana a 35.396 y la española a 32.017.

dificultad que supone su estudio y cuantificación. En el caso de la tecnología, las diferencias de contexto entre los países de residencia y Marruecos pueden originar efectos contradictorios (Lacomba, 2004: 142), aunque su resultado más visible es la dinámica de las estructuras y de participación social (PNUD, 2000: 42-43). Las migraciones hacia sociedades más modernas y democráticas son un factor de destradicionalización (Lacomba, 2004: 143-152) al que Marruecos no escapa, por lo que sus efectos se traducen en la mejora de la educación, la participación política y ciudadana, la creación de un tejido asociativo y las iniciativas emprendedoras.

En términos de desarrollo, las migraciones marroquíes han contribuido a la transformación social y a la subida del nivel de la calidad de vida en el país. A pesar de que su renta indica una situación mejor, Marruecos se sitúa en el puesto número 130 de la clasificación en Desarrollo Humano⁸⁵, más de cien puestos por debajo de los países a los que se dirigen los marroquíes en los itinerarios migratorios: Francia es el número 8, España el 15 e Italia el 18 (PNUD, 2009: 185). Y es que, aunque Marruecos es la segunda mayor economía del Magreb –su tasa de crecimiento es alta, del 8 %–, aunque a gran distancia de Argelia, los indicadores de bienestar económico y social presentan problemas. Una gran deuda externa, dependencia de la importación de bienes de capital y de consumo con gran valor añadido, y el desempleo son algunos de ellos, pero además en su rango de país de renta media presenta el perfil de un menor desarrollo: alto índice de pobreza en crecimiento veloz, bajo gasto público en educación y salud (entre el 5 y el 6,5 %, para educación, y el 2 %, en salud) y una tasa de educación del 55,6 % que procede de un bajo índice de alfabetización de adultos (mayores de quince años) de alrededor del 50 %. A pesar de estas cifras, Marruecos ha experimentado una constante mejoría en el desarrollo desde 1960, cuando presentaba un índice de 0,198, con una evolución al alza hasta 1985 –año en que ingresó en los países de desarrollo humano medio–, con un valor de 0,519. En 2000 alcanzó el 0,613 en 2000 y en el último informe presenta el 0,654.

Los datos de desarrollo económico sitúan a Marruecos en una posición por debajo de los de su entorno, especialmente en renta per cápita que, con datos de 2005 alcanza los 3.547 dólares frente a los 6.461 de Túnez, los 27.270 de España, 27.750 de Italia o 29.644 de Francia. Desde el reparto de estas rentas, se puede observar que la desigualdad de ingresos medida en la relación del 10 % más rico frente al 10 % más

⁸⁵ El Índice de Desarrollo Humano (IDH), mide los avances de un país en función de tres dimensiones básicas del desarrollo humano: esperanza y calidad de vida, la mejora educativa y el PIB real per cápita, es decir, en relación al poder adquisitivo.

pobre, alcanza tasas que no difieren de una forma tan significativa: Marruecos 12⁸⁶, Túnez 13, Italia 12, España 10 y Francia 9. La cifra más alta de los países seleccionados para esta comparación es la de Estados Unidos, cuya tasa es de 16. Otro dato de importancia es la tasa de desempleo, del 11 %, mientras que Túnez alcanza el 14 %; Francia el 9,8 %, España el 9,2 % e Italia el 7,7 %, en valores de 2005 (UNESCO, 2010: 388-391).

Cuadro 3.5. Desarrollo económico e innovación

<i>Países</i>			<i>Marruecos</i>	<i>Túnez</i>	<i>España</i>	<i>Francia</i>	<i>Italia</i>	<i>EEUU</i>
<i>PIB per cápita</i>	<i>PPP*</i>	2005	3.547	6.461	27.270	29.644	27.750	41.674
<i>AOD (asistencia oficial para el desarrollo)</i>	<i>Ingresos netos (millones de dólares EEUU)</i>	2006	1.046	432
	<i>AOD/INB</i>		1,8	1,5
<i>Esperanza de vida al nacimiento (años)</i>		2000-2005	69,6	73	80	79,6	79,9	77,4
<i>Población por debajo del umbral de la pobreza</i>	<i>1,25\$ al día</i>	1992-2006	2,5	2,6
	<i>2\$ al día</i>		14	12,8
<i>Desigualdad de ingresos</i>	<i>10% más rico frente al 10% más pobre</i>		12	13	10	9	12	16
<i>Tasa de desempleo (%)</i>		2005	11	14,2	9,2	9,8	7,7	5,1

* Factor de conversión de poder de compra (Purchasing power parity factor): cuánto dinero local se necesita para comprar lo que se compraría con un dólar en EEUU.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de UNESCO (2010: 388-391).

Para completar el análisis de los efectos de las migraciones en Marruecos, sería necesario incluir datos de otras conexiones externas fruto de la movilidad como son las que se establecen por el traslado de estudiantes a otros países o por el contacto turístico.

En el primer caso, el de los estudiantes marroquíes refleja también un altísimo índice de movilidad, un 11,7 %, que duplica la de Túnez, y resulta hasta diez veces superior de la española (1,2 %), pero también respecto a otros países como Italia (1,6 %), Francia (2,5 %) y, por supuesto, Estados Unidos (0,3 %), sobre todo si se tiene en cuenta su baja cifra de matriculación en enseñanza superior. En términos absolutos, la movilidad de estos estudiantes (41.502) duplica ampliamente a la de un país de referencia en el

⁸⁶ Los datos referidos a Marruecos y Túnez corresponden a 1989.

Magreb, como es Túnez –con una tasa de matriculación equivalente–, pero también a la de países occidentales como España (23.914) o Italia (35.133). La movilidad estudiantil marroquí se aproxima a cifras como la Estados Unidos (50.265), a pesar de que la matriculación universitaria en este país es infinitamente superior.

Los estudiantes marroquíes se dirigen sobre todo a Francia, en un 45 % de los casos, mientras que el país recibe sobre todo estudiantes mauritanos que tienen un índice de movilidad similar al marroquí (12 %). Los datos se explica, en parte, por la baja calidad del sistema educativo marroquí, con una educación obligatoria de menos años de escolaridad –hasta los 14 años–, una esperanza de vida académica que no llega a los diez años y medio, y una tasa de alfabetización tanto de jóvenes (75.14) como de adultos (55,58) muy baja, veinte puntos menos que Túnez. La tasa de matriculación en educación superior es de sólo el 11.31 %. Las deficiencias del sistema educativo público marroquí parece que se confirman en las matrículas en la educación privada, del 5,2 para la secundaria y del 10,4 para la superior, que, comparadas con la de Túnez (4,66 y 1,07), resulta similar para la secundaria pero elevadísima para la superior.

Cuadro 3.6. Flujos internacionales de estudiantes móviles al nivel terciario*

<i>Países</i>		<i>Marruecos</i>	<i>Túnez</i>	<i>España</i>	<i>Francia</i>	<i>Italia</i>	<i>EEUU</i>
<i>Estudiantes móviles al extranjero</i>	<i>Total matriculación enseñanza superior x1000</i>	369	326	1.777	2.180	2.034	17.759
	<i>Número de estudiantes salidos al extranjero</i>	41.502	17.420	23.914	54.021	35.133	50.265
	<i>Movilidad al extranjero %</i>	11,7	5,6	1,2	2,5	1,6	0,3
	<i>Porcentaje bruto de matriculación en el extranjero %</i>	1,3	1,6	0,9	1,4	1,2	0,2
	<i>Destino principal (% del total)</i>	Francia (69%)	Francia (62%)	Reino Unido (24%)	Reino Unido (22%)	Austria (18%)	Reino Unido (24%)
<i>Estudiantes móviles al país</i>	<i>Número de estudiantes del extranjero</i>	7.029	...	21.315	246.612	57.271	595.874
	<i>Tasa de movilidad del país (%)</i>	1,9	...	1,2	11,3	2,8	3,4
	<i>Principal país de origen (% del total)</i>	Mauritania (12%)	...	Portugal (11%)	Marruecos (11%)	Albania (21%)	China (14%)

* Datos de 2007.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de UNESCO (2010: 348).

Cuadro 3.7. Educación y alfabetización

<i>Países</i>		<i>Marruecos</i>	<i>Túnez</i>	<i>España</i>	<i>Francia</i>	<i>Italia</i>	<i>EEUU</i>
<i>Enseñanza obligatoria (grupo de edad)</i>		6-14	6-16	6-16	6-16	6-14	6-17
<i>Esperanza de vida escolar</i>		10,49	13,98	16,23	16,23	16,47	15,82
<i>Tasa bruta de matrícula (TBM) Secundaria (%)</i>		55,85	88,04	119,84	113,43	101,14	94,22
<i>Tasa bruta de matrícula (TBM) Superior (%)</i>		11,31	30,81	68,91	55,57	68,12	81,68
<i>Matriculación en enseñanza privada (% de matriculación total)</i>	<i>Secundaria</i>	5,2	4,66	28,22	25,59	5,01	8,76
	<i>Superior</i>	10,4	1,07	13,79	17,08	7,71	25,78
<i>Tasa de alfabetización</i>	<i>Jóvenes 15-25 años (%)</i>	75,14	95,68	99,57
	<i>Adultos +15 años (%)</i>	55,58	77,7	97,94	...	98,87	...

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de UNESCO (2010: 332-339).

Otro factor de importancia que contribuye a la diversificación cultural y a las conexiones externas es, desde luego, el turismo. El Informe de la UNESCO (2010) mantiene que se trata de uno de los ejes de transformación y comprensión intercultural, aunque alerta del riesgo de congelar las culturas a demanda del sector turístico. Pero también entiende que es una tendencia creciente, que resulta difícil de evaluar: “Los contactos interculturales, comprendidos los intercambios sustantivos, seguirán creciendo como resultado de los mayores y cada vez más multidireccionales flujos turísticos, tanto reales como virtuales” (UNESCO, 2010: 17).

Marruecos presenta una gran desproporción entre los desplazamientos turísticos que realizan los nacionales respecto a la llegada de extranjeros para conocer el país. Una de las claves para comprender esta situación está en las diferencias económicas que existen respecto a determinados destinos turísticos, y que se comprende mejor a la vista de la cifra de gasto en otros países, que sólo alcanza los 32,76 dólares EEUU per cápita (UNESCO, 2010: 382). El principal destino de los marroquíes es Nigeria. La movilidad turística marroquí alcanza, según las salidas por el país de origen, a 2.247.000 marroquíes, una cifra equivalente a la de Túnez. Habría que añadir a estos datos los del bajo desarrollo turístico interior en el país, que sólo se incrementa con las llegadas veraniegas de los emigrantes en un fenómeno que comienza a conocerse como ‘turismo nostálgico’.

En cambio, cerca de seis millones de personas eligen a Marruecos como destino turístico, la mayoría procedentes de Francia; un fenómeno que supone una partida muy importante de los ingresos nacionales que alcanzan por esta vía 5.426 millones de dólares. El turismo de los países europeos muestra patrones muy superiores tanto en volumen de turistas como de ingresos: de España salen más de diez millones de turistas, con un gasto medio de 424,93 dólares, y especialmente hacia Francia, mientras que de este país salen más de 22 millones de turistas sobre todo hacia España. En ninguno de los países europeos figura ningún país del Magreb como principal destino. En estos dos países, la llegada de turistas y los ingresos que supone para el país (53.066 millones de dólares para España y 52.153 millones para Francia) son diez veces superiores a los de los Marruecos.

Se trata de una industria que en Marruecos presenta unas posibilidades de crecimiento enormes ya que puede alcanzar los “1.560 millones de viajeros en el año

2020 (1.200 millones de viajeros intrarregionales y unos 400 millones de turistas extrarregionales, de procedencias lejanas)” (UNESCO, 2010: 182). En la actualidad, representa un 6,5 % aproximadamente del PIB con el crecimiento de otra industria paralela de importancia la producción artesanal (que representa 19% del PIB nacional) (UNESCO, 2010: 180).

Cuadro 3.8. Corrientes de turismo*

		<i>Marruecos</i>	<i>Túnez</i>	<i>España</i>	<i>Francia</i>	<i>Italia</i>	<i>EEUU</i>	
<i>Corrientes de turismo</i>	<i>Al extranjero</i>	Salida de turistas (miles)	2.247	2.241	10.508	22.270	24.796	63.503
		Gasto en otros países (dólares EEUU per cápita)	32,76	44,73	424,93	615,65	456,53	331,63
		Principal destino	Nigeria	Argelia	Francia	España	Francia	Canadá
	<i>Al país</i>	Llegadas de turistas (miles)	5.843	6.378	55.914	75.908	36.513	49.206
		Gasto en el país (millones de dólares EEUU)	5.426	2.800	53.066	52.153	38.374	123.093
		Principal origen	Francia	Libia	Reino Unido	Alemania	Alemania	Canadá

* Datos de 2005

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de UNESCO (2010: 382-383).

3.1.8.- Indicadores políticos y de gobernabilidad en las orillas del Mediterráneo

En general, los países del Magreb presentan grandes deficiencias de gobernanza desde su independencia –Marruecos y Túnez (1956), Libia (1951), Mauritania (1960) y Argelia (1962) con regímenes autoritarios, sistemas políticos de partido único (salvo Marruecos que en 1997 inaugura un gobierno de alternancia) y escasos avances en un Estado de Derecho, una sociedad democrática y una gestión administrativa eficaz. Con la llegada al trono de Mohamed VI, se renovaron los cuadros dirigentes marroquíes de corte tecnócrata a fin de reducir la corrupción y alcanzar una mayor eficacia en el proceso de toma de decisiones. Sin embargo, el sistema político sigue estando subordinado al rey y, por tanto, las promesas de transición política hacia la democracia y la relativa apertura y liberalización del régimen (por ejemplo con la Ley de Partidos Políticos de 2005, el Código de Libertades Públicas, el Código de la Prensa, la reforma del Código de Procedimiento Penal, el Código de Familia de 2004, o el Código de Trabajo de 2003) no cuadran con el entramado político y administrativo del clientelismo en que se apoya el poder en Marruecos (Amirah, 2004: 1).

Entre las dimensiones de gobernabilidad que identifica el Banco Mundial –con valores que oscilan entre el -2,5 al +2.5 %- y que entiende como el conjunto de tradiciones e instituciones por las que se mide cómo la autoridad se ejerce en un país. El indicador *Voice and Accountability*, que mide hasta qué punto los ciudadanos de un Estado son capaces de participar en la elección de su gobierno, así como la libertad de expresión, la libertad de asociación y la libertad de prensa, tanto Marruecos como Túnez presentan valores negativos (-0,62 y -1,22 respectivamente) frente a los positivos que obtienen los países vecinos del Norte del Mediterráneo: España (1,05), Italia (1,12) y Francia (1,27) (IDM, 2008).

La misma tendencia marca el indicador *Political Stability and Absence of Violence/Terrorism*, que mide la probabilidad de que el gobierno sea desestabilizado o derrocado por medios inconstitucionales o violentos, incluyendo violencia doméstica y terrorismo, si bien en este caso la diferencia entre los valores de los vecinos del Norte y del Sur no es tan marcada. Acontecimientos como el atentado terrorista del 11M y el

cambio de gobierno en 2004 (del Partido Popular al PSOE), junto con los continuos atentados terroristas de ETA podrían haber producido una bajada de este índice para el caso español aunque, en términos comparativos, la diferencia no es muy grande con Italia o Francia.

Cuadro 3.9. Indicadores políticos y de gobernabilidad en países del Mediterráneo occidental

<i>Países</i>	<i>Marruecos</i>	<i>Túnez</i>	<i>España</i>	<i>Francia</i>	<i>Italia</i>
<i>Voice and Accountability</i> (WGI, 2007)	-0,62	-1,22	1,05	1,27	1,12
<i>Political Stability and Absence of Violence/Terrorism</i> (WGI, 2007)	-0,52	0,1	0,04	0,51	0,44
<i>Government Effectiveness</i> (WGI, 2007)	-0,07	0,46	1	1,3	0,33
<i>Regulatory Quality</i> (WGI, 2007)	-0,11	0,15	1,05	1,15	0,81
<i>Rule of Law</i> (WGI, 2007)	-0,15	0,32	1,12	1,32	0,43
<i>Control of Corruption</i> (WGI, 2007)	-0,24	0,08	1,16	1,32	0,45
<i>Corruption Perception Index, ranking / valor</i> (Transparency Internacional, 2007)	72 / 3,5	61 / 4,2	25 / 6,7	19 / 7,3	41 / 5,2
<i>Index of State Weakness in the Developing World, ranking / valor</i> (The Brookings Institution, 2008)	96 / 7,11	112 / 7,61	-	-	-
Índice de Desarrollo relativo al Género, ranking / valor (PNUD, 2005)	112 / 0,621	83 / 0,75	12 / 0,944	7 / 0,95	17 / 0,936
Gasto militar, % PIB (PNUD, 2005)	4,5	1,6	1,1	2,5	1,9
<i>Global Peace Index, ranking</i> (Vision of Humanity, 2008)	63	47	30	36	28

Fuente: Iglesias (2009: 202-242).

El Ranking de Percepción de la Corrupción de Transparency International, en 2007 Marruecos ocupaba el puesto 72º de 180 países, por delante de Argelia (99º), pero detrás de Túnez (61º), Italia (41º), España (25º) y Francia (19º). Este índice define la corrupción como el abuso de la administración pública para el provecho propio y mide el grado en que se percibe su ejercicio entre los funcionarios públicos y los políticos. El

valor varía desde 10 (muy limpio) a 0 (muy corrupto), y en su media está el valor que Transparency International considera en el límite entre países que tienen y no tienen un problema de corrupción (Transparency Internacional, 2007). Así pues, Marruecos y Túnez entrarían en el primer grupo de países. Está claro que la corrupción en Marruecos continúa siendo un mal endémico y está extendido por todo el sistema a nivel político, económico, judicial y administrativo, lo cual resta credibilidad al régimen y perjudica el desarrollo humano sostenible de su población. Aun así, a los ojos de Europa y de EEUU, Marruecos (junto con Túnez) representa el país más avanzado en términos de transición política y democratización, considerado como el mejor experimento democrático en Medio Oriente.

La estabilidad política y la ausencia de terrorismo de las que había gozado Marruecos se vieron cuestionadas con el atentado de Casablanca de mayo de 2003, lo cual volvió a sacar a escena el viejo tema del abuso de los derechos humanos (hay que recordar que en 1990 se registraron fuertes denuncias sobre su violación en Marruecos por Amnesty International que acabaron internacionalizándose y provocando un serio problema de credibilidad e imagen para Hassan II) de la mano de Amnistía Internacional, Human Rights Watch y la Federación Internacional de Derechos Humanos que denunciaron en sus informes un deterioro notable de los derechos civiles y políticos tras el atentado (detenciones ilegales, torturas durante los interrogatorios, manipulación de testimonios, procedimientos arbitrarios, denegación del derecho de autodefensa, etc.)⁸⁷.

Marruecos es el país que mayor gasto militar presenta en porcentaje del PIB en el Magreb (4,5%), seguido de Libia (3,9%) y por último, Túnez (1,6%) (PNUD, 2005). Ahora bien, desde 2006, Argelia decidió emprender una modernización de sus fuerzas armadas y firmó con Rusia importantes acuerdos para la compraventa de armamento (por valor de 10.000 millones de euros). En el temor de que el Ejército Popular Argelino pudiera convertirse en el mejor equipado del Norte de África, Marruecos firmó a finales de 2006 contratos con tres empresas españolas (Urovesa, Iveco y Rodean Polyships) por valor de 200 millones de euros para la adquisición de 1.200 vehículos de movilidad táctica (VAMTAC), de camiones y de 10 patrulleras para la vigilancia de sus costas; aunque en términos comparativos la inversión marroquí es irrisoria frente a la argelina

⁸⁷ En el Informe *Morocco: Human Rights at a Crossroads* (Human Rights Watch, 2004) y el informe *Marruecos. Detención en régimen de incomunicación / temor de tortura o malos tratos* (de Amnistía Internacional de 2008).

(El País.com, 09/04/2007). Esta situación de rearme y competencia por poseer mayores capacidades de despliegue militar es habitual entre países que se disputan la hegemonía regional, y más aun si persisten disputas territoriales como ocurre en este caso por el Sáhara Occidental.

En la otra orilla del Mediterráneo, es de destacar que España destina tan sólo un 1,1% del PIB al gasto militar, frente al 1,9% de Italia, el 2,3% de Portugal y el 2,5% de Francia. La importancia del dato estriba en que España es uno de los países que aun mantiene litigios de soberanía territorial con Marruecos y que se tensionaron en 2002 con la crisis de Perejil. En cuanto al *Global Peace Index*, índice compuesto de 24 indicadores cualitativos y cuantitativos que combinan factores internos y externos de todo tipo, desde el nivel de gasto militar de una nación hasta las relaciones con sus países vecinos y el grado de respeto por los derechos humanos, España ocupa el lugar 30º de un total de 140 países, por delante de Francia (36), Túnez (47º) y Marruecos (63º). Ahora bien, es llamativo el hecho de que en el negocio de las ventas de armas al mundo en desarrollo España ocupa el octavo puesto en el período 2003-2006 detrás de EEUU, Federación Rusa, Gran Bretaña, Francia, China, Israel y Alemania, y justo delante de Italia⁸⁸. En este sentido, Intermón Oxfam informa que España es el primer proveedor mundial de munición a África Subsahariana⁸⁹, lo cual entraría en total contradicción con la política de ayuda al desarrollo y prevención de conflictos hacia la región a través del Plan África.

⁸⁸ En *Conventional Arms Transfers to Developing Nations*, 1999/2006 (2007), en: <<http://www.fas.org/sgp/crs/weapons/RL34187.pdf>>.

⁸⁹ Se puede consultar en Internet, en el estudio de Intermón Oxfam en: <http://www.intermonoxfam.org/cms/HTML/espanol/2673/061212_desarrollo_africa.pdf>.

3.1.9.- **Identidades nacionales y religiosas.**

El uso político de las identidades nacionales es uno de los asuntos más complejos y espinosos del panorama identitario, sobre todo por su capacidad desestabilizadora. Wolton (2004: 50) mantiene que en la cultura de masas, ligada al sistema democrático y a la mundialización, “se encuentra en equilibrio inestable todo cuanto compete a las *identidades territoriales*, la historia, las identidades nacionales, las lenguas, las habilidades, la vida cotidiana, los estilos, los ritmos, y que a menudo se ve amenazado por la mundialización económica”. La comunicación simbólica se ejerce como un poder en lo territorial que Estado aplica como un ‘monopolio institucionalizado de la violencia’ (Castells, 2005: 45). Y aunque el argumento del esencialismo de la identidad nacional, tan manipulable y movilizador, no se basa en una experiencia humana (Bauman, 2005c: 49), no ha perdido importancia. Lubeck (2003: 106) entiende que ahora forma parte de la competitividad entre entidades transnacionales y globalizadas; la identidad, junto al Estado-nación, es una de “las invenciones europeas de mayor trascendencia, actualmente universalizadas en el sistema internacional de Estados”.

Las situaciones en el ámbito de la *ubicuidad* y la *asincronía* tienen en común el olvido del carácter social de las representaciones y de su capacidad para generar conflictos (Mato, 2006: 8). Ya Berger y Luckmann (2001: 216-217) ponían el acento en la dialéctica conflictiva que está determinada por la estructura social y que se orienta hacia el concepto erróneo de ‘identidades colectivas’: “Las estructuras sociales históricas específicas engendran *tipos* de identidad, reconocibles en casos individuales”. A pesar de que, como bien señala Grimson (2008: 64), las retóricas, las creencias y las prácticas alrededor de la identidad no permiten distinguir de forma clara y objetiva a los grupos humanos, lo cierto es que las identidades tienen una enorme capacidad movilizador y desmovilizador⁹⁰.

Desde este punto de vista hay que entender muchos fenómenos relacionados como la construcción del Otro musulmán, así como con la comprensión del islam , tanto

⁹⁰ Un ejemplo está en la persuasión religiosa (Martínez Novo, 2005: 23), tan negociable y tan eficaz, que es el recurso frecuente para gestionar la alteridad.

desde Occidente como desde la autoproducción interesada que señala Lacoste-Dujardin (1993: 270), quien entiende que la resistencia a los cambios se ha convertido en el mundo musulmán en un sistema integrista, rígido e implacable que opera en el control político pero también en el patriarcal: “La corriente política y religiosa islamista se alimenta del conservadurismo de resistencia que, en otros tiempos, sirvió para defender unas identidades amenazadas”. La tendencia sigue vigente de forma interesada en el mundo islámico pero se refuerza desde Occidente con la pérdida de aspectos de interés de esa tradición cultural como, por ejemplo, el cosmopolitismo musulmán: “La teoría política clásica del Islam desarrolló la doctrina de la unidad de todos los musulmanes en cuanto miembros de una comunidad transnacional y transétnica –la *umma*–, que acataba y acata aún una ley islámica universal, la *sharia*” (Lubeck, 2003: 113). La revisión histórica y geopolítica es imprescindible para que aflore la capacidad de adaptación del islam a distintos continentes, Estados-nación, a catorce siglos de historia, y a diferentes contextos sociales, en una trayectoria de gran flexibilidad pero que viene planteando problemas desde el proceso de racionalización de la modernidad occidental (Castién, 2003: 11, y AlSayyad, 2003: 42). A pesar de la idea de que “la identidad de los musulmanes es, por tanto, la de un conjunto de pueblos culturalmente muy diversos que comparten una idea religiosa” (Tibi, 2003: 64), la visión occidental es bien distinta y hay que luchar contra ella: “Se pretende, pues, luchar contra la identificación del Islam y los musulmanes con el monolitismo y la intemporalidad histórica” (AlSayyad, 2003: 41). En este contexto se explica el cambio y la transformación de la mezquita en núcleo de la identidad y la ciudadanía, ya que mientras en la década de los ochenta se utilizaba como refugio de los perseguidos y lugar de ayuda social, ahora “se ha tornado el referente principal para todos aquellos que han visto sus convicciones sacudidas por las transformaciones que están teniendo lugar en la actualidad” (Mbembe, 2008: 178). En ello también hay una necesidad de universalidad ya que se instauran como comunidades de creyentes, por encima de las fronteras (Maalouf, 1999: 112).

Como quiera que el terreno de las identidades es complejo y ambiguo, hay muchas contradicciones sobre el encuentro entre Occidente y el islam, entre las identidades migrantes musulmanas y las miradas ensimismadas europeístas: “Las identidades de los musulmanes se relacionan con la condición de inmigrante y las formas nacionales de incorporación a las sociedades europeas.” (Lubeck, 2003: 121). La firmeza con la que se defiende la identidad europea oculta su carácter azaroso y accidental, hasta tal punto que Bauman (2006b: 17, 26 y 34) afirma que el europeo

“*carece de identidad*; una identidad fija, o una identidad considerada y tenida por fija”, y que la ‘crisis de la identidad europea’ es fruto del descubrimiento de un proyecto de modernización sin occidentalización, o mejor, sin europeización. Así, mientras los musulmanes se refugian y refuerzan sus procesos identitarios, apoyados en criterios culturales y religiosos, como reacción a la modernidad y a la demonización occidental de su mundo, los europeos atravesamos otra crisis identitaria posnacionalista, que desdibuja la identidad propia y se atrincheran en términos de amenaza: “Precisamente en el momento en que Europa tiene que adaptarse a una presencia cada vez mayor del islam en su suelo, las identidades nacionales se deconstruyen y se reconstruyen desde arriba y desde abajo” (AlSayyad y Castells, 2003: 23).

Las tensiones para la construcción de identidades supranacionales, que responderían a la consolidación cultural de la globalización, se ven frenadas por los efectos correctores del auge de los nacionalismos, en ocasiones apoyados por visiones trasnochadas de la historia que resucitan en determinados contextos: el evolucionismo y el etnocentrismo (Santamaría, 2002: 59; Lubeck, 2003: 101), pero también el orientalismo y el africanismo son esenciales para la consolidación de la identidad europea, junto con el catolicismo intolerante (van Dijk, 2003: 21). Cuando la relación entre las culturas se entiende como relación de fuerza y dominación, genera enquistamientos en forma de conflictos de identidad, apoyados por los radicalismos políticos, en los que no cabe la negociación (Lubeck, 2003: 106). La nueva identidad europea plantea el desafío de encontrar un discurso más justo sobre el Otro (Imbert, 1993: 51), mientras se rinde a las presiones, gestionadas políticamente, de otros sectores (Enzensberger, 1992: 29). Así es como se construye la identidad europea, a riesgo de someterla a la herencia del exclusivismo cultural (Kumar, 2003: 87).

A la complejidad de la identidad musulmana se añade la árabe en la que los matices culturales han surgido de las divisiones fronterizas del colonialismo que añaden modelos nacionales a un sentido árabe común. A partir de aquí, dependerá de la gestión política la posición que, dentro de cada Estado, ocupe la arabidad respecto a lo nacional (Castián, 2001: 200). En el caso de Marruecos, hay que añadir el peso de la población bereber –otra identidad transnacional, compartida con otras naciones africanas–, que en ocasiones se entiende opuesta a lo árabe, mientras que en ocasiones se articula en la arabidad. La diversidad lingüística y cultural que refleja este panorama también se muestra en forma de conflicto: “El dramatismo de las luchas políticas que se desarrollan

en el Magreb en torno a esta multiculturalidad y a este multilingüismo ponen de manifiesto la falta de consenso social acerca de qué cultura y qué identidad nacional se quiere tener” (Castián, 2003: 6).

Si la religión, el islam, es también una base de cohesión identitaria tanto en Marruecos como en otros países mediterráneos, la cuestión presenta dificultades para asimilarla a los principios de las sociedades modernas en el concepto occidental, ya que supone la imposición de un sistema de racionalización y otro, paralelo, de secularización. Pero hay otro obstáculo que ha señalado Geertz (1989: 229): la exaltación de los rasgos identitarios por parte de los Estados descolonizados. Las sociedades posmodernas facilitan un espacio social común que aglutina las divisiones internas, normalmente por la vía de la identidad nacional; esto es común al mundo árabe, al marroquí pero también al Occidental. Kumar (2003: 96) reconoce la ambigüedad que hay latente tras el rechazo de las etiquetas por parte de las minorías mientras, en muchas ocasiones, se defiende la conservación de la religión o de la lengua.

3.1.10.- La fortificación de la frontera

En este contexto, se registra la fortificación de la frontera sobre políticas de seguridad de un valor ambiguo porque, pese a los discursos y la disolución del tiempo y del espacio, la lógica de la seguridad, el concepto de riesgo y la creación del enemigo son los factores de su blindaje. Al igual que en el pasado, se trata de marcar el territorio con distinciones políticas y culturales, mediante relaciones de fuerza a menudo ajenas a las necesidades y los intereses de la población (Álvarez, 2000: 33). De especial interés para este estudio es la contribución de Sutcliffe (2003) sobre el coste de reforzar el control de las fronteras, sobre el cual concluye que tiene un impacto contraproducente porque desanima al retorno una vez superados los esfuerzos de la entrada, repercute de forma negativa en las personas con menos recursos de los países más pobres, y también en los trabajadores de los países desarrollados. Incluso, en este contexto, mantiene que “la libertad de todos los trabajadores para moverse entre fronteras aumenta la igualdad”, pero que el control incrementa el número de personas que organizan migraciones internacionales y que proporcionan servicios como guías, falsificación de documentos o rutas arriesgadas. Así se relaciona con movimientos irregulares y contrabando, al igual que mantiene el Informe de Desarrollo Humano 2009 (PNUD, 2009: 5 y 60-61), cuando compara estos costes respecto a los ingresos de la países de origen, para concluir el efecto disuasorio que acarrearán.

La dinámica de fortificación se muestra en muchos lugares del planeta, aunque bajo la globalización quizá la construcción pionera en el blindaje sea la de la frontera México-Estados Unidos, en paralelo a un esfuerzo comercial, económico y cultural, bajo el concepto de ‘capitalizar fronteras’ (Yúdice, 2002: 305 y 352). La operación – allí, al igual que en Europa– ha supuesto la inversión de enormes cantidades de dinero⁹¹ en la industria militar para el desarrollo de sofisticados sistemas de vigilancia, hasta lograr el liderazgo en la innovación de telecomunicaciones, computación y biotecnología; los resultados de estos experimentos cruzan la frontera, pero ahora para llenar de novedades los mercados globales. De la misma forma, la frontera Sur de Europa ha estado orientada por los mismos criterios sobre relaciones económicas, refuerzo cultural y sistemas de vigilancia.

⁹¹ El coste de estos sistemas fue de 25 millones de dólares, en barreras, equipos y la vigilancia.

La unificación europea ha supuesto la disolución de las fronteras interiores a cambio de la fortificación de las exteriores, especialmente hacia el Mediterráneo como zona de contacto con el Sur, entendido como el Tercer Mundo. Así, el Sistema Integral de Vigilancia Exterior⁹² (SIVE) –un sistema previsto para interceptar y repatriar a los migrantes antes de su llegada– jugó un papel equivalente desde que se proyectó en el año 1999. Su equipamiento tecnológico, integrado por infrarrojos de larga distancia, radares y cámaras térmicas, se ha ampliado desde 2002 con unidades de intervención, tanto aéreas como marítimas, en un modelo único en Europa. El primer año de su implantación contó con un presupuesto muy superior al programa Greco, que gestionaba la totalidad de la migración en el territorio nacional⁹³. Todo ello a pesar de que en el ámbito político se reconocía claramente en ese mismo año de 2004 que la mayor parte de las llegadas irregulares de migrantes a España se registraban por los aeropuertos (El País, 27/05/2004). De diferentes estimaciones se puede extraer que en ningún caso, ni en los momentos de mayor número de entradas de pateras, ha superado el veinte por ciento de las llegadas irregulares (Belguendouz, 2002: 47; Pumares, 2002: 78). Es más, según los resultados de la encuesta que recoge el estudio *La voz de los inmigrantes*, este porcentaje baja hasta el 7 por ciento (Díez Nicolás y Ramírez Lafita, 2001: 28).

La estrategia de la fortificación no sólo se apoya en el desarrollo económico, sino también en su dimensión económica ya que la financiación de esta política y del SIVE se ha logrado a costa, al menos en parte, de los fondos para la cooperación euro-mediterránea, como los fondos MEDA o Interreg III, destinados a consolidar la cooperación fronteriza hacia el exterior de la Unión Europea⁹⁴. El informe de la Organización Mundial para las Migraciones 2003 afirma que la política de control migratorio de cinco Estados –Alemania, Estados Unidos, Canadá, Gran Bretaña y Holanda– suponía un gasto de 17.000 millones de dólares, una cantidad que representaba casi dos tercios de la ayuda total destinada a la cooperación al desarrollo (Martin, 2003).

⁹² Con este dispositivo, la entrada de droga en la zona no ha disminuido a lo largo de los años de forma sensible, pero sí los flujos migratorios que han experimentado nuevas rutas más arriesgadas (El País, 9/12/2004) y el cuestionamiento de nuevas fronteras cuando se desplaza el fenómeno a las Islas Canarias. El modelo panóptico sobre el Estrecho todavía se amplió en 2003, con la Operación Ulises, en la que junto a España otros cuatro países de la Unión Europea se unieron para luchar en alta mar contra la inmigración clandestina (El País, 28/01/2003).

⁹³ Más datos sobre la inversión en el SIVE en López Sala (2005: 29).

⁹⁴ En este tema, resulta de especial interés la obra colectiva *Frontera Sur. Nuevas políticas de gestión y externalización del control de la inmigración en Europa* (2008) por su aportación al análisis de las políticas de cooperación, comerciales y tecnológicas sobre la fortificación europea.

De hecho, aunque las relaciones mercantiles y el libre comercio desdibujan la frontera, la geopolítica y las diferencias de renta abren una brecha insalvable que ha estudiado Íñigo Moré (2007) como ‘escalones económicos fronterizos’ y que le permiten mantener que se trata de la frontera más desigual de la Unión Europea: la renta per cápita, es decir, el PIB en términos nominales distribuido entre la población, tiene una desigualdad de quince puntos que superan y casi duplican la diferencia más señalada para el caso de la frontera México-Estados Unidos, que ocupa el puesto 28 en términos nominales⁹⁵. Por tanto, se trata de un aspecto importante a la hora de considerar la presión migratoria: “No es extraño por tanto que las presiones migratorias se acentúen allí donde la vecindad hace más fácil el contraste de modos y de niveles de vida: es el caso de las fronteras geográficas entre los mundos desarrollado y en desarrollo, auténticos puntos de fractura social donde se expresan de manera más visible e inmediata los gradientes de renta, seguridad y bienestar existentes a escala internacional” (Hegoa, 2007: 15).

Desde la creación del espacio Schengen, la seguridad se ha trasladado a la periferia de la Unión en una gestión contradictoria que ha permitido la integración de otros países de renta baja⁹⁶, pero europeos, mientras ha islamizado más la concepción fronteriza del Mediterráneo, donde se ha reforzado la seguridad. El Sur se entiende como la frontera más inestable por la conjunción de fenómenos como las migraciones y las diferencias económicas, y también por la creciente concepción conflictiva en el orden internacional de las relaciones con el mundo islámico, que se ha visto reforzada por la guerra del Golfo así como por los movimientos islamistas y el terrorismo.

Dentro de las estrategias de control, la Unión Europea crea en 2003 la Agencia Europea para la gestión de la cooperación operativa en las fronteras exteriores de los Estados miembros (Johnson y Michaelsen, 2003: 25-29; Vila, 2000: 111), Frontex, que gestiona los excesos de movilidad que la Unión considera como riesgos. Un sistema al estilo de la sociedad de control de Deleuze o del panóptico de Foucault, que integra multitud de actividades como la formación, investigación, vigilancia y la asistencia en la

⁹⁵ En términos de paridad de poder de compra, la diferencia España-Marruecos es de 5,45, mientras que ocupa la posición 26 para el caso México Estados Unidos.

⁹⁶ Tras las últimas incorporaciones de Estados a la Unión Europea, se anuncia la concesión de una ayuda de 1.820 millones de euros para el periodo 2007-2013 por parte del Fondo Europeo para las Fronteras Exteriores.

‘fortificación de la frontera’ exterior de la Unión. También se incluye el control de riesgos y la anticipación y predicción de los movimientos migratorios, tal y como describe San Martín (2009: 64 y 32): “El control fronterizo se plantea entonces como un filtro, un control que sea capaz de visibilizar y discernir entre lo deseado y lo indeseado, acto de distinción en que se fundamenta la gestión del orden”.

3.1.11.- Fronteras africanas

El concepto de la frontera como una división espacial fija y fortificada, común en el imaginario occidental, no guarda relación con su historia. Tanto en Europa como en África, los bordes han estado en permanente transformación y rediseño en los últimos dos siglos. Para el caso africano, Mbembe (2008: 169) hace un análisis en profundidad en el que parte de la idea de que

las fronteras visibles, materiales y simbólicas de África se han ampliado y reducido constantemente. El carácter estructural de esta inestabilidad ha contribuido a transformar la configuración territorial del continente. Han aparecido nuevas formas de territorialidad y formas inesperadas de localidad. Sus límites no tienen necesariamente intersecciones con los límites, normas o lenguas oficiales de los Estados.

En ese contexto, defiende la existencia de una integración regional que se produce desde abajo por la economía informal –generalizada en buena parte de África– el contrabando y las migraciones que, en clave regional, logran conectar internacionalmente estos flujos. La tradición entrelaza la presencia de las redes esclavistas, la construcción de fuertes militares, las presencias misioneras y la represión de las revueltas locales, en un proceso cultural de prolongada duración que se superpone a una concepción territorial precolonial, calificada por Mbembe (2008: 172-174) de ‘territorialidad itinerante’ en la que el control se realiza sobre las personas y las localidades, en función de la tradición nómada de buena parte de su población.

La situación es, sin lugar a dudas, mucho más compleja: en los Estados africanos en general no coincide la idea territorial con las relaciones de intercambio dominadas por las rutas religiosas y comerciales, que eluden a los propios Estados porque están más atentas a las diferencias de las zonas productivas, a los resquicios legales, al cambio de moneda a favor de mercados. De esta forma, Mbembe (2008: 170-171) mantiene que existe una noción simplista, fruto del impacto colonial, sobre la gestión de las fronteras africanas porque los imaginarios y las prácticas locales las confirman pero también las negocian, aunque Nugent y Asiwaju (1998: 35), por su parte, defienden que también subsiste la noción de espacio relacionada con el Estado. Las complejas relaciones

tribales, sociales, religiosas y ciudadanas llevan a una superposición de vínculos entrelazados y derechos que superan y trascienden el ámbito de las relaciones familiares y de lo local (Mbembe, 2008: 172); en este sentido, los africanos tienen una gran habilidad para sacar el mejor partido a las ambigüedades de la situación fronteriza (Nugent y Asiwaju, 1998: 41).

Las presiones del pasado sobre el territorio marroquí, en las direcciones de sus flujos predominantes, se reproducen en la actualidad pero en forma de escisiones:

En términos generales, parte del Norte de África se siente atraída por el Mediterráneo. Sin adoptar necesariamente los valores culturales de Europa, está intentando ligar su futuro económico al de Europa occidental. La otra cara norteafricana se vuelve hacia los lugares conmemorativos del Islam, en Oriente Próximo. (...) La influencia marroquí, aunque en retroceso, aún se deja sentir, en particular en el África occidental musulmana (Mali, Senegal) (Mbembe, 2008: 184-185).

La lógica de la colonialidad ha permitido el establecimiento de fronteras sobre las que se ha apoyado el desarrollo del capitalismo y de la globalización, que para Mignolo (2003: 112), “opera en dos direcciones rearticulando las fronteras interiores vinculadas a los conflictos imperiales y rearticulando fronteras exteriores dotando a la diferencia colonial de nuevos significados”: De hecho, para el ámbito global sigue presente con la misma fuerza, pero ahora al servicio de los mercados (Mignolo, 2003: 294).

3.1.12.- Ciudadanías en las dos orillas del Mediterráneo

La coincidencia de las fronteras culturales y políticas permitió el desarrollo del nacionalismo y la constitución de Estados (Gellner, 1988: 153), al menos fue así para las sociedades industriales. Pero en el mundo globalizado la lógica supera las barreras, así que hoy por hoy la nación se reconstruye fuera de las fronteras nacionales, mientras que dentro cada vez más presencias anuncian su disolución, su falta de efectividad (Hobsbawm, 1998: 183). El emborronamiento de sus fronteras, por los múltiples cruces físicos e inmateriales, permite que Moraes (2007: 185) defienda que “el *nacionalismo a distancia* de migrantes y comunidades diaspóricas también contribuye a construir nación”.

Los Estados tienden a superar el simbolismo de la soberanía contenido en las fronteras para dar paso a relaciones de interdependencia, necesarias por la presión de múltiples fuerzas: el desarrollo, las migraciones “y sobre todo, una realidad de los mercados inter y transnacionales, económicos, mediáticos y culturales que trascienden la soberanía de los Estados y se ríen de las fronteras” (Wihtol, 2000: 17). Así, Hobsbawm (1998: 202) mantiene que “«nación» y «nacionalismo» ya no son términos apropiados para describir, y mucho menos para analizar, las entidades políticas que se califican de tales, o siquiera los sentimientos que en otro tiempo se describían con ellos”. Pero pese a esa realidad, los Estados defienden las fronteras dentro de su nostalgia por el nacionalismo, a través de la concesión de permisos y papeles; Kumar (2003: 97) entiende que, así, “los Estados actuales se exhiben –me parece el término más acertado– en sus límites y fronteras, controlando movimientos de entradas y salidas con un despliegue de vigencia de las fronteras nacionales”.

La identidad democrática moderna como la ciudadanía –que se apoya en un sistema de derechos universal, en la participación y en la pertenencia– muestra sus grietas cuando se visibiliza que no hay derechos para todos. El reconocimiento y la negociación permiten avances pero también depende de la voluntad de las minorías y de la existencia de ‘marcadores de fronteras’ o diferencias entre los distintos colectivos (Martín, 2003: 128). Pero en el reparto de derechos, o incluso en su constitución, una mayoría de la población no se ha considerado durante mucho tiempo sujeto de derecho, e incluso ni siquiera con categoría humana o dignidad suficiente (Lucas, 1994: 45).

En la inserción de los migrantes en Europa la cuestión se centra desde luego en

el reparto del Estado del Bienestar, en el que se apoya el discurso de rechazo con datos no contrastables sobre la pérdida de empleos, o el rechazo a políticas más flexibles alegando el aumento de los flujos ilegales. La investigación ha demostrado que la aportación de los migrantes es positiva para el sector público y representa un porcentaje muy bajo del gasto total, tanto en España como en Alemania o Gran Bretaña (Tornos y Aparicio, 2000; Aparicio y Tornos, 2000: 52; Bernaldo, 2004: 12). Benhabib (2006: 14-15) detecta la desagregación que se produce en el seno de Europa de los componentes de la ciudadanía en diversos aspectos –derechos sociales, políticos o identitarios– para su evolución hacia una interesada ciudadanía flexible y una soberanía dispersa. La especulación interesada ayuda a fortalecer nuestra identidad colectiva y también a la necesidad de reforzar nuestras fronteras, a construir nuestra nueva identidad de europeos:

Mientras las elites de la UE promueven la ciudadanía europea y una identidad europea común, las fronteras de los Estados todavía actúan al mismo tiempo como marcas de los procesos de inclusión y exclusión que representan nociones de diversidad, diferencia y otredad⁹⁷ (Wilson, 2000: 124).

El concepto fronterizo de la ciudadanía se desarrolla por la construcción de condiciones extraciuadanas, se hace policial ante las migraciones, y oculta que también es resultado de las ‘estructuras socioeconómicas transnacionales’ (Santamaría, 2002: 111). En ese escenario, los Estados nacionales no son en absoluto relevantes, ya que no controlan los mercados laborales globales ni las transferencias económicas, pero sí pueden serlo los movimientos sociales que contestan el funcionamiento de aparente normalidad de un sistema político hasta hacer aflorar sus aspectos ocultos y transformar su modelo (Escobar, 1999: 145 y 149-150). La opción transnacional de la ciudadanía tiene, para Kumar (2003: 99), el riesgo de la pasividad y la ciudadanía de segunda dentro de los Estados-nación todavía poderosos.

La relación entre ciudadanía y migraciones está marcada por la idea de frontera como barrera de pertenencia, como obstáculo, como exclusión. Culturalmente, esta visión se enfrenta al concepto de frontera que domina en los países africanos, donde el

⁹⁷ Wilson se cuestiona si el intento político de la Unión Europea de crear una nueva identidad colectiva afecta a los pueblos que la integran.

nacionalismo se discute a diario en la fluidez de las lindes y las comunidades que se mezclan sin atender a las líneas oficiales: “Ha ocurrido siempre que las poblaciones han cruzado las fronteras en busca de refugio o de mejores expectativas.” (Nugent y Asiwaju, 1998: 42). En esa fluidez viven comunidades y familias extensas, multiétnicas y transnacionales, de carácter islámico, que han logrado crear fortunas al margen de los Estados y que se esfuerzan por convertir ese poder en político (Mbembe, 2008: 193-194), por abrir el debate sobre lo autóctono, pero también sobre la ciudadanía.

La cuestión de la ciudadanía y la democratización de Marruecos es un tema complejo, tal y como lo describe García Luengos (2004), el poder se gestiona desde un sistema represivo y de vigilancia. Su evaluación –en relación a los derechos ciudadanos españoles– le permite concluir que existen dificultades para establecer un sistema tributario apoyado en la igualdad y la progresividad, así como en la negociación colectiva y libertad de empresa, aunque reconoce mejoras con el actual Código de Familia⁹⁸.

Además, García Luengos destaca la importancia del movimiento asociativo, especialmente de mujeres, en un contexto contradictorio desde la entronización de Mohamed VI, cuando “las libertades públicas han sido objeto de una combinación entre medidas aperturistas y políticas represivas (entre ellas, la encarcelación de varios periodistas o la represión violenta de las manifestaciones de jóvenes licenciados en paro)”.

Sassi (2006: 144) ha destacado la concepción ciudadana de los migrantes candidatos a la integración como una doble pertenencia, en función de “su voluntad de adaptarse a la sociedad de residencia, al mismo tiempo que mantienen arraigada su pertenencia a culturas completamente distintas”. Es una ‘ciudadanía de dos vertientes’ que califica de parcial e instrumental por cuanto sólo alcanza a una porción de los marroquíes residentes en el extranjero y como instrumento político de integración que no suponga la renuncia a la opción de regresar a su país de origen. La estrategia del gobierno marroquí para este logro se apoya en acciones que se podrían calificar de “ciudadanía comunicativa” –en la definición de Mata–, acciones efectuadas con la intención de establecer vínculos permanentes con los marroquíes residentes en el extranjero a través de políticas comunicativas y campañas mediáticas sobre los temas

⁹⁸ A pesar de que establece limitaciones para las mujeres.

que preocupan a esa comunidad, como la inversión, la educación o las cuestiones sociales, tanto en los lugares de destino como de origen (Sassi, 2006: 151-152). Así, la migración se convierte en eje dinámico del desarrollo.

3.2.- El contexto de los medios.

El estudio del contexto comunicativo, en relación a las migraciones, supone la dificultad de lograr una pauta de operatividad tal y como plantea Labrín (2009): “Establecer un registro común sobre aquellas variables que definen a la migración en tanto proceso de cambio social, y a los medios como agentes de dicha transformación”. Por ello, vamos a operar con la descripción del escenario comunicativo a través de los centros emisores de los medios globales y nacionales, la recepción y las interacciones comunicativas. Tanto los medios como los discursos, entre los que se incluyen las lógicas económicas y empresariales, se difunden con estrategias globalizadoras por el largo alcance que la tecnología ha propiciado para las emisiones pero, también, por la multiplicación de sus efectos y las interacciones que alrededor de los mismos se registran.

La perspectiva del análisis del modelo comunicativo de Marruecos se enfrenta a los escasos antecedentes cuando se relaciona con las migraciones, ya que la mayor parte de los estudios sobre el eje comunicación y desarrollo se ocupan del impacto de las políticas comunicativas en el crecimiento económico e incluso en la calidad de vida y en las prácticas democráticas de los países llamados en desarrollo. Sin embargo, el papel que la comunicación puede jugar a la hora de impulsar las migraciones o de dibujar imaginarios sociales del consumo y la modernidad sobre los que, en ocasiones, se construyen los proyectos migratorios, está pendiente de un análisis en profundidad como hemos mencionado en el capítulo anterior y, especialmente, del desarrollo de trabajos de campo en los países emisores que consoliden las hipótesis e intuiciones al respecto.

3.2.1.- Comunicación y desarrollo: continuidad y cambio.

El modelo audiovisual dominante en tiempos de globalización ya quedó descrito en el Informe McBride (1980), que reclamaba la necesidad de enfrentar la concentración de los medios en grandes grupos, a menudo con intereses en las editoriales y las empresas audiovisuales; la privatización cada vez más acentuada de los circuitos de la información y la comunicación; el control creciente de los flujos comunicativos; el impacto sobre el aislamiento de zonas del planeta en el desarrollo tecnológico, y la intensificación de las desigualdades informativas entre los países *centrales* y *periféricos* (Mattelart, 2005: 58-89; Sierra, 2006: 19; y Benítez, 2006: 133-135). Treinta años después, ni la evolución de los mercados ni el alcance amplio de la globalización han servido para cambiar en lo esencial este retrato ni su impacto: la dependencia cultural y su relación con la exaltación de los valores culturales, identitarios y nacionales. Pero desde comienzos de este siglo, según Tulloch (2009), se detecta un nuevo flujo: “la comunicación *sur-sur*, un concepto muy llamativo dado que, por primera vez en dos siglos, se concibe prescindir del hemisferio norte y conlleva la autoalimentación informativa de cientos de millones de consumidores”.

En el diagnóstico de la situación actual, numerosos autores (Sierra, 2003; Mattelart, 2002; Sánchez Noriega, 2002: 206-225; Esteinou, 2004) defienden que las tendencias expuestas por McBride se han acentuado con un aumento de los desequilibrios en el sistema internacional de información por las dificultades que, en determinadas regiones del planeta, hay para la producción de contenidos informativos, para el logro de una difusión equilibrada entre información y opiniones, y por la concentración mediática, la mercantilización de la información y la ausencia de políticas públicas en esta materia. Todo ello con la paradoja de que, a pesar del desarrollo tecnológico, la propuesta del informe sobre la democratización de los contenidos a través de un contexto dialógico de la comunicación, en el que sea posible simultanear la producción y recepción de la información, sigue tan alejada de la realidad como entonces. La propuesta del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) quedó relegada por la presión de los grandes grupos corporativos de la comunicación, e incluso la que sustituyó esta ambición –a favor de la democratización, la sociedad de la información y la inclusión digital como políticas públicas para el reequilibrio mundial– resultó inviable.

Desde el paradigma de la dependencia⁹⁹, el modelo comunicativo vigente en Marruecos, como en tantos otros países del mundo, responde a intereses más allá de sus fronteras y genera grandes desequilibrios globales. La investigación sobre la comunicación transnacional en manos de los grandes grupos corporativos, que se expresa a diario en una visión parcial y desequilibrada del mundo, así como en el estímulo permanente de los valores occidentales asociados al consumo, tiene pendiente todavía su impacto en las diásporas contemporáneas.

Cabría preguntarse en este escenario si el análisis de Lerner sobre el papel de los medios en el desarrollo y la modernización sigue teniendo vigencia en la actualidad pero en un sentido diferente. Lerner –como recuerda Sierra (2006: 42-43)– mantenía que la comunicación se podía convertir en la fuerza para el cambio y la movilización de la mano de obra hacia patrones de consumo y de producción norteamericanos –y que podría generalizarse en el concepto de occidentales–. Si Lerner encontraba una correlación entre grado de urbanización, de destrezas lecto-escritoras y el desarrollo de los medios respecto a la modernización, tal vez sería posible entender que hay fuerzas movilizadoras que circulan en la misma dirección que los intereses productivos capitalistas a través de la exposición sistemática a modelos culturales externos.

El impacto del primer modelo comunicativo norteamericano relacionado con el desarrollo, que surge de la postguerra mundial, sigue vigente en cuanto se ha consolidado para los *mass media* un uso estratégico que promociona valores asociados a la modernización en toda la industria cultural globalizada, con un patrón comunicativo de desigualdad entre el Norte y el Sur, una vez las estrategias de difusión de las grandes cadenas de televisión norteamericanas se han expandido a otros grupos de la producción audiovisual, en su mayoría situados en el hemisferio Norte. La Teoría de la Dependencia explica la comprensión del mundo desde la periferia, común a otros países; una visión occidentalizada del desarrollo que, sin embargo y a diferencia de Latinoamérica, en el caso de muchos países africanos entre los que se encuentra Marruecos no genera corrientes críticas en los años setenta e, incluso en la actualidad, tan sólo una escasísima respuesta cívica.

Este panorama muestra el resultado de la dependencia, de un modelo asimétrico y descontextualizado, de producir televisión que se potencia por las características

⁹⁹ La Teoría de la Dependencia sostiene que las limitaciones para el desarrollo de los países periféricos se encuentran más allá de sus fronteras, precisamente en el desarrollo de los países centrales cuyo crecimiento depende del papel atribuido a los países periféricos.

propias del medio, la comunicación transnacional en la que desaparecen las fronteras, y la difusión de producciones culturales, ideología, argumentos religiosos y políticos que ocultan intereses ajenos al patrón cultural de la recepción (Martín y Núñez del Prado, 1996: 74). Las estrategias comunicativas de la televisión, emotivas, visuales, y simplificadoras, permiten su difusión a grandes capas sociales y un enorme impacto social.

Desde la perspectiva de la Teoría de la Modernización¹⁰⁰, Marruecos recibe su principal influencia de Francia tras el fin del Protectorado y bajo el reinado de Mohamed V, cuando se inician las primeras reformas que permitieron las elecciones comunales y la implantación de un código de libertades públicas. Las dos tendencias más importantes de la modernización se plasman en una larga tradición de comunicación como dominio (Sierra, 2006: 40-42). De una parte, ligada a la difusión de innovaciones, en ocasiones acompañada de un proyecto formativo, aunque con el objetivo de mantener el predominio tecnológico, el control de la información y el desarrollo social desde los países centrales hacia los subalternos. La segunda tendencia, fomentada por el desarrollismo, culmina con la transferencia sistemática de bienes y conocimiento que se encaminan a la difusión de un estilo de vida único, a la defensa de los intereses del libremercado y de los gobiernos, a la expansión de los modos de producción gracias a la influencia en organismos internacionales e, incluso, al uso de la fuerza ante la resistencia al desarrollo. La dirección de la comunicación y de los mensajes trata de imponer mecanismos de subordinación al servicio de formas de vida occidentales, ante los que se registra un consumo de resistencia en el sentido que hemos mencionado antes.

Las reformas se ralentizaron durante el reinado de Hassan II, mientras que la transformación actual comienza a registrarse sobre todo en la formación, la dotación de las escuelas y la universidad. Las iniciativas para la comunicación y la cultura han surgido a través del sistema educativo y también por parte del instituto francés o el Cervantes –para el caso de España y que mantiene una presencia importante en el Norte del país y la extiende hacia otras zonas pobladas–. A esto hay que sumar la recepción de las cadenas de televisión españolas, el incremento del nivel de vida y el desarrollo económico, y los cambios sociales en las grandes ciudades y en el Norte, mientras que

¹⁰⁰ La Teoría de la Modernización apoyaba la transferencia de tecnología y de modelos políticos y sociales para fomentar el desarrollo de los países tradicionales. El pilar de este desarrollo era el crecimiento económico e iba acompañado de la concepción lineal de su evolución hacia el modelo de los países con mejores cifras macroeconómicas.

el Sur y el mundo rural mantienen patrones de consumo y de vida muy diferentes.

La influencia francófona ha marcado la evolución en el modelo educativo y en la referencia cultural. La clase dirigente marroquí, e incluso el actual rey Mohamed VI, se ha educado en centros de élite financiados por Francia. Las lenguas autóctonas, el árabe marroquí y el bereber, son los idiomas de la escolarización en primaria, pero el resto del sistema educativo hasta hace muy pocos años se cursaba exclusivamente en francés. Francia intensifica su presencia en el país con grandes inversiones, que aprovechan los cauces comerciales de la experiencia colonial, en un contexto de rivalidades territoriales y de malas relaciones con España.

La tradición colonial, el escaso desarrollo de la sociedad civil, las estructuras de poder, el control de la información y la sobreexposición de las audiencias a contenidos de grupos mediáticos transnacionales –de diferentes signo pero de pretensiones igualmente hegemónicas– han permitido la implantación en Marruecos de un modelo de comunicación como dominio. De hecho, el sistema de medios de comunicación en Marruecos llama la atención por su escaso desarrollo y por la falta de alternativas nacionales a las grandes empresas del sector, a la vez que la ausencia de políticas de comunicación del Estado, en su concepto amplio de espacio de intervención entre el gobierno y la ciudadanía.

La gestión de lo audiovisual corresponde a la visión paternalista del desarrollo en la que centraron sus estudios Lerner, Schramm y Rogers, aunque referidos al caso latinoamericano (Huergo, 2005). Las emisiones vía satélite de las cadenas de televisión francesas han mantenido la cobertura en todo el territorio marroquí, a diferencia de la propia televisión nacional, tanto pública como privada. Las propuestas de Lerner sobre la transición al desarrollo bajo modelos occidentales resultan, para el caso marroquí, excesivamente simplificadoras ya que aunque la influencia occidental se mantiene y marca muchas transformaciones sociales e ideológicas, también como fruto de los efectos de la resistencia se registra –especialmente a partir de los años noventa– un acercamiento progresivo a la cultura árabe y musulmana, junto a otras referencias internacionales de interés. Este acercamiento al mundo árabe rompe el modelo lineal propuesto por Lerner y se explica por otras variables, como el impacto de la globalización, las transformaciones de la migración y la difusión de estilos de vida homogeneizadores que, en muchas regiones del planeta, se han contrarrestado con el resurgimiento de valores, gustos e identidades tradicionales.

Mientras, los grupos corporativos audiovisuales se han hecho con buena parte del mercado televisivo, gracias a las emisiones por satélite que superan en alcance a la cadena pública marroquí, falta de infraestructuras y de inversiones. Un escenario que, para Manfredi (2005: 44), “es el auténtico efecto llamada: los marroquíes ven en la televisión el lujo y los placeres de nuestra vida cotidiana y se dejan seducir por el oropel de la publicidad”. En su diagnóstico de la comunicación en Marruecos, mantiene que el otro efecto que se suma, y que tiene repercusión en la emigración, es la desinformación, por la falta de campañas institucionales sobre la legislación española en materia de extranjería.

La gestión de la política comunicativa en Marruecos es por tanto contradictoria; de una parte, las fuertes estructuras de poder y de control que se establecen para los profesionales y los medios nacionales y, de otra, la liberalización casi absoluta para la difusión de la televisión transnacional, ante la ausencia de un control efectivo. En teoría, las antenas parabólicas son ilegales, pero el paisaje urbano y rural está plagado de ellas. Abu Warda (2000) lo califica de consecuencia del proceso de descolonización y de las nuevas tecnologías que han modificado las relaciones interregionales e internacionales. Además, llama la atención sobre la falta de datos fiables y estadísticas sobre el consumo y la recepción¹⁰¹, así como la escasez de investigaciones sobre el tema.

¹⁰¹ Los datos del consumo audiovisual no se han hecho públicos en Marruecos hasta 2008, y sólo para los medios nacionales.

3.2.2.- Las tendencias en comunicación y desarrollo: un esquema para el estudio del caso marroquí.

El pasado colonial ejerce su influencia sobre la política comunicativa que se genera desde el Estado. De hecho, se repite la dependencia de la prensa de la agenda política, como una prolongación de las dinámicas del periodo independentista, a lo que se sumó la ambición de control total de los medios por parte de Hassan II (Naji, 2009: 15-18). La entrada del sector privado en la prensa permitió su independencia del poder político a partir de los años ochenta y su consolidación en los noventa; sobre el 2000, la transformación supuso que la influencia política fuera capaz de superar a la partidista, debido a la relativa liberalización de los medios que se produjo en comparación con el bloqueo político anterior (Naji, 2009: 24-27).

El análisis de este modelo comunicativo presenta debilidades desde la perspectiva de la comunicación y el desarrollo, ya que para la interacción de estos conceptos es indispensable una política activa que la oriente, según el análisis y evaluación desarrollado por Beltrán y que resume Contreras (2000). De hecho, en Marruecos se revela como casi inexistente, a excepción de los modelos difusionistas.

La comunicación de desarrollo es la única política activa que se ha impulsado en Marruecos, como una prolongación del sistema colonial que, incluso, se solapa con su vigencia. En primer lugar, los relatos de viajeros y la literatura, y después el cine, como ha descrito F.-Fígares en *La colonización del imaginario. Imágenes de África* (2003: 203-226), han mantenido estereotipos de la hegemonía y civilización de las culturas europeas sobre el continente africano y, también, sobre la cultura marroquí. Una clase de imperialismo sobre la que Barker (2003: 83) señala especialmente a la televisión “donde a la gente se le *niega* una experiencia cultural como resultado de la homogeneización, o no se la representa adecuadamente como resultado de la homogeneización de las producciones”. Estos estereotipos forman parte de un flujo de doble dirección entre las imágenes creadas por los publicistas y las que se consolidan en el imaginario social, según ha estudiado Fueyo (2002) para el imaginario colectivo del Sur, con visiones que aporta la industria y con las que se identifican los receptores.

En cuanto a la influencia de los medios occidentales, Buisef (1999: 139-141 y 147) la entiende en sentido de aculturación y de dependencia, como un modo de penetración de la colonialidad que ha llevado en paralelo una fuerte dependencia estatal,

así como el control, lo cual genera una gran pobreza de los medios, a pesar de su número y diversidad. Buisef (1999: 148) ve que la cerrazón de las sociedades musulmanas no se debe a la cuestión religiosa, sino a la contraofensiva del colonialismo europeo del siglo XV: “En Marruecos, un porcentaje importante del pueblo ha pasado de creer profundamente en los valores democráticos a rechazarlos globalmente como causantes de esa degradación y de la pérdida de valores general”.

En la prolongación de esta tradición colonial, no es de extrañar la forma en que se han establecido los grandes medios audiovisuales que, desde el origen de su difusión sobre el territorio marroquí, vienen incidiendo con sus mensajes en el desarrollo tecnológico, industrial y el crecimiento económico. Así encaja con el modelo modernizador o de difusión de las innovaciones que, según precisa Sierra (2006: 169) para el caso latinoamericano, supone el fortalecimiento del sistema neocolonial de información y comunicación y genera mayores diferencias culturales entre países. La comunicación unidireccional de los grandes grupos muestra progresos técnicos y tecnológicos, modelos institucionales modernos y, sobre todo, valores de la sociedad de libremercado; en el caso marroquí todo ello se suma a la falta de movilidad social, a causa del control político, pero también a la desconfianza con que se reciben los mensajes externos.

Mientras el desarrollo económico y el tecnológico han cobrado impulso gracias a la recepción de remesas de la migración, el inmovilismo social y político se consolida, en parte por el atrincheramiento cultural del mundo musulmán a raíz de su demonización internacional y, también, por la tendencia continuista de las estructuras de poder institucionales y sociales. La “comunicación de desarrollo” en este contexto se expresa en valores de consumo.

Desde dentro, la situación es muy diferente: la falta de acceso a los medios de comunicación por parte de la población –así como la falta de atención al ciudadano por parte de los medios privados (Naji, 2009: 39-42)– ha reforzado las limitaciones tecnológicas y ha consolidado la promoción de valores ajenos ante la ausencia de liderazgo de los movimientos civiles. De hecho, mientras en otros continentes y países los movimientos de resistencia han articulado alternativas a través de la radio comunitaria, en el caso de Marruecos –al igual que en otros países árabes– no hay una iniciativa local en este sentido.

Las estructuras de poder mantienen una situación alarmante en muchos aspectos sociales; Othmane (2005) retrata las grandes cuestiones pendientes de lo social: el diálogo social, la vivienda, la pobreza, la salud o la educación, temas en los que la intervención institucional desde la comunicación es escasa o nula¹⁰². La carencia de campañas sociales por parte del gobierno se suple con las impulsadas por las organizaciones no gubernamentales –especialmente en las ciudades del Norte– y la intervención de entidades extranjeras e, incluso, promovidas por la Unión Europea con función divulgativa. Como ejemplo, se puede citar que la prevención de la migración irregular responde a iniciativas de otros gobiernos y de diversas ONG, a pesar del impacto que tiene en el país tanto la emigración y su elevado número de víctimas mortales, cuando se trata de migración clandestina.

Todavía más difícil se hace la promoción de valores de la comunicación alternativa porque los modelos mediáticos propios, así como los culturalmente próximos, refuerzan la unilinealidad asimétrica comunicativa entre receptores y emisores. La dependencia cultural se muestra en una lucha competitiva entre los dispositivos de comunicación de corte occidental –con emisión de mensajes alejados de sus valores culturales– y los de corte cultural árabe como *Aljazeera*¹⁰³, *Al Arabiya* o *Al Hurra*, de exaltación identitaria y valores culturales más próximos pero que refuerzan las lógicas de poder autóctonas. El desarrollo económico y los valores del libre mercado se asocian al progreso mientras se oculta la necesidad de participación, justicia social, democracia y libertad.

La televisión pública marroquí representa también un dispositivo de control de la población autóctona, con contenidos que priman el refuerzo de las instituciones estatales y, sobre todo, de la monarquía, pero de escaso interés social. La oposición al modelo comunicativo se plasma sobre todo desde fuera de sus fronteras, una vez se ha vivido a través de la experiencia migratoria una mayor participación social. También hay ejemplos –especialmente para el caso de la prensa escrita y a través de Internet, que permite mayor autonomía e independencia del periodista– de posiciones críticas y movilizadoras que conllevan un enorme coste personal, como detenciones, multas y censura.

¹⁰² Resulta significativo añadir que Marruecos ocupa el puesto 126 del Índice de Desarrollo Humano que mide la calidad de vida en temas como la educación y la esperanza de vida, según los datos publicados en el Informe sobre el Desarrollo Humano 2007/2008 del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

¹⁰³ Mokhtar Atitar de la Fuente (2005: 6) considera ésta la transcripción más correcta del nombre de la cadena por falta de un criterio homogéneo y porque respeta la grafía del propio canal de televisión.

La propuesta que añade Contreras (2000; 1999: 23) a las ya mencionadas de Beltrán supone la inclusión de los estudios de recepción en el análisis del modelo comunicativo y mediático. Desde este punto de vista, las grandes audiencias apoyan a los medios transnacionales, mientras que desde el Estado se excluye la participación ciudadana, se evita la libertad y la autonomía personal en lo comunicativo. La comunicación se convierte así en un dispositivo de exclusión que desplaza a los individuos de la intervención comunicativa, política y social, sin permitirles alcanzar el ideal de autonomía.

Ahora bien, aunque el espectacular desarrollo tecnológico permite en la actualidad otra comunicación, faltan iniciativas civiles y formación en tecnologías; el retraso en su implantación y en la oferta de alternativas se explica desde el control gubernamental. A pesar de las dificultades de acceso y de difusión de mensajes, Internet y las parabólicas sirven de puente entre dos mundos, penetran en diferentes culturas y permiten, según Massana (2007), una posición predominante en la configuración de los idearios colectivos “opuestos a costumbres y tradiciones que se quieren preservar obligatoriamente”.

La comunicación para el desarrollo se articula entre las relaciones previas, el contexto local, la integración social y, por supuesto, la misma comunicación. Así, las propuestas de Contreras (2000) resultan difíciles de aplicar en el momento actual que vive la comunicación en Marruecos, por la escasa o casi nula participación ciudadana en la democratización y la construcción del Estado, la ausencia de estrategias comunicativas concretas como alternativa a la monopolización estatal de los medios, la dificultad de acceso a Internet, así como por la ausencia de políticas de comunicación, información y periodismo como acciones de desarrollo.

Las propuestas de objetivos recogidas por Sierra (2006: 38-39) –potenciar la sensibilización y participación a través de espacios de encuentro virtuales o sociales, el impulso a la reactivación de una agenda pública sobre la democratización de los medios, y la vinculación con movimientos sociales propios, en colaboración con los internacionales de resistencia– resultan bastante más plausibles, pero son, prácticamente, inexistentes en el país.

3.2.3.- Los medios de comunicación en Marruecos

La estructura informativa marroquí está marcada entonces por la presencia de medios transnacionales cuya propiedad, según los datos del estudio promovido por el Banco Mundial *Who Owns the Media?* (Djankov, Shleifer, Nenova, y Mcliesh, 2002), muestra la importancia del mercado globalizado y el dominio de siete grandes transnacionales en la televisión comercial y audiovisual. Pero junto a ello, el rasgo más característico de la política comunicativa de Marruecos es la fuerte presencia estatal en los campos de la radio y la televisión (Djankov, Shleifer, Nenova, y Mcliesh, 2002: 360).

El estudio del Banco Mundial refleja la tendencia general a la concentración de propiedad de los medios, después del análisis que realiza sobre este tema en 97 países: “Encontramos que, de manera casi universal, las mayores sociedades editoras son propiedad de los gobiernos y familias” (Djankov, Shleifer, Nenova, y Mcliesh, 2002: 341). El informe compara los valores obtenidos con la teoría del interés público de Pigou y la teoría de la elección (*Public Choice*), pero en sus conclusiones avala la segunda:

Los países que son más pobres, más autocráticos, con niveles más bajos de matrícula en las escuelas primarias, y con mayores niveles de intervención estatal en la economía tienen también una mayor propiedad estatal de los medios. Además, los países con mayor propiedad estatal de los medios tienen menos prensa libre, menos derechos políticos para los ciudadanos, una ‘gobernanza’ inferior, mercados de capital menos desarrollados, e inferiores resultados en salud (Djankov, Shleifer, Nenova, y Mcliesh, 2002: 373).

Este informe no menciona el sistema de control de los medios de comunicación ni la transparencia de la gestión política y comunicativa, por lo cual Welsh (2007: 72-75) critica sus conclusiones, especialmente porque no prestan atención a la relación entre la libertad de expresión y el control público de los medios, algo que, a su vez, guarda una estrecha relación directa con el tipo de régimen político.

La importancia de la cuestión, así como de otras en el desarrollo de los medios de comunicación, se recoge en el modelo elaborado por la UNESCO (2008) bajo

iniciativa del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) para la evaluación de los medios de comunicación social. Los indicadores se han elaborado en cinco categorías¹⁰⁴, en las que se agrupan diferentes temas, contextos, indicadores clave y modelo de evaluación. La orientación de las categorías se establece en función de considerar que tanto el pluralismo como la diversidad, la independencia como el acceso, así como la capacidad profesional son ejes esenciales a la hora de evaluar el desarrollo mediático (UNESCO, 2008: 3-4). La evaluación propuesta llama la atención sobre: la existencia o no de un sistema de regulación que permita el desarrollo de la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social; la pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad; los medios como plataforma para el discurso democrático, a través del respeto hacia el periodismo como profesión, de la diversidad de intereses en la sociedad, y de la alfabetización en información y comunicación social; y, finalmente, sobre la capacitación profesional y de las instituciones para el apoyo de medios independientes y plurales con un uso eficiente de la tecnología para recoger y distribuir las noticias e información, de manera apropiada para el contexto local.

En las próximas páginas vamos a ver cómo el desarrollo mediático en Marruecos, así como el de las grandes corporaciones transnacionales, se aleja significativamente del modelo de valores propuesto por la UNESCO (2008).

En Marruecos, el régimen político está definido como una monarquía constitucional que de manera formal garantiza derechos ciudadanos y libertades públicas como la opinión y la libre expresión. Las reformas, las decisiones administrativas y las imprecisiones jurídicas han dejado sin valor la mayoría de los derechos. Así, los medios de comunicación marroquíes responden al patrón característico de los países árabes: la subordinación al Estado, la preponderancia de la información política y las deficiencias formativas. Para Nawar (2003: 66), esto repercute en la ciudadanía:

Tales circunstancias en torno a los medios de comunicación árabes han dado como resultado unos estándares profesionales y éticos inferiores,

¹⁰⁴ El informe pone de manifiesto la falta de datos para medir los indicadores sugeridos.

y una distorsión de la información que en muchos casos niega al público su derecho básico a saber. En pocas palabras, la mayoría de los medios de comunicación árabes actúan como portavoces de los clanes dominantes.

La propuesta de solución pasa por la libertad de expresión, la formación profesional y una política comunicativa hacia las necesidades sociales (Abu Warda, 2000), como argumentos que muestran una rigidez estructural del sistema de medios así como la estela del pasado colonial. Sin embargo, Castells (2009: 133) muestra la posición de Jocelyn Cullity quien, tras el análisis del caso indio, generaliza como una tendencia novedosa la forma de nacionalismo cultural que se apoya en la indigenización activa y consciente de los medios globales.

A esto se añade la decepción y el aumento de límites que ha supuesto el efecto de la última reforma legal sobre la prensa, la ley de 2002, alejada de la apertura que se esperaba bajo la presión internacional modernizadora. Las restricciones más severas a la libertad de expresión se imponen ahora especialmente para los ámbitos de la monarquía, el Estado, el Islam y la unidad territorial. Este código de prensa redujo las penas por difamación del rey o de su familia, establecidas de 5 a 20 años, a las actuales de 3 a 5 años; además, la censura se practica por parte del Gobierno, que puede prohibir una publicación si atenta contra la religión, la unidad territorial o el Estado así como contra la monarquía. La censura se practica con intervención judicial, para superar la arbitrariedad de los actos administrativos. Todo esto ha originado una serie de contradicciones y complejidades como las que menciona Naji (2009: 35) cuando califica de “comportamiento torpe y nervioso, por no decir de pánico” el que muestran “las autoridades marroquíes y la clase política en general a la hora de reaccionar ante esta nueva prensa no partidista, sobre todo cuando aborda asuntos calificados de tabúes como, por ejemplo, la monarquía”.

En este contexto, es fácil entender que las referencias a cualquiera de esos tres campos pueden llevar a detenciones y encarcelamientos de periodistas, que son frecuentes. Reporteros Sin Fronteras, coincidiendo con las elecciones legislativas de septiembre de 2007, organizó en Casablanca una conferencia de prensa en la que publicó un comunicado contra la gestión de la libertad de expresión, dirigido al rey Mohamed VI.

Distintos barómetros confirman la falta de libertad de expresión en el país e

incluso la tendencia dentro de otros países árabes y del Magreb. UNESCO (2010: 352-359) utiliza datos de 2004 de la Clasificación mundial de la libertad de prensa de Reporteros sin Fronteras (RSF), que se elabora a partir de cuestionarios sobre todo tipo de violaciones que afectan a los periodistas (desde la muerte al encarcelamiento, los ataques o las amenazas), con una valoración del 32,3 frente al dato más negativo de Túnez (48,1) mientras que en el Mediterráneo Norte las cifras oscilan entre el 7,7 de Francia y el 8,4 de Italia). Los datos más recientes (2008) de Freedom House también a través de cuestionarios en que agrupa diferentes conceptos. Sus cifras reflejan una situación similar: Marruecos 64 y Túnez 81 (dentro del grupo de los países calificados como sin libertad de prensa), mientras que los valores europeos oscilan entre el 22 de Francia y el 29 de Italia (prensa libre).

Cuadro 3.10. Libertad de prensa

Países		Año	Marruecos	Túnez	España	Francia	Italia	EEUU	
Índices de libertad de prensa	RSF	2004	32,3	48,1	8,0	7,7	8,4	8,0	
	Freedom House	2008	64	81	23	22	29	17	
Periodistas asesinados	Según el IIP		1998-2008	1	...	2	1	...	8
	Según el CPJ	Confirmados	1998-2008	1	3
		No confirmados.	1999-2008	1	...	1

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de UNESCO (2010: 352-359).

3.2.3.1.- La prensa escrita

La prensa escrita como medio de comunicación alcanza una gran importancia en el mundo árabe por la influencia y el peso de la palabra escrita, según Abu Warda (2000), pero en Marruecos su influencia está limitada por su difusión y por los dispositivos de control estatal (mayores para los medios escritos) y por la influencia exterior: durante los primeros años de la prensa escrita, la élite europea dominaba las cabeceras y publicaciones oficiales. De hecho, la mayoría de los periódicos se publica en francés, e incluso antes de la independencia, durante los años 1950-1953, la prensa en árabe estuvo prohibida.

El papel de la prensa en la formación de la opinión popular en Marruecos resulta

anecdótica¹⁰⁵, si se tiene en cuenta el bajo índice de alfabetización que registra el país – alrededor del cincuenta por ciento de la población, sobre todo en zonas rurales–, el escaso número de cabeceras, y la baja difusión de la prensa, que además va en retroceso por el descenso de las tiradas¹⁰⁶. La difusión de periódicos ha bajado en cuatro años de forma significativa no sólo en valor absoluto de circulación media (de 846 en 2000 a 350 en 2004), sino también en valores relativos, es decir, por cada mil habitantes (de 29,3 en 2000 a 11,7 en 2004), sin que haya en ninguno de los países de la comparativa un descenso –con la excepción de unas décimas en Francia– sino crecimientos significativos.

Otros dos datos destacables son la ausencia de periódicos comunitarios, frente a un altísimo porcentaje –el mayor de los países de referencia– de periódicos en línea no impresos, es decir que sólo se difunden a través de la web, que alcanza el 100%.

En cuanto a las agencias de noticias que, dentro de los países árabes, son la principal fuente informativa, de nuevo se repite la fuerte dependencia estatal, que marca su agenda informativa de acuerdo con los objetivos gubernamentales y difusión de sus políticas (Abu Warda, 2000). La agencia marroquí *MAP* ejerce el monopolio informativo sobre las noticias dentro del Estado nacional, mientras que recibe con libertad la suscripción a otras informaciones internacionales.

¹⁰⁵ También en Naji (2009: 37).

¹⁰⁶ Naji (2009: 37 y 18) cuantifica las tiradas de la prensa marroquí entre 400.000 y 500.000 ejemplares, mientras que el número de cabeceras de la prensa marroquí lo cifra en 620 publicaciones nacionales -26 diarios y 140 semanarios-. A esto hay que sumar un bajo índice de lectura de periódicos que alcanza tan sólo un uno por ciento (Boundi, 2006).

Cuadro 3.11. Periódicos

			Año	Marr.	Túnez	España	Francia	Italia	EEUU
Diarios	Títulos	Por millón de habitantes	2000	0,8	0,7	3,5	1,5	1,6	5,2
			2004	0,8	1	3,5	1,7	1,6	5
	Circulación	Total (miles)	2000	846	180	4401	9741	7123	56141
			2004	350	219	6183	9973	8017	57347
		Por cada 1,000 habitantes	2000	29,3	18,8	109,4	164,6	123,5	197,1
			2004	11,7	22,7	144,5	163,5	137,1	193,2
No diarios	Títulos	Por millón de habitantes	2000	17,6	3,0	26,3
			2004	19,7	4	1,2	25,6
	Circulación	Total (miles)	2000	4.108	940	107.592
			2004	...	964	107568
		Por cada 1,000 habitantes	2000	142,5	98,3	377,7
			2004	...	99,7	362,4
Otras fuentes de información	Periódicos comunitarios	Disponibilidad	2000	No	Sí	Sí
		Número de títulos	2004	7000
		Por millón de habitantes	2004	23,35
	Periódicos en línea	Disponibilidad	2004	Sí	Sí	Sí
		Número de títulos	2004	10	145	8183
		Por millón de habitantes	2004	0,33	2,49	27,29
		% periódicos en línea, no impresos	2004	100	37	...

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de UNESCO (2010: 352-359).

3.2.3.2.- La radio: El dominio estatal sobre la comunicación

Como vemos, la gestión de los medios en Marruecos, como en general en los países árabes, se ha desarrollado a partir del monopolio de los Estados. Las demandas de la libertad de expresión y pluralidad de medios informativos sólo han resultado efectivas, cuando lo han sido, sobre la prensa escrita y no sobre los medios audiovisuales. Especialmente en Marruecos, el control se identifica como un rasgo característico de la soberanía nacional tras la experiencia colonial, reforzado por las lógicas culturales y sociales de los países árabes sobre la autoridad y legitimidad del Estado; se considera la radio como el símbolo nacional más destacado después de la bandera y el himno. El origen de esta posición guarda relación con que la radio fue el

único medio con difusión nacional, en un país de población dispersa no sólo por razones geográficas sino por su tradición nómada.

La radio, a pesar de ello, es el campo al que con más facilidad han podido acceder los grupos mediáticos y, en ocasiones, en asociación con las cadenas nacionales. En 2003, el gobierno autorizó la emisión dentro del territorio nacional de radio *Sawa*, financiada por el Congreso de Estados Unidos a través de *Middle East Televisión Network*, con una programación de música y noticias en radio fórmula de éxito entre los jóvenes de las grandes ciudades como Rabat o Casablanca o Tánger.

En cuanto a la radio comunitaria, la situación es bien distinta ya que, con la legislación de 2002, Marruecos trata de frenar la disidencia y de contrarrestar la oposición política por si se convierte en un cauce de acción para estos grupos que, junto a la movilización ciudadana, se contemplan con preocupación. Hay pocos ejemplos de comunicación alternativa en este campo, ni tampoco de telecentros o centros multimedia, tan importantes para la comunicación *como* desarrollo en otros países. Los proyectos comunitarios relacionados con la comunicación carecen de infraestructura y cauces para garantizar el acceso de la población, dado el enorme control estatal y el riesgo permanente de incurrir en delitos. En este contexto, se hace difícil la consecución de estos proyectos –porque, por encima de limitaciones económicas o tecnológicas, la estructura y el concepto de poder son diametralmente opuestos a la idea de justicia social y de comunicación dialógica–, así como desarrollar estrategias educacionales que permitan la pervivencia y continuidad de iniciativas de comunicación y desarrollo.

Sin embargo, la creciente movilidad de la población marroquí que busca otro proyecto de vida fuera de las fronteras ha permitido experiencias mixtas de participación en radios comunitarias, en la mayor parte de los casos por la vía de plataformas españolas o internacionales conectadas con radios autóctonas y comunitarias de acción mundial. En este sentido, la experiencia de Radio Pueblo Nuevo muestra el uso de herramientas de comunicación de gestión comunitaria por parte de los marroquíes asentados en España, un colectivo que supone el quince por ciento de su audiencia. Otras iniciativas, como la de ACSUR-Las Segovias, promueven la integración comunicacional de las mujeres desde el empoderamiento y más allá de sus fronteras. El proyecto Mujeres de las Dos Orillas, que se desarrolla en España entre población inmigrante, trata de alcanzar una agenda común a través de talleres de radio comunitaria (de base multimedia, ya que esto ha logrado una importante reducción de

costes en difusión, emisión y producción), así como de vídeo e Internet.

Resulta curioso que dentro del país sean los colectivos de mujeres –creados para luchar contra la opresión y conscientes de la necesidad de reformas políticas y sociales para su integración– los que se han convertido en un modelo transformador de iniciativas novedosas. Gestionan la comunicación, aunque en su gran mayoría se apoyan en plataformas y movimientos internacionales o de otros países. El análisis transversal de género permite afirmar que los ejemplos de resistencia y activismo están liderados por mujeres –sobre quienes se ejerce mayor control social y tienen menos autonomía para la movilidad geográfica– pero que han sabido construir alternativas sin un enfrentamiento abierto a las lógicas culturales de su tierra que las invisibilizan. En muchos casos, este empoderamiento que alcanzan dentro del movimiento feminista es la palanca hacia los derechos civiles gracias, en muchos casos, a la independencia que ha logrado la mujer tras su experiencia migratoria.

En octubre de 2007, Rabat acogió la *Première Conférence d'AMARC Afrique - MENA* con el título *Radios communautaires en Afrique – Maghreb et Moyen Orient: Partage d'expériences pour le développement et la construction de la démocratie à la base*. Este encuentro de radios de Oriente y de África en Marruecos se apoya en proyectos para el acceso de la mujer a los derechos ciudadanos, así como en estrategias de marketing social para la difusión de programas de lucha contra el SIDA o para la mejora de la gestión agraria. La Conferencia, así como de los proyectos desarrollados, defiende los objetivos del milenio de la ONU: el impulso de la participación, la democratización de la sociedad civil y la resolución de las situaciones de conflicto. En este campo, la situación de Marruecos es común a la de otros países africanos –aunque hay iniciativas de movilización en el África Subsahariana–, además de la que hemos comentado dentro de la esfera de los países árabes.

El informe de evaluación de este proyecto de la Asociación Mundial de las Radios Comunitarias (2003) destaca la escasa participación de los países africanos en estas iniciativas y la necesidad de difundirlas como motor de democratización y de desarrollo local, con el apoyo de los gobiernos y con independencia de la legislación de cada país, al igual que ocurre en otras regiones mundiales. También menciona que las dificultades para su implantación proceden, en la mayoría de los casos, de la independencia que defiende AMARC respecto a los gobiernos, los partidos o las religiones para el logro de su propiedad local, del desarrollo óptimo, de la

sustentabilidad económica y de la igualdad. Su impulso tiene efectos positivos en la reducción de la pobreza, el desarrollo sostenible y el gobierno responsable.

Los ejemplos y los casos planteados muestran que la intervención de instituciones transnacionales o la participación fuera de las fronteras nacionales es lo único que permite, al menos de momento, avanzar hacia la toma de conciencia de colectivos sociales en su posición reivindicativa, con la excepción del papel de los tímidos y aislados movimientos feministas.

3.2.3.3.- La televisión

Para la audiencia marroquí, y dependiendo de la zona geográfica de referencia, la televisión supone un complejo sistema en el que se superponen las cadenas públicas y privadas, así como las nacionales e internacionales, todas en diferentes lenguas; también las cadenas nacionales públicas o privadas reservan horas para las emisiones en árabe, francés, e incluso en español e inglés. La mayor parte de estas emisiones son vía satélite y proceden de otros países, ya que el desarrollo de una televisión nacional de carácter público es tardío, de escasa oferta y con cobertura incompleta del territorio nacional. La recepción y las prácticas de consumo son muy variadas, ya que dependen de los canales que se reciben y de variables geográficas y lingüísticas. No hay que olvidar que Marruecos es un país multicultural y plurilingüe en el que se hablan seis lenguas: el árabe clásico, el marroquí o dariya, el francés a pesar de no estar reconocido como una lengua oficial, y tres dialectos del bereber. En este contexto, incluso, Affaya y Guerraoui (2006: 160) recogen en los datos de su encuesta en la que afirman que “para el 63,1 % de los encuestados, Marruecos se ha equivocado al descuidar la enseñanza en lengua española, ya que la consideran la segunda lengua extranjera del país”

Para el estudio de la televisión a escala global, Barker (2003: 85) distingue tres aspectos diferentes –según su configuración institucional, su capacidad tecnológica así como respecto a los discursos que difunde– con los que se puede describir el sistema de televisión del caso marroquí:

1.- *Televisión institucional*. La emisión de la televisión es un campo de las políticas

estatales, ya que la creación de cadenas privadas dentro del territorio nacional precisa de licencia gubernamental. Políticamente, se pretende el control de las comunicaciones, incluso en las escasas excepciones de alianzas con capital externo. El doble sistema de televisión pública y privada convive dentro de las fronteras del Estado como una expresión de la presión mercantil sobre las políticas públicas. El modelo facilita, en cierto sentido, la atención a la diversidad lingüística del país con emisiones en francés y en árabe. En el inicio de este año 2010, el gobierno marroquí ha anunciado la puesta en marcha de una nueva cadena de televisión en lengua amazigh, respondiendo al compromiso del Rey Mohamed V en 2001. Tamazigh es el nombre de la cadena dirigida a la población bereber que, pese a su importancia en la demografía marroquí, ha estado ausente de las políticas comunicativas nacionales.

2.- *La televisión transnacional.* Tal y como la define Barker –en función de la tecnología, el alcance de audiencias, la difusión de programas y la propiedad del medio–, la televisión transnacional es la que opera desde el exterior de las fronteras de las naciones-Estado y, en principio, es también ajena a la realidad lingüística de la zona de recepción. El consumo televisivo por parte de la población tiene dos vertientes diferentes: de una parte, las cadenas transnacionales de capital europeo y norteamericano y, de otra, las cadenas árabes de emisión por satélite, que han logrado diseñar una oferta competitiva al contemplar la variable lingüística y cultural como la única alternativa al modelo vigente. Los orígenes de la televisión árabe se remontan a 1960 en Arabia Saudita, el país que provocó la polémica al desafiar a las autoridades religiosas y adentrarse en el tabú del mundo de la imagen. La resistencia islamista se aflojó con la intención de contrarrestar la influencia y penetración de la radio de Nasser *Sawt al-Arab*.

3.- *La televisión global.* La configuración de la televisión transnacional permite este modelo de análisis de televisión entendido como circulación de flujos, a escala mundial, de los discursos y representaciones en los que se gestionan las ideas de poder e identidad cultural. Se trata de un campo abierto con tendencias dominantes, “según la interpretación que hace Hall de Gramsci, los conceptos de ideología y **hegemonía**¹⁰⁷ no sugieren una única ideología dominante, coherente y unificada, sino un campo complejo

¹⁰⁷ En negrita por el autor.

de ideas en liza¹⁰⁸, que tienen puntos de separación y rupturas, además de puntos de unión; “en una palabra, un complejo ideológico o una *formación discursiva*” (Hall, 1996: 434; y Barker, 2003: 184).

Desde este punto de vista, resulta de gran interés el análisis de Tulloch (2009) de un Sur proactivo en los procesos de comunicación, y de la creciente importancia de algunos países como exportadores de productos visuales, cuyo alcance llega incluso a transformar los productos de los grandes grupos occidentales para atender a mercados locales emergentes. Tulloch cita los ejemplos de Aljazeera, Tele Sur –etiquetado como el ‘*Aljazeera de América Latina*’–, y de Televisión Central China, que conforman nuevas direcciones como la Sur-Sur e, incluso, la Sur-Norte.

Vemos cómo los canales televisivos transfronterizos con formatos innovadores, contenidos inéditos y nuevas tecnologías están jugando un papel determinante en i) la presentación de imágenes desde el Sur en todo el mundo ii) la transformación de culturas mediáticas –como por ejemplo las del mundo árabe, sudeste Asiático o América Latina– y iii) la identificación de una audiencia que ya no se define principalmente por sus fronteras geográficas sino por los aspectos comunes de lenguaje y cultura, para así formar espacios audiovisuales transnacionales (Tulloch, 2009: 2-3).

Por su parte, Amezaga (2004) clasifica las emisiones por satélite en cuatro categorías, según el espacio comunicativo que contribuyen a configurar: a) *nacionales*; b) *pannacionales*, como es el caso de Arabsat –que agrupa emisiones públicas y privadas de los países árabes y que, por encima de una lengua común, pretende configurar un sentimiento pannacional árabe, tal y como ha ocurrido con *Aljazeera*–; c) *geoestratégicas*, como la de la televisión turca hacia todo el Mediterráneo árabe e incluso hacia las repúblicas de la antigua URSS; d) *lingüísticas*, que, en el caso que nos ocupa, coinciden con el espacio pannacional; e) *diaspóricas*, de las que no existen ejemplos en Marruecos pero sí respecto a países con numerosos migrantes, como es el caso de China; y f) *globales*, con un criterio similar al utilizado por Barker.

El Mouden (2009: 91-107) clasifica los medios islámicos en Marruecos (islámicos, religiosos e islamistas), un campo en el que también hay una intervención

¹⁰⁸ En el mismo sentido lo interpreta Appadurai (2001: 57 y 68)

estatal para “absorber la influencia de los discursos religiosos extremistas”; un hecho que relaciona con la alianza del Estado con Estados Unidos en la campaña contra el terrorismo internacional. Los medios públicos marroquíes de este corte son: la televisión *Assadissa* (la Sexta), la cadena *Radio Mohamed VI* y dos revistas.

La recepción de canales de televisión franceses, así como de los españoles en el Norte, ha sido generalizada hasta la irrupción de las cadenas árabes transnacionales en los últimos años. La influencia francesa es sobre todo cultural, a través de la televisión pero también por la relación con los migrantes –hasta los noventa, Francia era un destino mayoritario que se apoyaba en una red de intereses y lingüística del mismo ámbito cultural que dominaba el imaginario social marroquí–. La creación de la cadena de radio *TELMA*, de capital francés, es la primera que comienza a emitir en Marruecos en los años cincuenta, una experiencia viable en lo económico y en la influencia pero que se vio obligada a cerrar en pocos meses por las agitaciones nacionalistas del momento. Las emisiones de canales internacionales y especialmente de capital francés han prolongado la pervivencia del sistema neocolonial de difusión de valores mercantiles, sobre los cuales se apoya la dependencia externa para el desarrollo. Por ejemplo, cuando la cadena pública de televisión marroquí comenzó sus emisiones, necesitó en los primeros momentos de la asistencia de la *RAI*.

En la evolución del sistema audiovisual se ha consolidado un modelo de fuerte dependencia respecto a los países *centrales*, en el que se vive una prolongación del colonialismo con sus desequilibrios económicos, sociales y políticos. La producción audiovisual se desarrolla, como en tantos lugares, por su valor comercial, en función del éxito de audiencia y olvidando la dimensión cultural.

De una parte, la *2M* –primer canal comercial y privado del mundo árabe y africano–, se creó en 1988 por la empresa *SOREAD* con una concesión pública por parte del Estado de Marruecos. Las emisiones, con franjas abiertas pero también en codificado, comenzaron al año siguiente, con producciones asociadas a otros grupos de comunicación y un sistema de gestión mixto: la *ONA* (Omnium Norte Africana), en asociación con la cadena francesa *TF1*, la *SOFIRAD*, el grupo canadiense *Videotron* y los institucionales marroquíes. La retirada de la *ONA* permitió en 1996 que el Estado recuperara dos tercios del capital y el control de la empresa, que todavía mantiene. A partir de 1997, la cadena pasa a emitir en abierto una programación con tres criterios: ocio, conocimiento y la inclusión de contenidos locales, con un impacto social muy

diferente. Su programación la ha llevado a convertirse en la cadena de televisión nacional más popular, ya que sus emisiones alcanzan el setenta por ciento del territorio de Marruecos.

La televisión pública marroquí (*RTM*) comienza sus emisiones pocos años después de la independencia, en 1962, con continuos cambios en su composición y su régimen jurídico. Su impacto en la población es limitado, ya que la difusión sólo se ha centrado en las grandes áreas urbanas y en la zona Norte, con una cobertura del ochenta por ciento de su espacio geográfico; a través de satélite también alcanza el Sur del Mediterráneo, Oriente Medio y Europa. En su desarrollo, hay experiencias de cooperación internacional con otros países del Magreb, especialmente con Túnez (Babiano, 1998), que representa la variable cultural del desarrollo autónomo dentro de los valores de la cultura árabe a partir del año 70. La coproducción de programas, entre otros especiales para los días de ramadán e informativos, así como un festival de música, fueron los resultados de esta política, que también recibió el nombre de *Magrebvisión*. En asociación con Egipto y Túnez, hasta 1975 trató de fomentar la identidad cultural del Magreb, así como de la creación de productos audiovisuales propios para contrarrestar la colonización cultural televisiva

Aljazeera, la cadena árabe, comenzó sus emisiones en el año 1996, y su recepción en Marruecos se extendió especialmente a partir del año 2001, tras los atentados del 11S. La cadena había surgido como respuesta al modelo CNN, que alcanzó su máximo impacto en la Guerra del Golfo en 1991, cuando consagró la inmediatez y aparente supresión de mediaciones a una única lectura del conflicto, intencionadamente manipulada dentro del paradigma del poder blando de Nye (2003). El personal de *Aljazeera*, formado en su gran mayoría en la BBC, ha buscado también el impacto internacional de su visión del mundo, primero en árabe y, desde 2006, también en inglés. El modelo es similar, ya que se trata de una comunicación unidireccional y jerarquizada, aunque en su constitución la cadena justifica su existencia en la multiculturalidad. Como afirma Valenzuela (2003), “Al Yazira¹⁰⁹ es lo más próximo que existe hoy a una *umma o comunidad* árabe”¹¹⁰. De hecho, la redacción cuenta con periodistas de diferentes países árabes, de forma que las noticias se elaboran para fomentar una visión común y no para abrir diferencias entre las distintas sensibilidades

¹⁰⁹ Grafía del autor.

¹¹⁰ Valenzuela (2003): Al-Jazira, conexión con la guerra. *El País Semanal*, núm. 1.384, 6 abril 2003.

sociales, religiosas y políticas; esto no evita, sin embargo, que se registre un predominio de la visión saudí sobre las cuestiones internacionales: “Los denominados medios de comunicación panárabes están prácticamente controlados por el dinero y la influencia saudíes” (Nawar, 2003: 66). Pero en lo cotidiano, el efecto es que, por primera vez, los ciudadanos de países árabes ven las mismas imágenes que administra la cadena y que son una alternativa a las que reciben de las televisiones nacionales. Su discurso fomenta el sentimiento nacional árabe y lo aviva en cuestiones como el rechazo a la violencia israelí; mientras, su estética y estilo de realización están próximos a la CNN. De esta contradicción hace una oportunidad con su eslogan “*The World watches CNN. CNN watches Aljazeera*”. *Aljazeera* mantuvo un monopolio ante un mercado en el que irrumpieron pronto otras cadenas por satélite dirigidas al público árabe, como *Al-Arabiya* y *Al-Manar*, que refuerzan el modelo de la televisión espectacular y unidireccional, según analiza Ksikes (2007), a través de una serie de paradojas:

En un estudio efectuado por el centro de investigación Pew & Zogby International, se establece que «la mezquita y la televisión vía satélite constituyen, para aproximadamente el 90%, el primer medio de información de las poblaciones árabes adultas». Además del criterio del analfabetismo, que reduce el impacto de la prensa escrita, está el descrédito de los regímenes autoritarios, que afecta a las televisiones nacionales. Así pues, sólo quedan dos alternativas: la del discurso religioso, moralizante y predicador, y la de la exhibición de imágenes, personalidades y espacios que durante largo tiempo se han visto ninguneados o silenciados.

El éxito de *Aljazeera* es creciente, y para Marruecos, como para otros países árabes, ha supuesto una alternativa al imperialismo cultural occidental. La emisora qatarí *Aljazeera* contribuye a la radicalización del mundo musulmán; mientras en su creación y difusión logra los mismos resultados de captación de audiencias, financiación y beneficios económicos que otros grandes grupos de la comunicación global, se abre a la comunicación Sur-Sur y Sur-Norte desde el modelo de televisión transnacional. Como dice Ghilès (2003: 71):

Por primera vez se puede hablar de una opinión pública árabe, de líderes de opinión árabes y de expertos mediáticos árabes. La cuestión fundamental es que el nacimiento de unos medios de comunicación

panárabes significa que los gobiernos árabes ya no tienen el monopolio de la información. Igualmente importante es el hecho de que esos nuevos canales de televisión árabes internacionales están exportando información a Occidente. Se trata de un fenómeno completamente nuevo: la exportación de opinión no sólo a los periodistas occidentales, sino también a la opinión pública y a los gobiernos occidentales.

También un fenómeno muy necesario dado el problema de falta de comunicación que genera entre el Norte y el Sur con sus malentendidos a causa de la falta de reciprocidad en la generación de sentidos y significados que crea una gran distancia entre ambas realidades (Sánchez Parga, 1999: 121-122).

Las crisis internacionales generadas por conflictos en los que Estados Unidos han jugado un papel decisivo: la guerra del Golfo, Afganistán y la invasión de Irak, sumadas a la reacción norteamericana tras el 11S, han fomentado la criminalización del mundo árabe a través de generalizaciones y visiones parciales (Manfredi, 2006). En ese contexto bélico, *Aljazeera* logra desestabilizar la producción informativa estadounidense y focaliza muchas críticas occidentales, pero también de los países árabes más islámicos (Tulloch, 2009: 6).

De hecho, su aparición desencadenó reacciones con la creación de nuevos canales y un reposicionamiento del mundo árabe:

Para contrarrestar el doble frente de los nacionalistas árabes antioccidentales y de los fundamentalistas islámicos antioccidentales, se ha formado un doble entramado mediático, interconectado en realidad, de capitales saudíes y norteamericanos –con participación libanesa y egipcia en algunos casos–, que desarrollan nuevos periódicos (como *Asharq al-Awsat* o *al-Hayat*), nuevas radios y nuevas televisiones (las corporaciones de canales satelitales ART, MBC, Orbit) y que intentan ahora penetrar en internet. (Perceval, 2007: 44).

A su vez, las otras cadenas árabes han reaccionado de forma contradictoria a los efectos de *Aljazeera*, como las campañas de información de *Al Horra*, de la misma forma que el exceso de peso ideológico de ésta última ha provocado cambios en *Alarabiya* “para poder mantener una mínima imagen de independencia (en esta cadena saudí aunque emite en Dubái)” Perceval (2007, 39). Los desequilibrios de la producción

audiovisual –orientada según criterios ideológicos y de los intereses de los grupos propietarios– llevan en ocasiones a rupturas y contradicciones tanto en las cadenas árabes como en las occidentales. Las cadenas árabes luchan ahora por el control de la interpretación, como defiende Perceval, cuando mantiene que, frente a la posición de Arabia Saudí en los noventa, cuando pudo ocultar a su población durante tres días la anexión de Kuwait por Saddam Hussein, ahora se lucha en otro campo:

Se ha pasado del monopolio de la información al intento de monopolizar la interpretación, lo que provoca la búsqueda de imágenes inéditas y declaraciones propias (razón de la fundación de la cadena al-Arabiyya y de la activa acción mediática de los príncipes saudíes Salman y Sultán). (Perceval, 2007: 44).

También hay un juego de miradas cruzadas y de estereotipos desde los medios transnacionales y la recepción, que con la llegada de las cadenas árabes se muestra con ambigüedades, especialmente “a partir del atentado contra las Torres Gemelas; visión que es percibida de forma molesta e incómoda en el mundo arabomusulmán. Y, al mismo tiempo, coordinada con ésta, la visión de occidente en el mundo arabomusulmán formada en el conflicto israelo-palestino y las sucesivas guerras del golfo que dan los nuevos medios de comunicación arabomusulmanes” (Perceval, 2007: 39).

Los medios occidentales cada vez tienen menos penetración en la zona del Magreb, o la consiguen con efectos contradictorios. La lucha de los grandes grupos corporativos de lo audiovisual genera paradojas y tensiones ideológicas, a las que contribuye la cadena norteamericana en lengua árabe *Al-Hurra* como una nueva vía de dominio de esos intereses sobre la zona, con la idea de transformar la imagen pública de la política estadounidense y de convertirse en un referente en la información de los países árabes. Pero su efecto se vive por oposición: “La adhesión a *Al Yazira*¹¹¹, por ejemplo, no sólo proviene del efecto de espejo que envía a los telespectadores, sino también del rechazo que cultiva con respecto al ‘otro’” (Ksikes, 2007). Ksikes precisa con claridad el papel que por oposición a la cadena qatarí, juega *Al-Hurra*, que se centra en los debates internacionales pero también en la construcción de identidades grupales.

En este contexto, las propuestas del NOMIC, que surgieron de la Conferencia General de la UNESCO celebrada en Belgrado en 1980, se hacen muy necesarias para

¹¹¹ Grafía y transcripción del autor.

un entorno más justo del panorama comunicativo, porque los desequilibrios del sistema internacional han generado nuevos sistemas de poder, ahora con otros agentes, en los que se mantienen las presiones de control de la información y opiniones. Estos modelos monopolísticos de gestión de la información frenan el libre flujo de fuentes y canales y, especialmente, los conceptos de igualdad y justicia en el acceso a los medios y en la configuración de sus mensajes comunicativos. Los canales de televisión marroquíes no se han sustraído –así como tampoco la principal operadora de televisión en el mundo árabe, *Aljazeera*– a la lógica de la producción informativa como mercancía y a objetivos publicitarios y comerciales, además de a la persuasión y el poder blando en materia de argumentación política.

Como resultado, la importancia de la televisión como medio de influencia social es enorme en el caso de Marruecos que, con la estructura informativa mencionada, queda bajo la dominación mediática de los grandes grupos transnacionales del audiovisual –que desde distintas esferas ejercen la comunicación como dominio–, de la influencia creciente de los bienes intangibles y de la difusión de sus principales recursos: la cultura, la ideología, y la comunicación. El discurso emotivo, estereotipado, espectacular y superficial propio de la televisión se adapta a todo tipo de públicos y, todavía más, en contextos sociales desarticulados, geográficamente dispersos, de bajo nivel cultural o próximos al analfabetismo.

Abu Warda (2000) mantiene que el público prefiere los canales por satélite por su calidad y variedad, y que los gobiernos de los países árabes no han podido limitar el fenómeno a pesar de sus efectos: “Reflejan los modos de vida, de pensamiento y la cultura occidentales, sin tener en cuenta para nada las pautas culturales que rigen en esta región. Ello aumenta el desequilibrio informativo Norte-Sur”. Aunque, de otra parte, a partir de la aparición de las cadenas árabes por satélite, se han multiplicado los cruces de dirección –por ejemplo Sur-Norte u Oeste-Este–, la reproducción del modelo de captación de audiencias y de financiación mercantilista también pervierte el sistema, tal y como ha advertido Massana (2007), lo que puede suponer enfrentamientos y hostilidades por el abuso de los lenguajes ideológicos exclusivistas.

En este complejo mapa, Conoscenti (2007) ha estudiado los códigos de comunicación en las televisiones de las orillas del Mediterráneo:

También en la orilla sur, una serie de canales de televisión han roto con la retórica de la televisión ‘autóctona’, según la cual la noticia que abre

ha de estar dedicada a la actividad del jefe de Estado, seguida sólo hacia el final por lo relativo a lo que sucede en el resto del mundo.

Aunque esta alternativa presenta, a su juicio, otros riesgos por la enorme distancia que se abre entre los productores de imágenes y los receptores, ha servido para impulsar la globalización pero también nuevos modos de neocolonialismo, entre los que incluye “a todas las producciones culturales del mundo no pertenecientes a la matriz angloamericana” (Conoscenti, 2007).

La distancia entre la producción y el consumo de imágenes potencia el efecto de exclusión si se analiza desde la cultura o la ciudadanía. Las corporaciones mediáticas desarrollan productos audiovisuales de cara a una audiencia globalizada, sin elaborar variables locales y simplificando su presencia a través de cuotas o porcentajes de la población excluida, en lugar de reflejar la realidad cotidiana de las minorías y de los países a los que dirige sus emisiones. Esta política de la industria audiovisual se suma al efecto de la *RTM* pública que, junto con las estructuras institucionales y de poder marroquíes, ha supuesto un modelo centralizado de comunicación que elimina la participación. Las estrategias de poder e institucionales marroquíes dificultan el acceso a contextos de interdependencia en los que se puedan promover nuevos formatos comunicativos más relacionados con la multiplicidad, con la única excepción de los tímidos avances que se producen a través de las nuevas tecnologías y la red. La ausencia de una verdadera transformación democrática en el país –donde siempre los avances en este campo se frenan con bruscos giros de timón– dificulta la participación, que sería clave para la introducción en el modelo comunicativo de variables transversales como las sociales, medioambientales, de igualdad o de género.

Abu Warda (2000) mantiene que la recepción transnacional de la televisión presiona a los gobiernos árabes para ampliar la libertad de expresión o la cooperación regional, pero las transformaciones sociales y tecnológicas son tímidas. La situación ha quedado anclada en la lógica singular de los valores nacionales e identitarios, aunque se han llegado a producir reformas, especialmente en el estatuto de la mujer, y se han anunciado en repetidas ocasiones sobre los derechos humanos, pese a lo cual se siguen registrando detenciones relacionadas con la opinión y la libertad de expresión. La gran ausencia en la agenda de los medios en la región son los temas sociales, que rara vez figuran en los informativos y especialmente en la televisión pública marroquí. En este contexto, es difícil una transformación colectiva de lo comunicativo basada en el debate

para la construcción de un modelo propio de desarrollo y de gestión no propietaria de la información y el conocimiento. La vía de la democratización sufre el constante freno de la interpretación que, desde los diferentes círculos políticos, sociales, y económicos, se realiza sobre sus beneficios y acceso.

3.2.4.- Los imaginarios de la comunicación y las migraciones en Marruecos

Los imaginarios de la comunicación y las migraciones están marcados por el pasado, la colonialidad, los discursos mediáticos y por la comunicación como dominio. En el reparto del mundo, se cruzan ideas en liza en diferentes direcciones y sentidos cada vez más variadas y diferentes como un producto de la subjetividad basada en los flujos que se entrecruzan y que ahora siguen recreando determinadas centralidades que se apoyan en el pasado pero que también se entremezclan con otras de procedencia diversa y compleja. En estos imaginarios se articulan las prácticas sociales sobre las aspiraciones colectivas, la construcción del nacionalismo y de las comunidades imaginadas sino también otras prácticas de la mirada.

La vivencia de estos imaginarios conforma buena parte de la realidad de los candidatos a la migración. De una parte a través del peso del pasado y la herencia colonial, a la que se suman las agendas mediáticas de la producción audiovisual dominadas durante décadas por los productos occidentales. Del imaginario colonial sobre Marruecos, pasaré al de los destinos migratorios, para tratar de profundizar en los elementos esenciales que conforman el de los migrantes.

3.2.4.1.- El imaginario colonial sobre Marruecos.

Recorrer las páginas de *La imagen del magrebí en España. Una perspectiva histórica siglo XVI-XX*, de Eloy Martín Corrales (2002: 247), ayuda a comprender los cambios que se han registrado en la configuración de esta imagen, que no siempre ha sido negativa y que se ha moldeado en función de la coyuntura política e ideológica blanqueadora o ennegrecedora de cada una de las orillas. En ese sentido, tiene un importante peso la producción audiovisual y más concretamente la cinematográfica de Occidente sobre el Otro colonial africano. El análisis realizado en la obra *La colonización del imaginario. Imágenes de África* resulta de gran interés para comprender los cambios registrados: “Marruecos y el Sahara hacen de cortafuego en el imaginario español” (F.-Fígares, 2003: 88-89); el mundo magrebí resultaba ambiguo ante la extrema negritud de la población subsahariana. Una muestra significativa del cambio de sensibilidad sobre la imagen de ese país y de los marroquíes, especialmente

durante los años en que el Sahara fue provincia española, porque no hay que olvidar que hace poco más de cincuenta años España ocupaba Marruecos.

En las representaciones de los marroquíes en los medios de comunicación también se superponen otras metacategorías que detallan Khader y Muhammad Abid al-Jabiri (1994), como son las de su arabidad –entendida como expresión de lo fanático–, la violencia, lo antioccidental, lo diferente, lo inamovible, las cuales generan un conjunto de palabras-clave: terrorismo, integrismo, inmigración; así como la construcción de las etiquetas ‘ilegal’ y ‘moro’ (Martín, 1994: 280-281). Edward Said (2005), como orientalista, en su obra *Cubriendo el Islam*, afirma que la visión política sobre el mundo árabe domina en Occidente, tanto en los discursos como en la prensa, y describe cómo, especialmente Estados Unidos, ha generado una simplificación del islam que “permite que numerosos objetivos de manipulación puedan cumplirse” (Said, 2005: 83-85 y 261) no sólo respecto a los países árabes sino también hacia los musulmanes. Por este motivo, advierte que el conocimiento de otras culturas siempre está sujeto a ‘imprecisión científica’ y a la interpretación. Un tema que presenta especial complejidad respecto a la visión de Marruecos, como miembro de una asociación transnacional de países árabes, en la orientación del desarrollo del país. Said (2005: 127) mantiene que la teoría de la modernización encaja a la perfección en la visión arcaica de este mundo.

Sin embargo, se trata de un imaginario de gran peso todavía entre los españoles que sintetiza la historia de las relaciones con Marruecos: cinco siglos de diferencias, conflictos y guerras que consolidan toda su capacidad configuradora a través del papel aduanero de España en el seno de la Unión Europea (Stallaert, 2004: 43). La cultura de la exclusión en la que se apoya lleva a la ambigüedad y la contradicción permanente en la gestión de las políticas migratorias a través de la distinción de legal-ilegal, regular-irregular, y procedimientos de regulación, asimilación, integración y aculturación, dominados por la imagen siempre presente de la ‘invasión’ de pateras y cayucos (Lucas, 1994: 38). De hecho, la inflación¹¹² de pateras y cayucos se convirtió en una estrategia especulativa de la comunicación y de la imagen, con múltiples consecuencias políticas.

¹¹² La inflación de las imágenes, curiosamente, tiene un ejemplo paralelo en el terreno de la economía: “Así fue como la economía especulativa se independizó de la economía productiva, perdiendo todo contacto con la realidad para pasar a introducirse en una espiral de realimentación circular que giraba a ciegas en torno al espejismo de un clima de opinión construido sobre la creencia en la ilusión colectiva de una interminable revalorización autosostenida” (Gil Calvo, 2003: 202).

3.2.4.2.- El imaginario sobre los destinos migratorios.

La visión idealizada de la migración y de Europa, así como del engrandecimiento de los migrantes en el imaginario social de los países de procedencia, llega a convertirse en un discurso mítico en los países emisores. Tanto, que ese imaginario propone sólo argumentos que estimulan los movimientos migratorios; discurso que se refuerza con insistencia ante el Otro imaginario, el de la falta de perspectivas en su tierra natal. De hecho, a partir de esa percepción se elabora en muchos de los casos un proyecto migratorio con aspiraciones de movilidad social, a la altura del modelo paradisiaco que reciben a través de los medios. Se construyen personajes que viven de ese prestigio tan sólo por facilitar información –aunque sea ficticia– de alguien que vive en Europa, por ser familia de emigrante, o por haber emigrado. Es una muestra de cómo se agiganta el destino de aquellos que se decidieron por la experiencia migratoria, a los que se les concede incluso en muchos casos la reputación engañosa de una falsa identidad, ya que en ocasiones los migrantes en sus visitas a la tierra natal fingen beneficios económicos, muestras de ascenso social fruto de la migración superiores a los reales.

El fenómeno tiene muchas vertientes. Una de ellas es el impacto cultural, además del económico, que reciben a través de los medios y que genera una dependencia de los intereses y gustos del mundo dominante (Gubern, 2000: 63) a la que Laura Oso (2005: 87) ha prestado una especial atención, por encima incluso de la movilidad social: “El componente imaginario y simbólico suele pesar considerablemente en el comportamiento estratégico”.

Affaya y Guerraoui (2006: 95 y 106) han estudiado a través de fuentes documentales y encuestas la imagen de España en Marruecos, que alcanza un porcentaje alto de visiones e imaginarios positivos (69,4 % de los encuestados) y se refuerza en el conocimiento sobre el terreno del país: “Para aquellos que han visitado España, el 74,5 % ha declarado que la imagen que tenía de ésta se corresponde a la realidad que ha descubierto y el 24,8 % ha reaccionado negativamente”. La evolución de esta imagen es muy llamativa, ya que el pasado colonial sólo alcanza una imagen positiva para el “23,4 % de los encuestados. Fez, Tánger y Alhucemas sobresalen con una porción de opiniones positivas relativamente importante, el 42,4, el 42,2 y el 35,1 % respectivamente.” (Affaya y Guerraoui, 2006: 129).

La imagen positiva se apoya sobre todo en el proceso de construcción democrática de España, que se utiliza para reivindicar una transición marroquí del mismo estilo, así como un desarrollo económico similar, según recoge Majdoubi (2009: 212 y 217) quien facilita datos de diferentes encuestas para mostrar que tiene buena imagen entre los marroquíes. De hecho, menciona que no existe un simbolismo similar al del ‘moro’ hacia los españoles. Sin embargo, apunta una tendencia que dificultará el diálogo entre las orillas si la prensa independiente marroquí continúa “consolidando la imagen de España y de los españoles como el “otro”, con todas las connotaciones y la carga simbólica de la alteridad que ello implica en el imaginario marroquí. Dicho de otro modo, se percibe a España como una amenaza y a los españoles como el supuesto enemigo histórico” (Majdoubi, 2009: 205).

Como destino migratorio, también ha sufrido una evolución desde la idea de tierra de tránsito hacia Francia a una visión muy diferente: “Se ha convertido (a raíz de su acertada transición democrática y de su ejemplar modernización económica y social) en un ‘Eldorado’ que atrae a muchos marroquíes en busca de trabajo y de una vida mejor” (Affaya y Guerraoui, 2006: 62). En buena parte, se debe al “incontestable impacto de los medios de comunicación en la construcción de esa imagen. Todas las respuestas de los encuestados hacen referencia a los medios de comunicación, escritos y audiovisuales” (Affaya y Guerraoui, 2006: 166).

El imaginario cultural de esas sociedades se ha forjado también por los efectos de la globalización cultural, a la manera de un neocolonialismo que amplifica las ventajas del desarrollo entendido al modo occidental. Este dominio simbólico opera sobre los candidatos a la migración, que evalúan las semejanzas y diferencias de las dos sociedades de referencia, a la vez que sobre el otro sistema de información, el de la interacción ‘cara a cara’, en la que relativizan el abismo abierto entre la percepción impulsada por pautas culturales externas y la realidad de quienes han vivido la experiencia. No hay que olvidar que los espectadores son productores de sentido que terminan apropiándose de forma activa de los mensajes mediáticos (Hall, 2004: 219-221). Por ejemplo, Naïr (2004: 123-124) mantiene que la representación occidental sobre los musulmanes, fruto del prejuicio, “contribuye enormemente a alterar la imagen de la modernidad occidental en los países musulmanes” y provoca reacciones de cólera, indignación y desprecio hacia ese Occidente.

3.2.4.3.- El imaginario de los migrantes.

El imaginario de los migrantes es el escenario hacia el que se dirigen, una representación idealizada del futuro y del horizonte que se forja no tanto en la realidad y el contraste de la información, sino a menudo en experiencias de otros compatriotas y migrantes, en los discursos audiovisuales, en las interacciones comunicativas a partir de los mensajes mediáticos, en los confusos flujos de la comunicación y de la movilidad, en el espacio de la *ubicuidad* y la *asincronía*.

Los discursos de lo social, elaborados en un proceso recursivo, alimentan y se alimentan de otros, como los del consenso social, los políticos y los mediáticos, y todos ellos –en las mismas direcciones y con sentidos opuestos– se reconstruyen. La ‘realidad emergente’ estimula el imaginario social para superar lo cotidiano y lo circundante: “Los argumentos de la sociedad de consumo se basan en la promesa de satisfacer los deseos humanos en un grado que ninguna otra sociedad del pasado pudo o soñó hacerlo” (Bauman, 2007: 73). Sobre este imaginario actúa con un peso específico el flujo de la comunicación y, en especial, el de la televisión como un tipo específico de mensaje que aparenta no tener filtros, como si se tratara de una experiencia vivida que contribuye al mito de la transparencia: “Toda estrategia de la seducción consiste en llevar las cosas a la apariencia pura, en hacerlas brillar y vaciarse en el juego de la apariencia (juego que tiene sus reglas, su ritual eventualmente riguroso)” (Baudrillard, 1988: 53). Appadurai (1999, 2001 y 2001a) ha descrito con precisión muchos de los fenómenos alrededor de la compleja composición de la realidad vivida o imaginaria de los migrantes a partir de su análisis cruzado de la comunicación y los flujos migratorios. Es más, en su concepción son las relaciones entre los dos campos –comunicación y migración– las que permiten dar con las claves de esta realidad compleja que surge en las transformaciones contemporáneas. Su propuesta facilita la comprensión de las fuerzas de resistencia, emancipación, control social y subjetividad como parte de una misma dinámica que ya no es individual, sino colectiva: “Existe una evidencia creciente de que el consumo de los medios masivos de comunicación a lo largo y ancho del mundo casi siempre provoca resistencia, ironía, selectividad, es decir, produce formas de respuesta y reacción que suponen una *agencia*” (Appadurai, 2001: 22). De la combinación de los dos campos de información e imaginario, en los que se registran la comunicación y las migraciones, se produce una subjetividad específica, una identidad ‘deslocalizada’. Los contrastes entre la percepción de la realidad y el imaginario, entre

los referentes culturales locales y los que se reciben transnacionalmente están en la base de las fragmentaciones, homogeneidades, resistencias y negociaciones con que vivimos el mundo globalizado.

De hecho, Appadurai (1999) integra todos estos vectores en el marco de la globalización hacia la imaginación como una fuerza que impulsa la emigración:

Es la facultad que permite a las personas considerar la emigración como remedio para resistir a la violencia del Estado, buscar compensaciones sociales y diseñar nuevas formas de asociación cívica y colaboración, a menudo más allá de las fronteras nacionales. Esta dimensión de lo que he denominado el "trabajo de la imaginación" no está del todo dissociada de la imaginación como facultad creativa, reflejada en asuntos de estilo, modas, deseos y búsqueda de riquezas. Pero también es un crisol para el trabajo cotidiano de la supervivencia y la reproducción. Es el lugar donde se encuentran los asuntos relacionados con la riqueza y el bienestar, los gustos y deseos, el poder y la resistencia. Este análisis del papel de la imaginación como un hecho popular, social y colectivo en la era de la globalización reconoce su carácter dual. Por un lado, es en y a través de la imaginación que los ciudadanos modernos se disciplinan y son controlados por los Estados, los mercados y otros poderosos intereses. Pero también es la facultad a través de la cual surgen los modelos colectivos de disensión y de nuevas ideas para la vida colectiva.

Los trabajos de Appadurai coinciden con una larga tradición epistemológica sobre el imaginario, así como con investigaciones sobre otros imaginarios como los que ha estudiado Escobar (1998) sobre la producción simbólica del Tercer Mundo, fruto de los estudios sobre la colonialidad de Quijano (1997) y Mignolo (2003). En la misma línea, García Canclini ha realizado aportaciones importantes respecto a los imaginarios de la globalización (1999; 2004), Mato (2001: 152-153) ha elaborado la propuesta de imaginario transnacional, y Fueyo (2002), sobre los paraísos y la miseria del Sur. De una forma más concreta, también ha teorizado sobre la cuestión Moraes Mena (2007: 184):

El allí puede estar más presente como *imaginario* que como práctica cotidiana real, y aun desde esta presencia en la ausencia, puede afectar a las prácticas cotidianas de los migrantes en el país de acogida y, también, a las prácticas desarrolladas en el país de origen por los no migrantes, influidos directa o indirectamente por la migración transnacional.

En el caso de Marruecos, el fenómeno migratorio atraviesa toda la geografía y la sociedad hasta el punto que ha llegado a crearse una auténtica ‘cultura de la emigración’, tal y como mantiene Villar (2005: 132), en la que se entiende ese tipo de movilidad como sinónimo del éxito y del reconocimiento social: “El hecho de emigrar, la fascinación por el *harich* (el extranjero), gravita en el imaginario colectivo erigiéndose como una especie de parapeto ante la realidad cotidiana”. Villar relaciona este imaginario tanto con los medios de comunicación como con los retornos de los migrantes durante las vacaciones de verano. E incluso reconoce en la producción televisiva marroquí el discurso: “cada verano, a través de la televisión pública marroquí se transmite la imagen del emigrante cuyo proyecto ha culminado satisfactoriamente regresando a su país portando un coche nuevo, dinero y regalos para familiares y amigos”, así como también los efectos que estos mensajes producen entre aquellos que están todavía en el país.

En ese sentido, resulta de especial importancia la aproximación realizada por Díaz Nosty sobre *Los medios de comunicación en la experiencia migratoria latinoamericana* (2007). Se trata de un estudio de campo sobre el imaginario y la experiencia comunicativa de los migrantes, aunque presenta una limitación ya que el estudio se ha realizado en la sociedad de acogida, es decir, en la ciudad española de Madrid. Por tanto, se trata de una visión ya transformada por su convivencia y trabajo tras la migración. Los encuestados definen a España como destino con una valoración muy positiva, que alcanza el 75 por ciento (Díaz Nosty, 2007: 26-27), con una referencia predominante hacia la riqueza del país. Sólo un 16 por ciento se sintió defraudado respecto a las expectativas previas que tenía antes de la migración e incluso el porcentaje desciende cuando se trata de exponer su situación personal en el país, ya que sólo el 5,6 por ciento se describe como poco o nada satisfecho.

En la misma línea se encuentra la publicación *La percepción de la realidad*

española en el imaginario colectivo del inmigrante, de María Eugenia González Cortés (2007), de nuevo sobre una muestra de migrantes ya establecidos, aunque de diferentes nacionalidades de origen, algunos originarios de Marruecos. En ambos casos, el trabajo de Díaz Nosty y el de González Cortés, son investigaciones que tratan de profundizar en los deseos y la voluntad de migrar. González Cortés defiende la relación directa, aunque no central, entre el consumo mediático y el proyecto migratorio de los marroquíes residentes en España, en su investigación sobre la imagen previa de los inmigrantes de distinta procedencia (ecuatorianos, argentinos, subsaharianos, marroquíes y europeos del Este).

González Cortés (2007: 150) diferencia en su estudio dos segmentos de población, entre los que concluye que los jóvenes tienen una idea más realista de la situación española, pero atribuye un gran peso a la recepción de las cadenas de televisión españolas entre los habitantes de las ciudades del Norte, donde el dominio de otros idiomas –en este caso del español– se convierte en una “razón de peso” para la elección de este destino migratorio:

Son comunes las alusiones a los medios de comunicación como instrumentos conformadores de las ideas que sobre España tienen muchos ciudadanos marroquíes. Los medios ofrecen una imagen edulcorada de la vida en Europa que no se corresponde con la realidad. En algunos casos se culpa de ello, de manera directa, a la televisión, la cual incide en los deseos de muchos marroquíes de abandonar su tierra para vivir “el sueño europeo”.

Incluso añade un fragmento de una de las entrevistas que dice textualmente:

Los medios de comunicación siempre traen... intentan mostrar lo bueno de Europa: los edificios, las playas, la gente, los coches, la buena vida, las fiestas y todo eso... Entonces, imagínate que uno está en Marruecos aburrido, no tiene trabajo, pobre, y está ahí delante de la televisión... Y le están mostrando Europa, la playa, la gente... Se queda así ¿sabes?, se queda en su sitio pensando ‘Este mundo tengo que descubrirlo [...] Dices ‘Yo tengo que ir de cualquier forma.

A pesar de estas palabras y de otros muchos testimonios, González Cortés (2007: 152) mantiene la distancia sobre su contenido y evita concluir que los contenidos

televisivos actúen de estímulo en el proyecto migratorio, aunque sí para la idea del éxito y la modernidad, especialmente para grupos cuya pauta de consumo mediático es poco diversificada, como los inmigrantes subsaharianos: “Esta posibilidad de acceso a canales extranjeros repercute en la construcción del imaginario de la modernidad y del éxito atribuible, en los países africanos, a las sociedades occidentales”. Describe un proceso de occidentalización que atraviesa África en el que se fraguan ideas sobre la calidad de vida de los países del Norte y al que también contribuyen los testimonios de primera mano de otros migrantes. Este aspecto, el del carácter colectivo del consumo de televisión para la gran mayoría de las poblaciones africanas, respalda la necesidad de un análisis sobre las retroalimentaciones que contribuyen a la creación de mitos y estereotipos referidos a la riqueza, la libertad y el estilo de vida de los países del Norte. En sus conclusiones, González Cortés sí destaca el peso de la difusión de imágenes sobre estilos de vida y desarrollo de los destinos migratorios. A pesar de ello, e incluso del tiempo transcurrido desde que los encuestados abandonaron su país de procedencia, las entrevistas realizadas, los discursos verbalizados sobre España como destino reflejan la existencia de una idea previa de bienestar y riqueza que puede resultar un factor de atracción.

3.3.- El contexto de las interacciones comunicativas.

Marruecos, como otros países del Magreb, ha estado y está expuesto a un imaginario audiovisual modelado por la producción norteamericana –siguiendo la misma tendencia que Sierra (2006: 24) ha detectado para las industrias culturales de América Latina y Europa–, incluso sin que se haya detectado un desarrollo audiovisual propio de fecha anterior. Así, como hemos mostrado, la producción local, la escasez de espacios propios de difusión audiovisual, la centralización de fuentes informativas, la dependencia económica e informativa de agencias transnacionales y la reducción de la diversidad de los contenidos son características originarias del modelo comunicativo en casi toda la región.

En el caso marroquí, tenemos por una parte el resultado de las políticas comunicativas globales fruto del *free flow for information*, que han consolidado un modelo privatizado, hegemónico, de concentración y desregulación dominado por los grandes grupos de poder capitalistas (Sierra, 2006: 23) –de corte occidental, desde el primer momento, y después, de contraofensiva árabe–, mientras que de la otra, las alternativas comunicativas nacionales se generan en función de la exclusión de la ciudadanía, como fortalecimiento del poder político, y están basadas en valores identitarios conservadores pero que cuentan con respaldo social. Así, siguiendo a Gramsci y su concepto de hegemonía, que recuerda Alfaro a través de la obra de Martín-Barbero, tenemos la contradicción de que los valores locales y los asociados al consumo globalizado se imponen sobre los individuos tanto desde el exterior como desde el interior (Alfaro, 1993: 27-39).

Estas transformaciones, de las que habla Martín-Barbero (2000), confieren diferentes dinámicas de encuentro y desencuentro entre individuos heterogéneos sobre los que recae el actuar comunicativo de Habermas. En el contexto global, la inclusión se debe apoyar en el respeto y la pluralidad de las visiones intersubjetivas del mundo complejo; es imprescindible repensar esta inclusión en el respeto a las diferencias, en la superación de desigualdades y en la construcción de puentes sobre la incomunicación fruto de la mala comprensión de las pluralidades personales, sociales o culturales.

3.3.1.- La conexión externa: Parabólicas e Internet.

Aunque el espectacular desarrollo tecnológico permite en la actualidad otro modelo comunicativo, la ausencia de iniciativas civiles, la escasa formación en tecnologías y el control gubernamental han retrasado su implantación y la capacidad para ofrecer alternativas. A esto hay que añadir que, como en otras desigualdades planetarias, hay zonas del país con dificultades para el acceso, así como también para la difusión de mensajes. A pesar de ello, Internet y la presencia de antenas parabólicas sirven de puente entre dos mundos, penetran en diferentes culturas y permiten, según Massana (2007), una posición predominante en la configuración de los idearios colectivos “opuestos a costumbres y tradiciones que se quieren preservar obligatoriamente”. El paisaje urbano y rural de Marruecos, incluso en los rincones más alejados, está plagado de antenas parabólicas; la cuestión es todavía más llamativa cuando se conoce que son instalaciones ilegales. Abu Warda (2000) explica que la situación es consecuencia del proceso de descolonización y que las nuevas tecnologías han modificado las relaciones interregionales e internacionales¹¹³. En muy pocos años, frente a los canales estatales irrumpen nuevos flujos televisivos, un total de 124 canales vía satélite producidos por los diferentes países del mundo árabe con diferentes posiciones, matices e intereses.

Las conexiones externas de los marroquíes son, a la vista de los datos, intensas y numerosas, especialmente en lo que se refiere a la conexión de banda ancha y a los teléfonos móviles. La proporción de teléfonos móviles respecto a los fijos es la más alta (12,64) de la selección de países de la comparativa, es más, duplica sobradamente la segunda tasa más alta (5,79, de Túnez), así como también a las de España (2,51) y Francia (1,52).

En cuanto al acceso a Internet, presenta unas cifras altas sobre todo a la vista de su coste¹¹⁴. La comparación de las tarifas más bajas (calculadas según el porcentaje del PIB per cápita mensual por 20 horas de conexión) supone un coste de 20,5 dólares, frente a los 5,6 de Túnez y las cifras de países europeos mucho menos costosas (España, 1,8; Francia, 0,5; Italia, 1,1). A pesar de ello, el número de usuarios por mil habitantes

¹¹³ Además, llama la atención sobre la falta de datos fiables y estadísticas sobre el consumo y la recepción, así como la escasez de investigaciones sobre el tema; los datos de audiencia que se conocen desde hace poco más de un año sólo cifran la audiencia de las cadenas nacionales.

¹¹⁴ Tayfour (2007) valora el acceso a Internet como muy bajo, en función de los datos de *hosting* y usuarios.

es de 198, frente a 127 de Túnez, o los 423 de España y los 491 de Francia e Italia.

La brecha Norte-Sur también se visualiza en el *Networked Readiness Index*, índice utilizado en el *Global Information Technology Report 2007-2008* del *World Economic Forum*, que mide el grado de preparación y capacidad de una nación para participar y beneficiarse de los avances y desarrollos de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC). Aquí Marruecos se sitúa en la mitad del ranking de un total de 127 países (74), por delante de sus vecinos magrebíes Mauritania, Argelia y Libia, pero a una distancia considerable de Túnez (35) que incluso se acerca bastante a las posiciones de España (31), Portugal (28) y Francia (21) (World Economic Forum, 2008).

A pesar del aumento del gasto público en I+D desde el 0,4% del PBI en 2000 al 0,79% en 2003, la cifra es claramente insuficiente si lo comparamos con la inversión media de los países de la OCDE que alcanza el 2,2% del PIB a partir del año 2000 (España 1,1%, Francia 2,2%) (PNUD, 2000-2005).

El porcentaje de hogares con televisión es el más bajo de los países comparados: un 78 % disponen de este medio de comunicación mientras que Túnez registra un 92 % y España un 99 %. En cuanto al porcentaje de hogares con cable o satélite, la cifra es de 30,6 %. Estos datos representan una cuota inferior a Túnez (46,8 %) y difiere del patrón de los países europeos de referencia: España (8,3 %) o Francia (13,6 %).

La presencia de parabólicas que indican estos datos es muy baja respecto a la realidad social que se registra en Marruecos, aunque hay que matizar que en muchos hogares se reciben las cadenas satélite a través de un artilugio artesanal de bajo coste y que no tiene la consideración de antena de recepción de satélite. También cabe la posibilidad de que las cifras oficiales no reflejen el consumo, puesto que el Estado no reconoce –como de hecho se muestra en los estudios de audiencia– la recepción de canales por satélite.

Cuadro 3.12. Acceso a las telecomunicaciones

<i>Países</i>		<i>Marruecos</i>	<i>Túnez</i>	<i>España</i>	<i>Francia</i>	<i>Italia</i>	<i>EEUU</i>	
<i>Radio</i>	<i>% hogares con radio</i>	79	77	88	99	
<i>Televisión</i>	<i>% de hogares con aparato de TV</i>	78	92	99	97	96	99	
	<i>% de hogares con cable o satélite</i>	30,3	46,8	8,3	40	21,9	80,1	
<i>Computadora personal</i>	<i>por 1.000 habitantes</i>	24	56	277	574	366	754	
	<i>% cambio anual medio</i>	15	20,9	9,7	13,6	15,5	7,5	
<i>Internet</i>	<i>Usuarios por 1.000 habitantes</i>	198	127	423	491	491	687	
	<i>Banda ancha (% de abonados)</i>	97,8	11,7	92,6	83,3	38,5	44,7	
	<i>% del PIB per cápita mensual por 20 horas de uso (tarifa más barata)</i>	20,5	5,6	1,8	0,5	1,1	0,4	
<i>Teléfono</i>	<i>Líneas fijas</i>	<i>Abonados por 1.000 habitantes</i>	41	124	419	553	427	568
		<i>% cambio anual medio</i>	0,1	2,6	-0,5	-0,7	-2,5	-3,1
		<i>Costo llamada local 3 minutos (hora punta - EE.UU.)</i>	0,15	0,02	0,13	0,2	0,08	0
	<i>Móviles</i>	<i>Abonados por 1.000 habitantes</i>	519	718	1052	842	1219	769
		<i>% cambio anual medio</i>	26	78	8	6	8	12
		<i>Costo llamada local 3 minutos (hora punta - EE.UU.)</i>	0,51	0,34	0,79	1,68	0,04	1,35
		<i>Proporción teléfonos móviles/fijos</i>	12,64	5,79	2,51	1,52	2,85	1,35
	<i>Tráfico internacional</i>	<i>Minutos de llamadas recibidas por persona</i>	58,8	58,7	64,8	115	130,5	62,4
		<i>Minutos de llamadas efectuadas por persona</i>	5,5	24,4	54,6	67,5	61,3	233,7

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de UNESCO (2010: 314-317).

Lacomba (2004b: 185) ha detectado que la población en Marruecos cada vez está más conectada hacia el exterior y siente más interés por lo que sucede alrededor. Las parabólicas y los teléfonos móviles se han incorporado a las pequeñas aldeas,

mientras que en las ciudades se registran más transformaciones sociales: “Las nuevas tendencias y las pautas de consumo siguen los modelos de comportamiento occidentales y compiten con los mismos, y los enriquecen aportando sus especificidades locales. La apertura que supone la emigración tiene mucho que ver con todos esos cambios”. Por eso lo vincula con el ‘efecto demostración’, entendido como la exhibición del éxito de la migración y la desmoralización de los que se quedaron:

El resultado, para unos y para otros, es la adquisición de nuevos valores y pautas de comportamiento (un creciente individualismo) y nuevas formas de consumo (televisiones, antenas parabólicas o teléfonos móviles) que acaban teniendo con frecuencia un efecto desestructurador, a falta de un modelo de desarrollo acabado que las pueda integrar adecuadamente Lacomba (2004b: 212).

Hasta la llegada de las cadenas árabes, la televisión satelital representaba una sobreexposición al modelo occidental: “Occidente está tan presente en mi apartamento de Rabat e invade tanto las calles de mi ciudad, plagadas de pantallas parabólicas, que llega a provocar saturación” (Mernisi, 2001: 37). El cambio radical registrado con la irrupción, en primer lugar, de *Aljazeera* y después numerosas cadenas árabes o en lengua árabe se ha dejado sentir en múltiples aspectos. Ksikes (2006: 88), que estudia el efecto en comunidades migradas en las que detecta la decepción por las cadenas nacionales monolíticas, relativiza la diversidad de la oferta en lengua árabe: “Nos damos cuenta que la multiplicación de la oferta ha creado atavismos diversos. Las cadenas de información se han compartimentado como las escuelas de derecho musulmán”, y añade que estas cadenas “se convierten en supertelevisiones que ocupan grandes compartimentos comerciales”.

El espectacular incremento del consumo televisivo de cadenas árabes, e incluso en lengua árabe, es una influencia que se deja sentir en el proceso de arabización de Marruecos, iniciado a partir de 1963 tras la independencia con la sustitución paulatina del francés por el árabe en la formación y la administración¹¹⁵ (Moustaoui, 2006). Frente a la aproximación cultural hacia lo occidental y europeo como signo de desarrollo bajo la influencia de las primeras migraciones, en los últimos años se detecta una vuelta a la tradición en el vestir y en las costumbres.

¹¹⁵ Moustaoui (2006: 37) detecta que la apuesta lingüística ofrece una oposición entre la tradición (la arabización) y la modernidad (la francofonía).

3.3.2.- Los usos de la televisión y las audiencias

La medición de las audiencias en Marruecos no se inició hasta el año 2006, a través de la implantación del sistema Audimat, pero los primeros datos audiencias no se filtraron hasta 2008: un consumo de 3 horas y 17 minutos al día, algo inferior al español, que está próximo a las cuatro horas, y superior al francés, de 3 horas y 10 minutos. Durante el ramadán, en que se reduce la actividad social y pública, el consumo se incrementa en unos 50 minutos diarios. El sistema de audiencias marroquí, gestionado por Marocmétrie, se apoya en un audímetro instalado en 767 hogares marroquíes representativos de la estructura socioeconómica, aunque sólo para los dos canales nacionales *Al Aoula* y *2M*. El resto de la audiencia se computa a través de encuestas en tres oleadas anuales, con la que se obtiene la información sobre la audiencia de la televisión satelital.

Los datos oficiales mantienen que el consumo de las cadenas nacionales es muy alto: “De forma contraria a la creencia popular, los marroquíes no evitan los canales nacionales, por el contrario. Entre el 8 y 21 de julio, por ejemplo, las cadenas públicas (*Al Aoula*, *2M*, *Al Maghribia*, y *Arryadia Arrabiaa*) representaron el 48,6% de cuota de audiencia¹¹⁶” (Aufait, 07/10/2008). En cuanto a canales extranjeros por satélite, el orden de preferencias es *Nilesat*, *MBC 2*, *MBC 4* y *Aljazeera*, los canales franceses registran una audiencia de sólo el 0,5%, y el canal religioso *Iqra*, el 0,8% de cuota de audiencia. Estos consumos, según los datos publicados, coinciden con las preferencias sobre los programas de ocio y entretenimiento –al igual que se registra para las cadenas nacionales–; en primer lugar las comedias, después las extranjeras, *MBC 2* y *MBC 4*, que emiten continuamente películas egipcias, la serie turca *Noor*, y las películas americanas con subtítulos en árabe.

Los datos de Marocmétrie también mantienen que las noticias de televisión, en árabe, de *2M* y *Al Aoula* son las de mayor audiencia. Sorprende el tercer puesto que se concede a *Aljazeera*, así como el seguimiento del discurso real, emitido durante el periodo de estudio, que alcanzó el 35,1% de la audiencia, cifra que se incrementaría con la audiencia de *Al Aoula*, *2M*, *TVM* y *2M Monde International*. Otro dato curioso es que los programas de deportes no se encuentran entre los 10 más vistos.

¹¹⁶ Traducción propia.

Es necesario relativizar los datos oficiales de audiencia no sólo por su procedencia sino por la metodología de medición y también porque no reflejan los consumos reales de la población. La cuestión resulta difícil porque tampoco hay datos con los que contrastar la escasa información sobre las audiencias marroquíes, pero resulta llamativo que no se trata del único país de la comparación de los que recoge el informe de la UNESCO (2010: 359-363) que presenta esta opacidad.

Cuadro 3.13. Contenido de emisiones de radio y televisión

		Marruecos	Túnez	España	Francia	Italia	EEUU	
Reglamentación nacional de los medios		...	No	...	Sí	Sí	...	
Televisión	Instituciones	Número total	140	
		% público	7,1	
	% de tiempo de emisión anual programado	Contenido producción nacional	78,2
		Contenido cultural y artístico	5,5
		Contenido películas y series	25,3
	Instituciones	Número total	1.028
% público		5,4	
Radio	% de tiempo de emisión anual programado	Contenido producción nacional	
		Contenido cultural y artístico	
		Contenido música	
Periodistas de Radio y TV	Total por millón de habitantes		...	28	...	136	28	...
	Proporción entre hombres y mujeres		...	1	0,4	...

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de UNESCO (2010: 359-363).

El consumo de los canales de televisión españoles sólo es frecuente en las ciudades del Norte; en el resto del país hay usos diferenciales de la televisión pero con algunos puntos en común: la gran mayoría la recibe por satélite y ello supone una variadísima oferta global de cerca de seis mil canales en setenta y cuatro lenguas diferentes (Amezaga, 2004). Las cadenas árabes como *Aljazeera* o *Iqra* son las que han conseguido en los últimos años mayores éxitos de audiencia, especialmente masculina, al igual que el fútbol en cadenas de pago españolas, que se decodifican sin pagar.

Esta fuente de ‘paisajes mediáticos’ a la medida del consumidor segmenta las audiencias, con el riesgo de ‘tribalizar’ el consumo cultural por la construcción de estereotipos alejados de la diversidad y que constituyen una “yuxtaposición de

singularidades paralelas” o una ‘diversidad ficticia’ (UNESCO, 2010: 147). La deslocalización de los contextos puede también conducir a una occidentalización de los gustos con efectos sorprendentes: “En Marruecos, el número de niñas a las que se da el nombre de ‘Guadalupe’ (como la heroína de la telenovela favorita de sus madres) ha aumentado hasta tal punto –a pesar de la fuerte connotación cristiana del nombre– que el fenómeno ha acabado llamando la atención del registro civil y las autoridades religiosas (Tel Quel, 2008) (UNESCO, 2010: 150). De hecho, programas como las telenovelas egipcias y turcas, los concursos de la televisión de Líbano o la versión magrebí de *Gran Hermano* evitan el consumo de una televisión nacional llena de referencias monárquicas y religiosas. Estos contenidos forman parte de los flujos ‘contracorrientes’, fruto del crecimiento de la producción audiovisual en países del Sur recién industrializados, que exportan sus productos tanto desde el mundo árabe como desde Latinoamérica, con Telesur –Nueva Televisión del Sur– (UNESCO, 2010: 142).

La importancia de estos flujos es difícil de valorar, en parte por la escasez y poca validez de muchos datos, pero también por el efecto que ha detectado la UNESCO (2010: 141) como un fruto de la transnacionalización: “Las estadísticas sobre los flujos transfronterizos no reflejan adecuadamente el consumo local de contenidos culturales ni el impacto de las tecnologías y la piratería entre iguales [...]; esto hace difícil calcular su alcance y la importancia relativa de la producción local y extranjera”. A pesar de ello, el informe facilita datos sobre los consumos y las corrientes internacionales de bienes y servicios culturales en los que se muestra una enorme asimetría entre la capacidad productiva y los consumos en las orillas del Mediterráneo.

Cuadro 3.14. Corrientes internacionales de determinados bienes y servicios culturales

Países			Marr.	Tún.	España	Francia	Italia	EEUU
Bienes culturales fundamentales (millones de dólares EEUU)	Exportación % por producto	Bienes del patrimonio	7,3	...	0,2	8,7	1,1	4,2
		Libros	14,0	...	58,6	25,6	36,8	26,3
		Diarios y revistas	1,6	...	13,5	16,4	13,7	14,6
		Otros artículos impresos	6,4	...	3,1	4,0	12,3	5,3
		Grabaciones	0,5	...	3,4	8,2	2,6	7,0
		Artes visuales	70,1	...	16,5	32,9	18,7	34,1
		Medios Audiovisuales	0,0	...	4,9	4,1	14,8	8,5
	Importación % por producto	Bienes del patrimonio	0,3	...	0,9	3,0	1,0	9,9
		Libros	64,3	...	22,2	26,7	18,9	15
		Diarios y revistas	21,9	...	15,2	16,7	14,8	2
		Otros artículos impresos	1,0	...	9,7	4,8	3,3	6,4
		Grabaciones	0,2	...	9,1	13,6	35,4	2,2
		Artes visuales	11,7	...	20,9	19,5	17,7	38,6
		Medios Audiovisuales	0,6	...	21,9	15,7	8,9	25,8
Servicios (millones de dólares EEUU)	Exportación	Servicios audiovisuales	461,04	1424,02	327,77	7037,5
		Regalías y derechos de licencia	12,72	14,03	669,40	57.261
	Importación	Servicios audiovisuales	1.141,44	1.839,82	1.268,97	925,2
		Regalías y derechos de licencia	45,41	7,71	1.100,28	24.356

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de UNESCO (2010: 372-379).

Cuadro 3.15. Películas*

Países		Marruecos	Túnez	España	Francia	Italia	EEUU
Producción	Número de largometrajes nacionales producidos	12	...	150	203	116	485
	% largometrajes 100% producción nacional	83	...	73	63	78	...
	% largometrajes coproducidos	17	...	27	37	22	...
Distribución	Número de distribuidoras	7	...	176	238	36	...
	% de distribuidoras controladas nacionalmente	100	...	97
Infraestructura	Número de salas de cine	96	29	990	2.070	1.910	38.415
	% de multiplexes	2	...	18	7	5	...

*Datos de 2006. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de UNESCO (2010: 364-367).

El cruce de imágenes y discursos de diferentes procedencias, en un contexto mixto entre la desregulación y el control estatal, constituye la dieta mediática de la población marroquí, en un proceso permanente de renegociación identitaria ligado a la tradición y a las vías de escape que presentan los medios y sus estilos de vida. Las respuestas no pasan por la participación ni por la apropiación simbólica de los contenidos de los medios, tal y como propone Sierra (2006: 90-91). Las identidades, allí como en otros lugares del mundo, se plantean de forma más individualista y consumista, a veces próximas a lo popular y otras a lo masivo.

El modelo televisivo hegemónico, occidentalizado y eurocéntrico, comercial, y patriarcal, promueve valores individualistas y de acceso a bienes de consumo que llevan en paralelo la promesa del éxito, un éxito que se entiende a través de los medios que sólo está en los mundos del Norte. En la comunicación globalizada, el Sur aparece constantemente como un mundo sin alternativas, empobrecido, carente de opciones y estímulos. El futuro parece que sólo puede llegar con un proyecto, el viaje al mundo de las opciones, a la migración como una forma de integración en los paraísos del consumo.

3.3.3.- Producción social de la información e interacciones sociales

La producción social de la información reúne un entramado complejo de flujos, mediaciones e interacciones que, en tiempos de la globalidad, son multidimensionales y confluyen en un patrón que se podría denominar hologramático. Su efecto no se registra por la suma de las informaciones que se registran, sino que el enfoque sistémico permite aproximarnos a su complejidad, orientada por la práctica dialógica y la negociación de significados y de simbolismos que se superponen en la formación de la intersubjetividad. Es un proceso creativo plagado de ambigüedades, contradicciones, transformaciones, mestizajes e hibridaciones en permanente evolución.

Para el propósito de esta investigación, se hace necesario analizar la comunicación en los diferentes niveles para aproximarnos a la influencia que los medios tienen sobre los planes migratorios y en qué medida la información y las interacciones pueden contribuir a ese deseo, así como el papel que juegan los medios en la difusión de los destinos migratorios. Pero eso sí, en su posición, es decir, a partir de la base de que “lo mediático no ocupa la centralidad de lo informativo” (León, 2009). Así, se puede sintetizar un conjunto de fuentes informativas que retroalimentan los discursos y las prácticas comunicativas.

1.- La comunicación mediática, comprendida como los flujos de información de los medios de comunicación de masas que se podrían entender como espacios sociales transnacionales, es decir, al margen de la distancia física en que se encuentran los receptores (Meyrowitz, 1985).

2.- La comunicación mediada transnacional, es decir, los flujos que circulan a través de Internet y en los que se registran interacciones comunicativas, fruto de la interactividad de la audiencia. Sería la comunicación hablada o escrita entre individuos en forma de chat, correo o habla de viva voz.

3.- Los discursos sociales, que se registran en las conversaciones entre paisanos, amigos, familia o en el entorno de la vecindad.

4.- La percepción individual de la comunicación y la información, condicionada por las motivaciones, las emociones, y el imaginario.

Las fuentes de información son, por tanto, variadas y ayudan a conformar el imaginario sobre el destino y los planes de la migración: de una parte, desde las instituciones, los productos culturales, los agentes sociales, los actores de estos modelos comunicativos serían por tanto, los migrantes tanto retornados como en su país de residencia, los turistas y visitantes, además de la familia, el vecindario y los amigos. De los cruces y realimentaciones surge un a modo de realidad emergente de generación espontánea, impersonal pero intersubjetiva, que maximaliza las opciones de la migración frente a la realidad minimizada.

El recorrido migratorio se produce con el auxilio de abundantes recursos, entre los que destacan los informativos: “Emigran los que disponen de alguna información, algún dinero para hacer frente a los gastos del viaje o los que tienen acceso a alguien que se lo preste” (Giménez Romero, 2003: 46). Se fragua un sistema de información que orienta a los candidatos a la migración, en función de las expectativas que esa aventura despierta en el receptor cuando completa un círculo de conocimiento sobre el proyecto. Dado que la decisión es, sobre todo individual, la evaluación del proyecto depende de la información obtenida; y puesto que la producción de esta información es vital, hay que considerar los efectos de la sobreinformación y la desinformación. De nuevo, sobre el tema resulta muy ilustrativo el trabajo de Magesini (2004: 54-56), ya que los migrantes encuestados reconocen sentirse decepcionados y desilusionados respecto a su decisión de emigrar –en un 55,7 % de las respuestas– y, además, afirman que han tenido una visión distorsionada de España en cuestiones como que ‘las cosas no son tan fáciles’ como habían pensado o en que ‘es imposible obtener un permiso de residencia’. Además, los que tenían una idea previa sobre Europa y España asociada a la diversión y el enriquecimiento hacen un balance negativo de la experiencia. Todavía más significativas resultan las respuestas cuando se analizan en relación a si se sienten influenciados por la televisión: los que reconocen esta influencia consumen en su gran mayoría, 89,5 %, la televisión de España, frente a un 58,8 % de los que no sienten esa influencia.

En principio, según la hipótesis planteada para esta investigación, la información permite valorar el coste y los riesgos de la migración, puesto que es un elemento que

reduce la incertidumbre. Los individuos orientan sus decisiones en función de su propio sistema de información, en clave cultural, y las evalúan en términos de coste-beneficio (De Prada, Actis y Pereda, 2002). Y aunque es cierto que los contactos personales les dan confianza en el proceso, la información no procede solamente de esas fuentes sino que se confirma y amplía por los circuitos de las imágenes de los medios de comunicación, por los discursos de la prensa, la radio y los accesos a Internet. Estos flujos se construyen sobre la paradoja que ha destacado González Requena (1988): el aumento de los medios, mensajes y códigos, frente a la fragilidad de la realidad representada.

3.3.4.- Cultura interpretativa y alfabetización audiovisual

A la vista de los datos oficiales de audiencia, cabe plantearse qué papel juegan los ‘paisajes mediáticos’ en la conformación de los destinos migratorios. Ese paisaje, con la forma irregular y fluida que le caracteriza (Appadurai, 2002: 41-61), está regulado por los Estados-nación, que gestionan su incertidumbre sobre las diferencias y la seducción, alimentando la fragmentación y la dislocación. El elemento clave para ello es la publicidad, plagada de ideas creativas y de valor cultural, que distorsiona con sus imágenes la capacidad de elección del sujeto entre un mundo de mercancías, “cuando en el mejor de los casos es alguien que simplemente escoge”. Ramonet (2000: 103) entiende que se trata de un mecanismo regulador de gran calado porque es normativo, marca actitudes y modelos, oculta la existencia de clases y trivializa los problemas, mientras da lugar a una aculturación. Pero además, a través de la construcción visual y los argumentos se despliega la estrategia del miedo (Acaso, 2006; Gil Calvo, 2003; Beck, (2002a, 2002b), que Hardt y Negri (2003: 288) interpretan en relación a la mano de obra y al acceso a un estilo de vida:

El miedo constante a la pobreza y la ansiedad por el futuro son las claves para crear una lucha por el trabajo entre los pobres y mantener el conflicto entre el proletariado imperial. El miedo es la garantía final de las nuevas segmentaciones.

Fruto de todo ello, las sociedades mediáticas viven la exposición permanente a un modelo de consumo y éxito que Balandier (1996: 181) ha descrito así:

Una sociedad donde lo efímero alienta la elección de las realizaciones inmediatas, donde la búsqueda del éxito rápido lleva a la espera de la oportunidad, una sociedad donde la fortuna hace girar las ruedas que empresarios numerosos multiplican. Esta diosa inconstante no distribuye sus beneficios según los méritos, puede enriquecer a los pobres pero también hundirlos más, puede brindar sus riquezas a los ricos, pero también arruinarlos por sus excelencias.

A partir de estos paisajes hay que descifrar las interacciones comunicativas, un campo tan complejo como el de la realidad ya que su interpretación se muestra tan contradictoria como sus efectos. La tendencia más progresista apoya el argumento de la

homogeneización cultural desde múltiples perspectivas, aunque la realidad es que los flujos se aclimatan a las culturas locales en imaginarios mestizos (Mattelart, 1994; Castells, 1999; García Canclini, 1999; Thompson, 1998). Es cierto que hay elementos comunes en los discursos globales –con más frecuencia cuando están ligados al consumo– que crean el efecto de una convergencia de lo local hacia lo global, un modo de transformación cultural hacia la homogeneización. Pero también con la misma intensidad y diferente trayectoria se dibuja una vuelta a lo local en forma de tradición, identidad y cultura. En este panorama, Naji (2009: 41-50) destaca la baja formación periodística y la ausencia de alfabetización audiovisual que se ha generalizado en los países del Sur –aunque también podría decirse lo mismo de muchos del Norte– y menciona el impacto que tiene en países como Marruecos en la posición ética de la profesión.

Los matices para estas interpretaciones son múltiples, como decíamos; así Imbert (1990: 114) apunta que la realidad mediática está construida por un juego entre enfrentamientos, confrontaciones y conciliaciones, con relatos que se insertan en el imaginario social, del que los espectadores hacen su lectura en función de la credibilidad que les despierta, y que todo ello confluye en una imagería social que se impone y que se devuelve a los medios. El recorrido refuerza los discursos producidos por la negociación: “El imaginario de la ficción se confunde con lo real, convirtiéndose, en cierto modo, en una conciencia, una interpretación que utiliza los mismos instrumentos del lenguaje cotidiano para revelar sus dinámicas latentes” (Casetti y Chio, 1999: 312). Es éste un discurso televisivo dominante y espectacular que fomenta una mirada devoradora (González Requena, 1988: 133), en su apelación a lo emotivo a través de la propia imagen, el sonido, la saturación de estímulos, la proyección de sentimientos propios y el placer estético (Ferrés, 1997). Esos ‘mundos imaginados’ son territorios en los que viven en el planeta un sinnúmero de personas que, precisamente por ello, son capaces de responder y subvertir esos mensajes, rompiendo la mentalidad oficial que los propone (Appadurai, 2001: 56).

Por ello, y por la sobreexposición a la industria audiovisual occidental, Said (2005: 165) plantea la necesidad de promover la autoimagen del mundo árabe y del Magreb, que en parte se viene gestando a partir de las alianzas audiovisuales entre los países de la región y la irrupción de las cadenas árabes que dibujan un panorama comunicativo en el Mediterráneo Sur para la gestión de su imagen cultural. Dibie (2004: 28-29) mantiene que este tipo de partenariatado se debe apoyar en las televisiones

públicas para evitar desvíos comerciales, ejerciendo el control y promoviendo los intercambios de carácter cultural mediterráneo, pero es crítico respecto a sus resultados. En este mismo sentido, propone Sierra (2003a: 201), el diseño de nuevas estrategias para la expresión cultural, una apertura al reconocimiento de las diferencias.

Sin embargo, la iniciativa para el conjunto del Mediterráneo no ha dado los resultados esperados; Euromed Audiovisual –aprobado por la Comisión Europea a finales de 2009 en su tercera edición– trata de promocionar la diversidad y el diálogo intercultural en la zona con producciones y apoyo a las industrias audiovisuales de la Unión Europea y de Argelia, Egipto, Israel, Jordania, Líbano, Siria, Palestina, Túnez, Turquía y Marruecos. Los objetivos de este proyecto se establecieron a través de la Declaración de Marsella¹¹⁷ (2008) como una forma de preservación del patrimonio audiovisual del Mediterráneo. Affaya (2003: 63-66) defiende el proyecto desde la producción de identidades como alternativa a los prejuicios y la xenofobia, un modo de promover el diálogo del que Ashmawi (2008: 364-366) entiende que los binacionales – fruto de los mestizajes y las migraciones– pueden tener un papel decisivo por su capacidad para comprender los matices de las diferencias y los entendimientos culturales.

Messari (2009: 249-250) lideró una iniciativa para la instalación en Tetuán de una televisión de programación bilingüe árabe-español, como un canal de doble sentido frente a los unidireccionales que cruzan el Estrecho, con la que afianzar los lazos culturales entre las orillas y buscar “una sensibilidad común hacia problemas que comparten ambos países, obrando así por una nueva cultura de respeto mutuo en la que tenga cabida un humor afín entre los dos países”. La iniciativa similar a la de Francia Medi1, primero en radio y luego en televisión, tuvo mucho éxito y que encajaba dentro del proyecto MEDA de la Unión Europea. Sin embargo, el gobierno español del Partido Popular no vio ninguna utilidad política al proyecto y la ministra Aguirre lo justificó porque “las televisiones españolas se captaban perfectamente en el norte de Marruecos”.

¹¹⁷ Disponible en:
http://www20.gencat.cat/docs/sue/Continguts/Temes/2008_Dossier_UpM/Declaraci%C3%B3%20Marsella_ES.pdf

3.3.5.- La creatividad de la audiencia, resistencias y mestizajes.

Por eso adquiere una gran importancia el contexto local de la decodificación del mensaje, las mediaciones y las interacciones, la negociación entre el discurso y su interpretación: “No hay cultura sin mediación, no hay identidad sin traducción. Cada sociedad retranscribe los signos transnacionales, los adapta, los reconstruye, los reinterpreta, los ‘reterritorializa’, los ‘resemantiza’” (Mattelart, 2005: 104). Barker (2003: 110) estudia el consumo de los mensajes y la producción de la identidad cultural que se genera en lo cotidiano y siempre en un contexto local, como respuesta a la ideología dominante que asoma por las pantallas de televisión. Un aspecto que tiene mucho en común con los imaginarios defendidos por Appadurai:

La televisión genera sentido mediante toda una serie de prácticas significativas, las cuales constituyen los objetos de conocimiento. Estas significaciones selectivas y preñadas de valor no son ni representaciones “exactas” del mundo ni tampoco inexactas, sino el lugar donde se lucha por dilucidar qué es significado y qué es verdad”.

La necesidad de reconstruir de forma intersubjetiva la comunicación, con reconocimiento del otro, es doblemente importante, por tanto, en este contexto y más aún en relación con la migración. Los medios de comunicación y la migración son los grandes elementos transformadores de lo social y de las formas tradicionales de concebir las disciplinas y el conocimiento. También con ellos emergen las tensiones producto de los efectos de la globalización: de una parte, como dispositivos de control ciudadano desde los intereses de los mercados y, de otra, como resistencia y emancipación.

1.- *Control ciudadano*: El desarrollo de la tecnología y las comunicaciones, que podrían contribuir a la construcción de una comunicación dialógica, se alejan de ese ideal desde el momento en que su impulso es mercantilista, con difusión y distribución restringida. Este modelo crea círculos de dependencia y transformación cultural que impulsan los valores del consumo como un nuevo dispositivo de control social que actúa en paralelo a los valores tradicionales y la acción de los Estados (Bauman, 2000: 139).

A la experiencia del modelo de comunicación dominante de transmisión de innovaciones en un marco de discurso hegemónico etnocentrista y cargado de valores de los países *centrales*, se añaden los propios esquemas de poder político como dominio, centralizado y excluyente, de forma que se construye un verdadero dispositivo inmovilizador a la manera que recuerda Vidal (2005: 128): “Emilio Lledó ha denunciado que, en el proceso actual de extensión de la cultura, los símbolos e imágenes transmitidas no constituyen un estímulo para la imaginación creadora, sino para su paralización”. En muchos casos, y más aún en sociedades atrincheradas ante la lógica global como los pueblos musulmanes, los efectos de la resistencia se transforman en una vuelta a valores del pasado como constructores de la identidad y en los que, de nuevo, a través del consenso social se transmite un nuevo dispositivo de poder. Barker (2003: 81) entiende que es fruto de una competencia ideológica en la que se superponen diferentes formas culturales que tensionan con las identidades y los nacionalismos: “El resultado puede ser a la vez una serie de formas de identidad híbridas y la producción de identidades tradicionales, ‘fundamentalistas’ y nacionalistas. El nacionalismo y la nación-estado siguen coexistiendo con el cosmopolitismo y el debilitamiento de las identidades nacionales”.

2.- *Resistencia y emancipación*: Mattelart (2005: 109) considera que “el ‘paisaje mediático’ ocupa un lugar importante” en el que las audiencias tienen capacidad de realizar lecturas diferenciadas de los símbolos y mensajes que se difunden en lo global. Estos flujos de comunicación transnacionales generan una reconstrucción identitaria que se moviliza en paralelo pero en sentido opuesto con forma de conflictos étnicos, confesionales, nacionalismos y el regreso a identidades del pasado. La interpretación local de los mensajes mediáticos se vive en una cultura de mediaciones y mestizajes expresada en pautas de consumo; a fin de cuentas, se trata del campo que estimula esta comunicación unidireccional y mercantil. Es un producto cultural que se hace híbrido en lo cotidiano y cuyas muestras visibles estarían por ejemplo en el respeto a la tradición como argumento y, a la vez, la incorporación de productos manufacturados y diseñados para culturas occidentales pero que se expanden a una velocidad vertiginosa: la mezcla de los zapatos deportivos y el uso del *chador*, el mantenimiento de pautas sociales del pasado y la incorporación de los usos tecnológicos más actuales, por ejemplo.

Perceval (2007: 41) refleja mucho de los efectos que sobre las poblaciones de

pueblos magrebíes y musulmanes tuvo la irrupción de las cadenas de televisión árabes en un panorama cultural que, hasta entonces, estaba controlado por los medios occidentales, los cuales habían logrado una influencia muy clara como modelos de referencia estéticos, en la representación de las mujeres, los testimonios y las imágenes occidentales, junto a la difusión de películas. Desde los ochenta cambia el ámbito de influencia, muy lentamente al principio, a través de series de ficción o de humor, de contenidos informativos y debates con producción desde los países árabes.

La superposición de sistemas culturales también se muestra en relación con la comunicación y los proyectos sociales e individuales. El control estatal sobre las comunicaciones nacionales no permite siquiera expresar la necesidad de nuevas conquistas sociales como la igualdad, la salud, la educación, el medioambiente e integrarlos aunque sea de forma parcial o tímida; tan sólo se detecta la expresión de estos valores cuando la iniciativa procede del Estado. En este aspecto, también las cadenas árabes han producido una brecha en el sistema control de las sociedades árabes, a través de un efecto contradictorio que recoge Sánchez Jiménez (2001) al referirse a los debates que emite *Aljazeera* sobre temas considerados políticamente incorrectos por el código moral árabe, tales como la poligamia, el papel de la mujer en la sociedad, la democracia, los derechos humanos, Palestina o las sanciones a Irak. A estos temas se unen otros que menciona Perceval (2007: 44) vinculados a las zonas de recepción dentro del mundo árabe, como son el crimen de honor, la ablación o el consumo de drogas para provocar un debate interno: “Al-Jazira¹¹⁸ intenta provocar a la calle y se lamenta, muchas veces públicamente, de la pasividad tradicional del mundo árabe que no despierta (un viejo y peligroso tema del arabismo nacionalista)”.

Otra agenda de creatividad y resistencia por parte de la población es el humor y la ironía como un elemento esencial de la comunicación entre personas y colectivos. La clave cultural es común a países de fuerte control social como vía de escape a la censura para evitar manifestaciones abiertas de crítica social, religiosa o política que, de todas formas, se expresa en las conversaciones de la calle, pero que también es un código de comunicación mediática: “La lucha entre ambos contenidos humorísticos se desarrolla en los nuevos marcos mediáticos y de su desarrollo dependerá bastante la evolución progresista o retrograda del nuevo espacio de opinión pública árabemusulmán” (Perceval, 2007: 40). En el fondo, hay un juego en el que desde la producción audiovisual de las cadenas árabes se busca una audiencia potencial de mil millones de

¹¹⁸ Graña del autor.

espectadores, “sin localismos excesivos y con un humor blando de crítica social y familiar (como la serie marroquí ‘Lalla Fatima’ de la cadena 2M o ‘Andak Amilud’ del popular humorista Fahid)” (Perceval, 2007: 43).

Control y censura operan como dispositivos de inmovilidad social a la vez que paralizan iniciativas y proyectos, que en el imaginario colectivo sólo parecen posibles fuera de las fronteras nacionales. Así, los valores democráticos en sentido occidental como la ciudadanía, la libertad de expresión, la independencia, pero también el éxito social y el acceso al consumo, se asume que sólo son viables con la emigración –en una situación muy similar a la que se registró en la España franquista a partir de los años sesenta, con la marcha hacia países europeos de la población que buscaba otras expectativas de futuro–. Perceval (2007: 38) entiende que el impacto mediático que pivota desde el mundo árabe supone una fuente de dinamismo para los medios autóctonos creados bajo el sistema de poder, mientras que en las audiencias ha producido un cambio radical en la opinión pública.

Estas tendencias, como tantas otras, pueden poner en cuestión la idea de que la globalización se desarrolla como un imperialismo cultural, ya que los flujos culturales se multiplican en diferentes direcciones y –frente a la dominación intencional de los discursos de las regiones *centrales* hacia las *periféricas*– no producen solamente homogeneización. A la vez, se construye una diáspora étnica, no delimitada por el ámbito geográfico, que descentra las ideas occidentales sobre el progreso y disuelve las culturas nacionales como homogéneas (Barker, 2003: 81-99). Como respuesta a la globalización, se registran tendencias poderosas hacia lo híbrido y fragmentario en expansión asimétrica y compleja, no lineal sino caótica. La *aldea global* habría que entenderla como un mundo de roces, conflicto y, sobre todo contradicciones que se generan a través de la superposición de significados sorprendentes en los que juega un papel importante la televisión (Ang, 1996: 165; y Barker, 2003: 79).

3.3.6.- Interculturalidad en el Mediterráneo

Las mediaciones comunicativas de los grandes grupos empresariales contribuyen a fijar una imagen única de los países musulmanes, que consolida sentimientos desde los valores y actitudes de su producción. Said (2005: 145) mantiene que en estos mensajes confluyen discursos académicos, intelectuales y económicos, como reflejo de los “poderosos intereses sociales que son transmitidos por los medios”. El resultado es una imagen fija del mundo islámico y de los musulmanes como paradigma de la Otredad. Barker (2003: 81) entiende que la televisión angloamericana en lo global recubre formas culturales preexistentes sin llegar a borrarlas:

Las ideas modernas y posmodernas sobre el tiempo, el espacio, la racionalidad, el capitalismo, el consumismo, la sexualidad, la familia y el género se sitúan paralelamente a discursos más viejos, estableciéndose una competencia ideológica entre ellos. El resultado puede ser a la vez una serie de formas de identidad híbridas y la producción de identidades tradicionales, “fundamentalistas” y nacionalistas. El nacionalismo y la nación-estado siguen coexistiendo con el cosmopolitismo y el debilitamiento de las identidades nacionales.

Así, resulta curioso señalar la tradición de muchas comunidades étnicas migrantes –entre las que destacan las árabes–, apoyadas en familias extensas diseminadas por varios países, cuyo sentimiento de pertenencia se solapa con el de otros grupos culturales y sociales (Rex, 1998). En la superposición de estos sistemas culturales e identitarios muchas comunidades viven como una opción la identidad (Kumar, 2003: 90).

El Mediterráneo como espacio complejo de lo cultural recoge una tradición milenaria en la que el intercambio, el conflicto y la negociación están siempre presentes; pero además es una encrucijada de su doble condición de Norte y Sur (Maila y Roque, 2000: 7). En ese sentido, se define también la interculturalidad como factor dinámico en el Mediterráneo que llevaría a la recomposición de las reglas de enriquecimiento y cruces de la historia regional, considerada como una de las más complejas y mestizas del planeta. La presión del efecto poscolonial y de los nacionalismos emergentes ha llevado a una ruptura en las dinámicas culturales de esta zona, que ahora se enfrenta a la

complejidad de los impactos en ambas sociedades. Tlili (2000: 42) destaca el peso de los nacionalismos en la reconstrucción del Magreb tras la descolonización, como un caldo de cultivo para el conflicto y el enfrentamiento, al que añadir el enorme peso de la distancia económica y los factores geopolíticos de las dos orillas del Mediterráneo. Maalouf (2000: 36 y 41) analiza las complejidades desde la dificultad que impone el concepto de democracia, que no garantiza una coexistencia cultural pacífica, y propone como alternativa la universalidad de los valores y la diversidad de las expresiones culturales.

El enfoque intercultural permite avanzar hacia una única cultura cívica como propone Tibi (2003: 75), no sólo desde la crítica a las intenciones etnocéntricas actuales sino también desde la referencia histórica: “España islámica fue una sociedad caracterizada por el pluralismo cultural, pero nunca una sociedad multicultural en el sentido del pensamiento relativista que prospera ahora en Europa”. Pero en el contexto actual, las dificultades se centran en la ‘difícil ecuación entre la igualdad y la diversidad’ (Martín, 2003: 135), sobre todo por los intereses que oculta y que Tibi (2003: 71) define como las tendencias europeas hacia el exclusivismo y la autonegación, por lo cual Lubeck (2003: 114) destaca el valor de la cultura transnacional del mundo árabe: “Europa sólo representa, desde la perspectiva cosmopolita musulmana, una nueva frontera para la extensión de las redes islámicas y las comunidades de la diáspora”. Sólo una mirada amplia y superadora puede reorientar la situación: “El conflicto y la diversidad no tienen por qué representar un impedimento para la idea de una cultura europea común” (Kumar, 2003: 86).

Appadurai (2008) en esta línea reclama el diálogo y el debate en el Mediterráneo entre sociedades, naciones e instituciones para afrontar la cuestión, a pesar de las dificultades para encontrar voces representativas de las pluralidades que se registran en este marco. El riesgo de este diálogo sería, en su planteamiento, que se puede basar en fundamentos doctrinales, en adscripciones muy locales, en la desmesura con que se reviven y configuran mutuamente las identidades bajo la influencia de las migraciones y de la comunicación transnacional. El diálogo que conecta lo local y lo global se centra, como mantiene Appadurai (2008: 269-270), en la democracia, la desigualdad, el medio ambiente, las migraciones o el bienestar social. No hay que olvidar que la ampliación de horizontes de la modernidad desdibuja y recompone continuamente la pertenencia identitaria y los nacionalismos, y son la movilidad y la comunicación las que permiten el cambio hacia una geografía de procesos en la que lo étnico no es un valor sustancial;

la imaginación ayuda a los individuos a combinar identidades múltiples y convivencias como una nueva forma de estar en el mundo. También se podría añadir, como un elemento del diálogo hacia la interculturalidad, las emociones que nos hacen idénticos, tal y como analizan Medina y Rodrigo (2005), como una apuesta por la empatía, la conciencia intercultural y la capacidad de generar confianza.

Esa nueva forma de estar en el mundo se dibuja a diario a través de los flujos transnacionales que se acompañan de nuevas formas de comunicación dialógica –a veces incluso intercultural, o mejor, transcultural–, que perfilan el entendimiento como un proceso de negociación de doble dirección entre lo global y lo local, gracias al cual a menudo se superan tendencias etnoculturales como la asimilación o la aculturación en la integración nacional de los migrantes; el nuevo espacio es transnacional y supera la constricción que ejercen los estados-nación. Kumar (2003: 91) mantiene que las ‘culturas de la diáspora’ generan creativas invenciones en forma de sincretismos y criollismos, de la misma forma que las expresiones de lo cotidiano en el vestido, la culinaria o la lingüística son para Grimson (2008: 52) una muestra del desdibujamiento de identificaciones culturales y políticas.

3.3.7.- Valores culturales en el Mediterráneo.

El sistema de valores socioculturales, religiosos y morales es un elemento clave para la convivencia en el contexto de diversidad cultural de la globalidad, en el que la multiplicidad, variedad y ocasiones de contacto se multiplican. La diversidad cultural alcanza también una importancia creciente en el seno de las sociedades en las que conviven diferentes códigos, estilos de vida y valores en la medida en que son elementos que en su integración y respeto producen múltiples beneficios sociales como muestra el informe de la UNESCO (2009) pero también hacia el desarrollo, la creación de riqueza, los derechos humanos y la calidad de vida.

Frente a visiones trasnochadas, el reto se plantea en la comprensión múltiple, diversa y en transformación del conjunto de los sistemas culturales, y por tanto muy distante de ideas sobre la cultura como un modelo único, una representación o una construcción inmutable. De hecho, el informe defiende que lo más distintivo de cada cultura no está en sus propios valores sino en la manera en que cambian sus estructuras y se transforman. Así hay que interpretar parte de los procesos que se registran en la globalidad por el impacto de los nuevos fenómenos de la *ubicuidad* y la *asincronía*, a pesar de la preocupación por la homogeneización cultural, de estilos de vida y de valores. Porque, como hemos mostrado a lo largo de las páginas precedentes, a la vez también se producen formas novedosas de diversidad, en la creatividad, la resistencia y la imaginación.

El desafío cultural que cada sociedad multicultural encara consiste en conciliar el reconocimiento y la protección de las particularidades culturales, y el respeto por las mismas, con la afirmación y la promoción de unos valores universalmente compartidos que emergen de la interacción de estas especificidades culturales. (UNESCO, 2009: 47).

Desde el año 1981 se realiza una encuesta de valores –primero para Europa y otros países del Norte, y después de ha ampliado su ámbito al mundial–, que recibe el nombre de *World Values Survey*¹¹⁹. Se trata de un proyecto académico internacional con el que se quiere evaluar el desarrollo sociocultural y los valores religiosos, políticos y morales de las distintas culturas del mundo a partir de un cuestionario en el que participan 250 variables. Expresadas en un cuadro, dos dimensiones básicas –elaboradas

¹¹⁹ Los datos se pueden consultar en la web www.worldvaluessurvey.org

a partir del análisis factorial de diez indicadores que explican el 70 % de las variaciones entre países– dominan las tendencias principales entre tradicional/secular-racional, de una parte, y de la otra, en la oscilación supervivencia/autoexpresión de valores. En el primer caso, refleja una importancia en las sociedades tradicionales de la religión que se mide a través de indicadores relacionados con la familia, la autoridad, el rechazo al aborto, el divorcio, la eutanasia o el suicidio. Marruecos ocupa una de las posiciones más destacadas en esta clasificación. El perfil se refuerza con un nivel alto de orgullo nacional y planteamientos nacionalistas. En el otro extremo, se sitúan las que tienen valores opuestos. La otra dimensión caracteriza los valores de seguridad económica y física, ligados a la supervivencia –de nuevo con posición destacada de Marruecos–, frente a los que tienen relación con la subjetividad en el bienestar, la calidad de vida o la libertad de expresión. En general, en este último caso se encuentran las sociedades industriales y, especialmente, las del conocimiento que se expresan en relación a indicadores sobre el medio ambiente, la diversidad, la participación ciudadana, que se muestra también en la educación ligada a la tolerancia y la imaginación.

Resulta significativo que en la correlación de las dos dimensiones Marruecos ocupa la posición extrema en un vértice del cuadro frente a la diagonal que lleva al extremo opuesto donde se encuentra Suecia. Los países del Mediterráneo Norte están en valores centrales orientados hacia la parte superior del mapa, mientras que los países árabes se concentran en la otra tendencia pero en un lugar más central que Marruecos.

Los datos de la Encuesta Mundial de Valores permiten una revisión de muchos de los temas que hemos planteado en esta investigación como, por ejemplo, la identidad que –a la vista de la información que facilita– se presenta múltiple y compleja. La pertenencia a un grupo geográfico se resuelve de una forma clara y mayoritaria como una identidad múltiple (entre valores que oscilan entre lo local, regional, nacional o mundial): “No obstante, la tensión entre distintas identidades puede convertirse en el impulso de la renovación de la unidad nacional basada en una comprensión de la cohesión social en la que se integra la diversidad de sus componentes culturales” (UNESCO, 2009: 47). La comparación de estos datos en algunos países del Mediterráneo lleva a reflexiones. En el caso de Marruecos, se muestra muy significativa la baja pertenencia mundial (4), una dimensión local débil (18, vinculada a la ciudad), frente a una alta pertenencia nacional (62, relacionada con el país). Los dos valores más bajos son llamativos dentro del área de países árabes, aunque no hay datos de Túnez

respeto. Los más altos en la propuesta sobre que los inmigrantes deberían mantener costumbres y tradiciones diferentes son los de Italia (60), seguida de España (52) y con un valor mucho más bajo, Italia (27). La encuesta no ofrece este valor referido a Marruecos a pesar de que es ya un país receptor de migraciones. La cuestión guarda relación con una de las cualidades que indican respecto a la educación de los niños y expresada en términos de 'tolerancia'. En este asunto, el dato más bajo corresponde a Marruecos, en que lo menciona un 65 %, frente un 75 para Italia, un 77 de España, y un 85 en Francia. El otro dato representativo y conectado con esta investigación es la referencia a la imaginación como una de la cualidades importantes de los niños; los datos más contrastados son el español (25 % de menciones, le siguen Francia con 18 e Italia con 12) y el marroquí (9 %),

No se registran diferencias significativas en otros aspectos de la encuesta como la libertad de elección y de control (expresada en una puntuación media sobre 10) entendida en la forma en que la gente valora su situación respecto a la plena libertad de elección y control sobre sus vidas, con el dato más alto, frente a los que entienden que lo que hacen no influye realmente en lo que les sucede, que sería el más bajo: el indicador marroquí (6,3) es idéntico al italiano, y similar al francés (6,4) y al español (6,7). Respecto a la confianza en la mayoría de las personas, los datos no arrojan diferencia Norte-Sur: el 24 % marroquí es superior al francés (22) e inferior al 33 italiano y el 34 español.

La última de las cuestiones seleccionadas evalúa la credibilidad de los medios de comunicación en la que lo más significativo es que la confianza marroquí en la televisión es más baja que la española, aunque no hay datos de Francia e Italia. Respecto a la confianza en la prensa escrita, Marruecos arroja valores medios: 37 %, mientras en España sube a 41 %, el 36 de Francia y 35 de Italia, que es el menor.

Cuadro 3.16. Aspectos más destacados de la Encuesta Mundial de Valores

	<i>Marr.</i>	<i>Tún.</i>	<i>España</i>	<i>Francia</i>	<i>Italia</i>	<i>EEUU</i>	
<i>Año de la encuesta</i>	2001	..	2000	1999	1999	1999	
<i>Orgullo respecto de la nacionalidad (muy orgulloso + bastante orgulloso) %</i>	97	..	92	89	88	96	
<i>Grupos geográficos a los que se pertenece primero</i>	<i>Ciudad</i>	18	..	41	44	53	32
	<i>País</i>	62	..	29	28	23	35
	<i>El mundo</i>	4	..	7	11	9	20
<i>Cualidades importantes de los niños.</i>	<i>Tolerancia y respeto a otras personas (% que lo menciona)</i>	65	..	77	85	75	80
	<i>Imaginación (% que lo menciona)</i>	9	...	25	18	12	30
<i>Educación, música o actividades culturales.</i>	<i>Pertenecientes a (%)</i>	3	...	6	8	10	37
	<i>Trabajan sin remuneración para (%)</i>	3	5	6	20
<i>Se puede confiar en la mayoría de las personas (%)</i>	24	...	34	22	33	36	
<i>Confianza en (muchísima + mucha)</i>	<i>La prensa (%)</i>	37	...	41	36	35	27
	<i>La televisión (%)</i>	30	...	39	25
	<i>Las Naciones Unidas (%)</i>	13	...	55	54	68	57
<i>Los inmigrantes deberían mantener costumbres y tradiciones diferentes (%)</i>	52	27	60	...	
<i>Respeto de los derechos humanos en el país (no mucho respeto + ningún respeto) %</i>	58	...	37	40	38	26	
<i>Libertad de elección y de control (Puntuación media sobre 10)</i>	6,3	...	6,7	6,4	6,3	8	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de UNESCO (2009: 322-323).

4.- DE LAS COORDENADAS Y DEL MÉTODO

4.1.- Encuadre metodológico e investigador

La metodología de esta investigación se ha diseñado de acuerdo con los criterios establecidos en el marco conceptual que se desarrolla en el capítulo *Los supuestos de la investigación*. Con esa orientación, se ha procedido a elaborar el plan de trabajo¹²⁰, la búsqueda de la producción científica y bibliográfica, la definición de los objetos críticos y la recopilación de información, con la atención centrada en la simbiosis comunicación-movilidad desde el punto de vista del sujeto y lo social. Como objeto de estudio, esta investigación aborda el imaginario sobre el proyecto migratorio en la población marroquí en relación a las imágenes transmitidas por la televisión transnacional sobre las sociedades occidentales, respecto a la calidad de vida, el consumo, el desarrollo, y las libertades individuales. En qué medida se reciben los contenidos mediáticos como un elemento de atracción hacia la migración transnacional, si se registran falsas expectativas, así como el valor de las emociones, la subjetividad y la imaginación en la recepción de estos contenidos. El análisis, en su contexto, se centra en los discursos e interacciones comunicativas vigentes en sus prácticas sociales.

La recepción de los mensajes hegemónicos de la televisión transnacional tiene efectos contradictorios y complejos; de una parte, el deseo de homologarse a los modelos míticos representados en los *mass media* en la tendencia hacia la homogenización, mientras que, por el contrario, se constatan procesos de resistencia cultural e identitaria, de adscripción a las pautas locales, como respuesta a la globalización. La producción televisiva, financiada a través de la publicidad y de las

¹²⁰ Los detalles sobre la organización del trabajo para el desarrollo de la tesis, se encuentra en el Anexo 1.

audiencias, fomenta valores del sistema neoliberal y de sus intereses geopolíticos, estratégicos y comerciales. Los impactos de esta construcción mediática en lo local y regional, en la recepción de los mensajes y en los individuos, deben abrir campos para la investigación del estímulo a las migraciones de la llamada hacia el mundo global modélico de los 'paisajes mediáticos'.

Se trata de analizar la recepción de la experiencia fenomenológica, en la que el contexto forma parte de la interpretación. Para ello es fundamental considerar la audiencia como constructora de sentido o como parte de las 'comunidades interpretativas', según Jensen, pero también supone que los miembros de una comunidad no son iguales ni tienen idéntico nivel de experiencia. La complejidad de la cuestión así como la multiplicidad de interacciones que se registran en torno al fenómeno, en las sociedades de origen y destino, en reconfiguraciones identitarias, en factores de impulso y atracción, han potenciado los enfoques multidisciplinares en la investigación sobre la comunicación que entendemos debe ser también el modelo metodológico de aplicación a las migraciones.

Desde el paradigma de la complejidad y en la búsqueda de la innovación investigadora hemos tratado de operar en la dirección que marca Morin en *El método* (1988), a saber: de forma dinámica y hacia la resolución de problemas, es decir, orientada hacia la producción de significaciones de la simbiosis comunicación y migración. Por ello, tanto el marco conceptual y epistemológico de la investigación viene definido por su carácter sistémico, que se adapta al objeto de estudio de difícil construcción y en permanente cambio. La razón compleja permite comprender matices de las dualidades entre objeto y sujeto, entre orden y desorden, pero también incorporar el azar y lo aleatorio, lo individual o lo singular, de enorme interés para que afloren significados enriquecedores.

Por tanto, para el diseño metodológico hemos operado desde el desorden a través del orden (Morin, 2004: 93-94), hacia la interacción y con el objetivo de la organización de los resultados. Este camino lleva a eliminar lo incierto, distinguir y jerarquizar pero partiendo también de la inclusión de lo casual y de lo ambiguo. A priori hemos incluido todo tipo de aportaciones teóricas como el respeto a la pluralidad de voces necesaria para la definición conceptual para, después, someter las interacciones productivas que terminarían cristalizando en una sistematización, a través de una comprensión

interconectada de las posiciones y los conceptos transcendentales. La estrategia dialógica que hemos aplicado arranca de un planteamiento abierto y dinámico, en el que se definen sus transformaciones mutuas.

Con este procedimiento, aplicado a los conceptos esenciales de la investigación, buscamos una mayor riqueza en su presentación al incorporar matices de interés y la realimentación respecto a las diferentes variables, analizadas respecto a las interacciones en las que se registra la producción del imaginario sobre las migraciones. Este procedimiento recursivo trata de dotar mayor sentido, a la vez que facilitar la comprensión dinámica de las transformaciones que, en sentido general, podrían apoyarse en la hipótesis de que hay una relación directa entre las mediaciones y las interacciones comunicativas, de doble dirección. Así, tratamos de mostrar los efectos y las causas de esos discursos, vinculados en un proceso de *feedback* coherente también con su práctica. Finalmente, en la integración de lo particular a lo general, y viceversa, de manera inclusiva, en atención al principio hologramático –tercer principio del pensamiento de la complejidad–. Este diagrama se adapta a la necesidad de sistematizar tanto lo particular como lo general de la producción discursiva en sus diferentes niveles de forma que, parafraseando a Morin, la producción del conocimiento proceda del propio conocimiento.

En este proceso tratamos de encuadrar las teorías relacionadas con el objeto de estudio en función de su productividad y su capacidad explicativa:

1.- Estudios Culturales: Esta corriente indagatoria proporciona instrumentos y valor para el contexto como marco indisociable de los procesos comunicativos pero también un modelo para atender a la naturalización de lo social a través de las representaciones que producen sentido y permiten su intercambio entre los miembros de una cultura determinada (Hall, 1997: 13).

2.- La Teoría Crítica, por su visión de los productos culturales como instrumentos de reproducción, muestra la relación de fuerza del aparato económico-social; de esta forma, designa un pseudoindividualismo aparente (Wolf, 2000: 103-105). El estudio de la audiencia debe incluir por tanto la relación y los condicionantes estructurales de la sociedad en su conjunto. En ese sentido, cabe integrar este campo con el enfoque crítico de la teoría de la economía política y de las industrias culturales –con una descripción

de las políticas comunicativas marroquíes y del acceso de las audiencias a los productos de la televisión transnacional– como parte del contexto de la recepción pero también de la producción de discursos, especialmente si lo orientamos dentro de la *ubicuidad* y la *asincronía*, en la misma tendencia en que se entiende la productividad comunicativa como ‘emirec’. Esta vía aporta una visión de conjunto de los procesos comunicativos en sus diferentes direcciones y sentidos, en su estructura rizomática y compleja, entre los que se enlazan los campos de la mediación, la interacción y la experiencia.

3.- Teoría poscolonial: Los pobladores de las antiguas colonias elaboran un discurso o, mejor, un contradiscurso con el que expresan sus divergencias respecto al dominante de Occidente. Desde la ‘colonialidad’ (Mignolo, 2003), se describe la *periferia*, el *tercermundismo*, pero también la centralidad marcada por la *civilización*, la *metrópoli*, frente a lo *salvaje* y *primitivo*.

4.- La comunicación intercultural, que integra los estudios sobre la comunicación a diferentes niveles aplicados a los contextos interculturales, con especial atención a sus variables y elementos como son los materiales simbólicos relacionados con la producción del conocimiento y la subjetividad. Estos enfoques se centran en la relación de encuentro entre la cultura propia y ajena, en su historicidad y evolución. Los trabajos de enfoque culturalista de García Canclini enmarcan la hibridación de los paisajes mediáticos para la comunicación intercultural mediada. La perspectiva culturológica propone el análisis desde los modelos culturales, para alcanzar la mediación y los contextos (Sierra, 2003c: 256)

5.- Estudios de recepción como campo de investigación sobre la audiencia y su proceso de construcción de significados tras la exposición a los medios. Su interés especial hace referencia al concepto de audiencia activa y a su creatividad que, gracias a las aportaciones de los Estudios Críticos, integra la resistencia y las lecturas alternativas a las impuestas por los propios medios. La evolución en los estudios de recepción está marcada por el paso de *Los medios a las mediaciones* (2003) de Martín-Barbero.

6.- Análisis complejo del discurso: Un modelo que traslado a la recepción y a la construcción social de los discursos con atención a las conexiones que se registran entre los actores, en la fabricación de consensos y el respeto a la lógica de poder, en las situaciones en que se producen, así como en el lugar simbólico que se representa

(Mayorga, del Valle, y Nitrihual, 2008). Este modelo de análisis para su aplicación a los discursos construidos socialmente sobre las migraciones y la comunicación trata de abarcar el proceso de producción, circulación y consumo de significados en la audiencia. En este sentido, tomamos como referencia la teoría de las representaciones sociales en la producción social del conocimiento (Moscovici, 1979) y el sistema de información relacionado con las migraciones, ya que se trata de una forma social de construir la realidad que organiza, establece un código y permite la comunicación sobre esta temática.

Este planteamiento plural y transversal busca enlazar la comunicación y las migraciones hacia el desarrollo humano, orienta la investigación hacia el eje sujeto-realidad-conocimiento –hacia la intersubjetividad– en la confluencia de las distintas disciplinas y el cruce de culturas que se superponen en la experiencia migratoria y se canalizan en la comunicación. En la globalización todo está en movimiento: la dinámica marca la esencia y la existencia. Las identidades, tanto las ajenas como la propia, están en permanente evolución.

4.2.- Valor metodológico de las técnicas empleadas

Esta investigación parte de la premisa, coherente con su marco teórico, de la flexibilidad de planteamientos metodológicos de cara a obtener una mayor cantidad y calidad de información, dado el contexto en que se ha desarrollado el trabajo de campo y la recogida de la información cualitativa. Pero esto no debe interpretarse como una debilidad en el proceso ni de las garantías de rigor necesarias para abordar el objeto de estudio ya que las dificultades y problematización inherentes al impacto de la diferencia cultural presente en todo el proceso de recopilación de la información se han afrontado de una manera plural y abierta con el fin de responder a la principal dificultad de la investigación, tal y como la define Galindo (1998: 11): “El reto básico de la investigación es la creatividad. La capacidad de configurar posibilidades a partir de posibilidades”.

Con el diseño de la investigación, en su vertiente cualitativa –que es la que centra la mayor parte de la producción–, se ha querido atender al criterio que marca Javier Callejo (2002: 409) sobre este tipo de aproximación al objeto de estudio, a través del ‘triángulo cualitativo’, es decir, el cruce de las tres principales técnicas que contempla esa metodología: la observación participante, la entrevista en profundidad y el grupo de discusión. Tanto en este aspecto concreto, como en los que iré detallando a continuación, se puede decir que el diseño metodológico de esta tesis surge de una hibridación que añade coherencia al contexto y amplía la capacidad productiva y significativa de los resultados. Mendes (2009: 149) encuentra una correlación entre la hibridación del contexto, de los medios, los contenidos, de culturas, en las transformaciones sociales, y la adecuación hacia un marco analítico. García Canclini (2001) a este respecto ha defendido la necesidad de articular metodologías y conceptos en correlación a la complejidad y mestizaje creciente de los objetos de estudio de la comunicación. Así, entendemos que la heterogeneidad metodológica aporta capacidad descriptiva y semántica a los hallazgos de la investigación.

Para atender a los usos activos de la audiencia en su relación con los medios, la investigación se ha centrado en el análisis cualitativo, con el apoyo de una pequeña encuesta mixta. El análisis del discurso sobre los contenidos mediáticos –en su relación con las migraciones– tiene una doble vertiente, tanto en el sentido creativo como en la

resistencia o la oposición a las lecturas propuestas por los propios o documentos mediáticos.

Dado el proceso social de las mediaciones, hemos buscado el contexto de consumo televisivo en las ocasiones en que ha sido posible y, por ello, se recogen entrevistas realizadas a varios miembros de un mismo grupo doméstico, en cinco ocasiones, como ejemplo de las diferentes prácticas de consumo en el seno de una misma familia, a la vez que se procura observar la polisemia interpretativa que se registra. Se trata por tanto de un análisis microsociológico que habría que aproximar al macrosociológico; el proceso, de la mano de Lull (1992), se realiza precisamente a través de la comunicación como una forma de construcción de relaciones sociales a través del tiempo y del espacio propuesta por Giddens: La conversación es una dinámica social de especial interés porque cada uno de los sujetos es activo; este proceso organiza lo cotidiano por encima de diseños preformativos.

La creatividad de la audiencia plantea un reto a esta cuestión puesto que no admite la premisa de la reproducción pasiva, sino –en el sentido de la contradicción social y del conflicto que mantiene Giddens– de interacción y negociación, que entendemos como ‘autopoiética’, en la relación con los medios de comunicación. La creatividad y autonomía de la audiencia le concede una vida propia que ayuda a Orozco (1991) a explicarla como ‘sujeto’ que protagoniza las mediaciones e interacciones –en una situación condicionada– tanto individual como colectivamente.

La cuestión viene centrando el análisis revisionista de los últimos años; Curran (1998: 402) mantiene que esos argumentos exageran ‘la impermeabilidad de las audiencias a la influencia de los medios’, cuando están vinculadas a los sistemas de poder que se mantienen activos en dos frentes: “Los procesos de codificación en las empresas de comunicación y de decodificación por parte de las audiencias”. Morley (1998: 422-429) recuerda que el mensaje “lleva en sí mecanismos significadores que estimulan ciertos significados, o incluso un significado privilegiado” y recuerda que Larry Grossberg otorga tal protagonismo a las mediaciones y las interacciones que incluso es casi imposible saber qué texto es finalmente consumido.

Por ello, es coherente aproximarse a la metodología con una pluralidad complementaria dentro de la investigación empírica encauzada y analizada desde una

visión crítica (Lull, 1992). El trabajo de campo de esta tesis recoge instrumentos como el grupo de discusión, la entrevista en profundidad, la observación participante y la encuesta:

1.- El grupo de discusión es una simulación social en cuanto se desarrolla en un espacio y tiempo determinados por la investigación, su selección también depende de un diseño impuesto (Ibáñez, 1979) y su discurso es provocado a partir del cuestionamiento de un tema que se debate en este contexto preconcebido. Callejo (2001b: 39-40) apoya las propuestas de Ibáñez respecto a la grupalidad del discurso y a la discursividad del grupo –como contextos de producción en la investigación cualitativa– pero matiza su perspectiva ya que se imbrica en el análisis de la publicidad y el consumo y es necesaria una apertura a otras investigaciones. Callejo (2001b: 56 y 65-76) define este tipo de grupos como reagrupación por cuanto responde a una situación de encuentro público, responde a unos estímulos y en su discusión desarrolla un escenario de lucha de intereses e identidades, desde la perspectiva de los actores: “en el discurso producido por el grupo hay diálogo y hay texto. El paradigma dialógico acentúa la intersubjetividad y los elementos circunstanciales del discurso”. Será la forma de aproximación a las relaciones sociales desde su sentimiento y su punto de vista, en su visión de la realidad social, que establece vínculos con el discurso: “El análisis de la vinculación social abre una nueva perspectiva al grupo, pues su objetivo práctico está algo más allá de la mera circulación de los discursos” (Callejo, 2001b: 38-39).

2.- La entrevista cualitativa es el mejor método para la aproximación al sujeto y a la intimidad de la conducta social, que aquí se emplea como una técnica cualitativa para obtener información relevante respecto a valores sociales e individuales (Sierra, 1998). La entrevista proporcionará información personal y social de los entrevistados, gracias a la empatía, el reconocimiento de la subjetividad y calidad humana, orientada hacia la investigación con más precisión que una conversación.

4.3.- Técnicas y criterios del trabajo de campo

La recogida de información del trabajo de campo ha tenido lugar a lo largo de más un año, con distintos modos de aproximación al objeto de estudio:

1.- Investigación previa: Durante el diseño metodológico de esta tesis, se incorporó una fase de investigación previa con el fin de someter a prueba los cuestionarios y la práctica de la entrevista con intérprete. Esta fase, permitió la realización de entrevistas en profundidad –un total de 25–, con criterios flexibles. Dado que los resultados de la misma son elocuentes y producen un nivel de saturación óptimo, hemos decidido incorporarlos como parte de la investigación general para obtener una mayor pluralidad y diversidad en los matices de las cuestiones centrales de la indagación.

2.- Observación participante: Aunque el diseño, en principio, no se contemplaba la observación participante consideramos la convivencia en diferentes núcleos familiares de distintas ciudades como informaciones en el análisis. Así, valoramos la indagación etnográfica por su poder explicativo de la diferencia cultural, para aproximarnos a las dificultades de la recogida de información.

3.- Encuestas: Dado que el campo de estudio de la recepción de la televisión transnacional es extenso y muy complejo, se optó asimismo por la realización de una serie de encuestas entre los alumnos de la Universidad Abdemalek Esaâdi de Tánger, un total de 145. El idioma elegido para esta encuesta fue el francés, ya que es la lengua más comúnmente utilizada en la enseñanza universitaria en Marruecos. El cuestionario para la encuesta cuantitativa mixta, con preguntas abiertas y cerradas¹²¹, se desarrolló a partir del mismo guión que ha orientado los grupos de discusión.

4.- Entrevistas en profundidad a periodistas marroquíes. Como complemento a toda la información anterior, opté por realizar entrevistas a tres periodistas del Norte para conocer si existía diferencia en la percepción entre profesionales de la información y la audiencia general televisiva, sobre el objeto de investigación. Aunque cabía la posibilidad de enfocar la conversación hacia su posición sobre la producción

¹²¹ El cuestionario se puede consultar en el Anexo 2.

informativa, opté por este otro criterio ya que la atención se centra en las televisiones internacionales y vía satélite, y el objetivo no es el de cerrar el proceso completo de mediaciones. Los sujetos entrevistados son un periodista deportivo de *Tangersport.com*, otro que trabaja para la administración marroquí en el servicio de prensa del Departamento de Salud de Tánger y, finalmente, un redactor del único periódico profesional de la ciudad de Tetuán, el *Tamuda*.

5.- Entrevistas del trabajo de campo: Durante esta fase de la investigación, se optó por realizar entrevistas complementarias a las que se habían registrado durante la investigación previa. Las entrevistas semiestructuradas –un total de 10– se centraron en la zona de Beni Mellal y en las aldeas rurales próximas, tanto en el ambiente familiar como educativo, y su resultado guarda relación con el contexto –acompañadas de intérprete, en esta ocasión del árabe ya que fue el único idioma empleado, con la excepción de la entrevista a un profesor de español–. Los criterios de aplicación del cuestionario son también flexibles, en cuanto a orden y la formulación de las preguntas, aunque responden a la misma guía de tópicos. La adaptación al formato de entrevista se realizó de forma flexible y con atención al sujeto, por lo que en ocasiones se planteaba la guía desde la atención a las migraciones mientras en otras centradas en la televisión y su consumo. A menudo, se han formulado las preguntas con otra orientación para comprobar la veracidad de las respuestas. En el caso de los grupos de discusión, se dejó la cuestión en manos de su conductor.

6.- Grupos de discusión: A pesar de la complejidad inherente al objeto de estudio, en los grupos de discusión programados se ha reducido en número de participantes y de reuniones en función de las dificultades que esta técnica de investigación presenta en Marruecos, donde la reunión de más de cuatro personas despierta sospechas y recelos no sólo sociales, sino relacionados con la seguridad. De hecho, durante la organización del grupo de discusión de Beni Mellal, el conductor de este grupo fue sometido a un interrogatorio policial ante las infundadas sospechas de que se trataba de un caso de proselitismo relacionado con el terrorismo. Esta es la razón de que se hayan organizado cinco grupos de discusión de sólo cinco miembros. La homogeneidad en el consumo determina esta composición y, por ello, está muy marcada por criterios de género, ya que las prácticas son diferentes y hasta opuestas. La heterogeneidad se contempla, siguiendo las recomendaciones de Callejo (2001b) al respecto, en función de las edades, la situación familiar, el contacto con el extranjero así

como con turistas, emigrantes retornados, o con el mundo del viaje.

La orientación general de los grupos de discusión fue que el moderador centrara el debate que debía fluir sobre los temas definidos en la guía de tópicos y que su papel debía limitarse a reorientar la conversación en caso de que se desviara. La duración de la discusión de estos grupos osciló entre los 90 y los 120 minutos y fueron recogidas en una grabación digital para su posterior análisis. Para el registro de las conversaciones de los grupos de discusión se ha realizado una grabación digital, que ha servido para las transcripciones y para la comprobación de los datos recogidos. La transcripción y el registro, así como el desarrollo de las sesiones y la selección de los participantes se han realizado de acuerdo a las recomendaciones de Callejo (2001b) sobre la celebración de los grupos de discusión. En general, el desarrollo de los grupos fue fluido ya que se evitó revitalizar el recuerdo con imágenes o noticias sobre los mensajes relacionados con el objeto de estudio. No se ha considerado un criterio excluyente el género, aunque las pautas diferenciadas de consumo televisivo y de interacciones y relaciones sociales aconsejaron la convocatoria de un grupo de discusión formado íntegramente por mujeres y que se celebró en Tetuán.

4.3.1.- Guía de tópicos como orientación de la investigación

La guía de tópicos o de objetos críticos¹²² para la investigación general y que se aplicó con posterioridad a las entrevistas, grupos de discusión y encuestas, se elaboró en función de los objetivos de la investigación pero no como un guión cerrado, aunque se sugieren preguntas y cuestiones concretas.

La guía se organiza en seis bloques diferenciados en los que se trata de establecer:

1.- La relación de la población local con la televisión y las prácticas de consumo, así como la estimación sobre la credibilidad del medio. Se establece la diferencia básica entre la televisión nacional marroquí, la televisión occidental y, por último, la televisión árabe o en lengua árabe, que se mantiene para todo el cuestionario. En este último caso, a pesar de que existen diferencias sustantivas en cuanto a producción e intereses ideológicos –tal y como se planteó en el capítulo 3.2 *El contexto de los medios*– se agrupan para ganar claridad respecto a la recepción transnacional de origen occidental.

2.- El contexto de la emigración en Marruecos para acercarnos a los discursos sociales sobre las migraciones –su causa y su origen– y a la percepción local del fenómeno a través de las transformaciones registradas en aspectos relacionados con la ciudadanía, el consumo, la identidad o el imaginario. Se trata de establecer una aproximación a la percepción sobre la migración y los destinos en la construcción mediática y social.

3.- Las noticias y las experiencias sobre las migraciones: este apartado completa las cuestiones anteriores y está orientado a la comparación de los discursos locales sobre la migración en relación a los mensajes mediáticos, según su procedencia. Se presta especial atención a las narraciones de los migrantes.

4.- La construcción del sistema de información sobre la migración se plantea para discernir la información sobre la realidad de otros países en función de los mensajes televisivos, de otros medios o de noticias directas de migrantes y turistas.

¹²² Se puede consultar en el Anexo 3.

También se indaga en la opinión sobre la migración y las motivaciones, así como sobre la construcción del migrante como una figura mítica en su ascenso social. Por último, se pretende evaluar la relación entre el contenido de los discursos televisivos, las oportunidades y el deseo de migrar.

5.- Diferencias en la percepción Norte-Sur: Se trata de establecer las oportunidades y expectativas de vida, en términos de calidad, que se deducen de las imágenes mediáticas sobre los países del Norte y los del Sur, así como si esos contenidos guardan relación con los planes migratorios. Se indaga también sobre los valores sociales de los países del Norte, percibidos desde la diferencia cultural.

6.- La construcción de las identidades bajo presión externa, plantea cuestiones relacionadas con la transformación identitaria de los marroquíes en relación a la recepción televisiva y al contacto con migrantes. El retrato de las cadenas de televisión sobre África, el mundo árabe, y Marruecos, así como la relación de los contenidos televisivos con la tradición y el impacto de la influencia árabe.

Así, pretendemos abarcar claves significativas necesarias en un estudio de recepción, en el que se trata de alcanzar el poder e influencia de los medios que, cada vez más, se entienden en función de

la estructura misma de la educación sentimental de los públicos, y sus prácticas culturales, históricamente construidas y determinadas, en la medida en que los medios y las mediaciones conforman una ecología en los modos de revelación y sociabilidad, estructurada por procesos dinámicos, y transversales, de transformación socio cultural, en un sentido amplio (Sierra, 2005a: 220).

4.3.2.- La diferencia cultural como riqueza y dificultad de la investigación

Dadas las diferencias culturales y lingüísticas previstas durante el proceso de recogida de la información, en las distintas fases se contó con el apoyo de una persona como mediador, con dominio y conocimiento de las culturas de referencia, así como con intérprete para las entrevistas en árabe –también traducidas al español con posterioridad–, aunque también se han registrado entrevistas en francés y español. A pesar de ello, la diferencia cultural representa y ha representado una dificultad añadida a la investigación por cuanto la diferencia lingüística ha estado presente en el proceso, así como los signos visibles de la procedencia de esta entrevistadora. En el caso concreto de los grupos de discusión, la diferencia cultural hizo aconsejable la búsqueda de un conductor y moderador de procedencia autóctona que, como hemos mencionado con anterioridad, se trata del periodista marroquí residente en España, Mohamed El Mouden, quien también ha supervisado las traducciones de los resultados de estos grupos.

Durante la ejecución de la investigación –especialmente en su primera etapa de entrevistas–, las oportunidades de contactos dilatados y distendidos con los entrevistados, incluso en su contexto familiar y plural, fueron mucho mayores y más enriquecedores. La aportación de esta información también se contemplará, con indicación expresa, en el análisis de los resultados de la investigación, gracias a su seguimiento a través del cuaderno del trabajo de campo.

La variedad y cantidad de localizaciones en las que se realizaron estas entrevistas muestran una pluralidad de escenarios en la recogida de datos, aunque se puede generalizar que la mayoría fueron entrevistas a domicilio sobre la práctica del consumo televisivo del núcleo familiar. Las familias en buena posición económica, sin embargo, nos recibieron en muchos casos en el salón de su casa –que no es el lugar donde ven la televisión–, mientras que en casas más humildes la estancia es única y el único mueble es precisamente la televisión. En cuanto a las entrevistas individuales, se realizaron en diferentes ambientes aunque la mayoría se registraron en cafeterías. Todas las entrevistas se grabaron en vídeo para su posterior análisis. La duración de estas entrevistas fue muy variable ya que estuvo condicionada por las diferencias lingüísticas –se realizaron en árabe, francés y español– y culturales.

Un aspecto de especial dificultad durante la realización de las entrevistas fue el acceso al discurso de las mujeres sobre todo en el mundo rural. Su posición subordinada a la autoridad del padre o del marido limitó el número de entrevistas y las condicionó cuando ellos estaban presentes. La costumbre social hace que sólo reciban las visitas los hombres en el salón de la casa, en el que nunca se sientan a comer las mujeres –excepto aquellas que han migrado como ocurrió en El Hayeb. Incluso en un caso, después de realizar la entrevista al marido y pedir su autorización –según la costumbre social– para preguntar a su mujer, él condicionó su permiso a que no habláramos del maltrato a las mujeres. La cuestión resultó suficientemente elocuente.

4.3.3.- Estrategias de reclutamiento y selección de los informantes

El apoyo en contactos y redes sociales ha permitido el reclutamiento y la selección de los informantes de esta investigación a partir de estrategias bien diferenciadas. De una parte, a través de una informante de nacionalidad y origen español pero afincada en Marruecos desde hace unos cincuenta años (Mecknes-CM, f66), cuyos contactos proceden de su actividad laboral como administradora de una finca agraria en Ain Chgag (Sefrou), donde se tomaron varias entrevistas, y que facilitó informantes en diferentes localizaciones y de distintos niveles culturales y sociales: Mecknes, Azrou y El Hayeb. Por otra parte, y dado que parte de la investigación de esta tesis se ha financiado gracias a un proyecto de Cooperación Interuniversitaria de la Agencia de Cooperación Internacional, el profesorado de la Universidad de Beni Mellal facilitó los contactos de las entrevistas que se realizaron en Timoulit, mientras que un intérprete hizo lo propio respecto a algunas de Beni Mellal y de Ouled Yaich.

La selección de los informantes se hizo según los criterios significativos de la ficha, de una forma aleatoria, pero complementaria en sus perfiles. Se primó la selección de núcleos familiares porque entendemos que resultan más significativos sobre el objeto de estudio. En los grupos de discusión, la selección se realizó mediante un diseño previo contemplando la complementariedad de las técnicas investigativas y el desarrollo de las entrevistas ya realizadas.

4.4.- El mapa del trabajo de campo: migraciones interiores y transnacionales

El trabajo de campo de esta investigación se ha desarrollado en diferentes ciudades y comarcas del país, según su tasa migratoria y otros aspectos de singular relieve sociodemográficos, con atención a las cifras aportadas por el *Atlas de la inmigración magrebí en España. Atlas 2004*, de López y Berriane, con el criterio de atender a la dualidad de la sociedad marroquí marcada por una viva presencia urbana, de tendencia creciente y progresión imparable y, a la vez, un mundo rural que sufre las grandes desigualdades en términos económicos y de bienestar de Marruecos.

Para el primer caso, se han seleccionado localizaciones geográficas que destacan por su mayor emigración interregional o internacional, así como las que han experimentado un mayor crecimiento del fenómeno en los últimos años: la península tingitana y el Rif, y la zona oriental. Como ciudades significativas: Tánger, que recibe los flujos migratorios interiores y que figura entre las que actúan de trampolín hacia Europa; una ciudad media, capital de comarca agrícola no especialmente marcada por los flujos, Mecknes; y otra ciudad media de actividad comercial y fronteriza como es Tetuán; así como una gran ciudad urbana, Rabat, por su carácter de capital y que junto a Casablanca forman el gran núcleo migratorio de la costa Atlántica.

De otra, como muestra de la importante actividad agrícola y del mundo rural marroquí con diferentes puntos de atención: en primer lugar, Beni Mellal, que presenta una tasa migratoria superior al 90 % –al igual que Tánger– y se considera un foco de la migración clandestina; la recogida de información se ha completado con entrevistas en pequeñas aldeas como Timoulilt y Ouled Yaich, en la misma comarca. También en pequeñas aldeas de la zona centro del país con composición similar en cuanto a actividad productiva como son El Hayeb, en Boukfrane, Azrou, y la aldea de Ain Chgag, en Sefrou. El aislamiento de las pequeñas localidades, la pobreza ligada a la economía agraria, la falta de servicios y los escasos recursos con que vive la población se han interpretado siempre como factores determinantes para la migración, aunque – como veremos– no son definitivos ni exclusivos.

Por tanto, las principales localizaciones geográficas de este estudio son las que se

detallan a continuación:

1.- Tánger: donde se celebró un grupo de discusión, entre estudiantes universitarios, en su gran mayoría con edades comprendidas entre los 18 y los 25 años, de diferentes clases sociales, así como 144 encuestas a estudiantes universitarios. Tánger es una gran ciudad de contacto transfronterizo con España, que los últimos años ha experimentado un vertiginoso crecimiento a causa de la migración interna e interregional. En la ciudad, hoy por hoy, se concentran grandes bolsas de migrantes en espera del salto a la otra orilla del Mediterráneo. Se estima su población en unos 700.000 habitantes (Censo 2006) y es el segundo centro industrial del país, después de Casablanca que es la capital económica. Su pasado permite describirla como una ciudad internacional, con la excepción de una breve ocupación española, tuvo un régimen especial de ciudad internacional, desde 1923 hasta la independencia de Marruecos en 1956. En la ciudad conviven desde hace siglos la población musulmana, judía (muchos de ellos, sefardíes) y cristiana, por lo que se la puede definir como un enclave multicultural.

2.- Tetuán, lugar para la discusión de un grupo integrado por hombres, de entre 40 y 50 años, de clases populares, artesanos, comerciantes o trabajadores de la construcción. Tetuán es una ciudad mediana en la que pervive la influencia española, ya que fue capital del protectorado español hasta 1956. En la actualidad es una ciudad fronteriza de mucha actividad en la economía informal, el comercio y la industria de transformación, de unos 300.000 habitantes.

3.- Rabat: se seleccionó para el grupo de discusión entre varones, de diferentes profesiones o profesores, de entre 30 y 40 años. Rabat es la capital de Marruecos y la segunda ciudad más populosa del país con una tasa de actividad muy elevada que vive de la función política y administrativa y también de la artesanía. En cambio, el desarrollo industrial es menor, pese a lo cual un 9 % de los empleos en la zona proceden de ese sector y el volumen de negocios es cuatro veces superior al que se registra en el resto del país. Como foco de atracción de la migración interna, también registra una importante concentración de candidatos a la migración, junto con Tánger y Casablanca.

4.- Beni Mellal con un grupo de discusión entre hombres y mujeres jóvenes, de 18 a 30 años, de clases populares, que trabajan en la agricultura, ganadería o el pequeño comercio, así como también es el lugar de diez entrevistas. Pertenece a la región de

Tadla de la zona central marroquí, tiene una estructura productiva ligada a la agricultura y la ganadería, y destaca por su gran tasa de emigración, como un fenómeno más reciente que en otras regiones del país, especialmente hacia Italia (el 80 %) y España; después de una larga fase de migración rural hacia las ciudades. Berriane (2004: 52) define la estructura migratoria de la comarca de Tadla en función de su clandestinidad y del hecho de su reciente integración al fenómeno, una vez que la sequía, el fracaso de la política de desarrollo agrícola y la actividad productiva ligada a los fosfatos repercutió en el empleo de la región. Así la califica la migración de directa, con un 97,5 % de los individuos sin experiencia migratoria anterior, y que “en su mayoría ha llegado a sus destinos a través de canales clandestinos y se encuentran en situaciones más o menos irregulares”.

5.- Las localizaciones de esas entrevistas son: Mecknes, donde realicé un total de ocho entrevistas; tres en la ciudad de Beni Mellal; tres en la aldea El Hayeb, de Boukfrane; tres en una zona rural de Azrou; y ocho en la aldea de Ain Chgag, en Sefrou. En Tánger, las tres entrevistas a periodistas, y un total de diez en Beni Mellal y dos aldeas de la comarca, Timoulilt –con cinco entrevistas, entre ellas a varios miembros de un mismo grupo doméstico– y en Ouled Yaich, otras cuatro.

4.5.- Encuadre del análisis

Esta tesis plantea la investigación sobre el imaginario construido a través de los medios y las interacciones sociales sobre la migración: qué elementos de la comunicación mediática y del discurso social contribuyen al impulso a las migraciones, en función de la recepción transnacional de la televisión en poblaciones de Marruecos. Con esta base, la construcción de un imaginario migratorio estaría alimentada por la mediación mediática, las motivaciones individuales, así como por los procesos de interacción social.

La teoría social de la comunicación de masas defiende la circulación de formas simbólicas que adquieren un gran peso en las relaciones sociales, con una centralidad que ha ido en paralelo al incremento en progresión geométrica de la circulación de imágenes y mensajes. De esa rápida evolución ha dado cuenta en su revisión J.B. Thompson (1998) –que nos acompañará en este planteamiento metodológico– cuando mantiene que el uso de los media crea en sí mismo relaciones, lazos, acciones e interacciones sociales con los demás y hacia la comprensión del mundo. Unifica así tradiciones teóricas como son la teoría social crítica de la Escuela de Frankfurt con la hermenéutica, que descifra en cada contexto las formas simbólicas. Ricoeur añade a la riqueza interpretativa de la hermenéutica nuevas perspectivas incluso desde la mediatización, que considera un elemento esencial del proceso de comprensión (Ricoeur, 2000: 203), ampliando su concepto de identidad narrativa (Ricoeur, 1976).

Se trata de la recepción televisiva que Thompson (1998: 127-129) define como ‘casi interacción *mediática*’, es decir, son relaciones sociales establecidas por los medios de comunicación de masas que conforman una ‘experiencia de discontinuidad espacio-temporal’. El proceso de negociación de estos contenidos con la individualidad y el contexto social ha llevado a defender nuevos modelos de interconectividad e indeterminación porque es en lo local donde se imbrica la relación sociohistórica y los recursos que le dan sentido, aunque con distancia simbólica e imaginativa respecto a la recepción (Thompson, 1998: 159 y 230-232).

El modelo encaja con el concepto de audiencia activa que, en las dos últimas décadas, ha ido ganando posiciones y que muestra la capacidad de las personas para interpretar y modificar el significado de los mensajes según sus propios marcos de referencia y en relación a la compleja mezcla de prácticas culturales (Castells, 2009: 179-181), en una tendencia que va en aumento con la autonomía creciente de los individuos en lo comunicativo. En ese sentido, Sierra (2003c: 260) mantiene que “las audiencias negocian, impugnan e interpelan a los medios y los mensajes, para interpretar y resignificar el contenido”.

Estas interconexiones producen formas simbólicas, dentro del proceso de comprensión de sí mismos y de los otros, que ha definido Thompson (1998: 66) como ‘apropiación’. Así, Castells (2009: 193-199) mantiene que los sujetos “construimos la realidad como reacción ante acontecimientos reales, internos o externos, pero nuestro cerebro no se limita a reflejar dichos acontecimientos, sino que los procesa de acuerdo con sus propios modelos”, de forma inconsciente y con la colaboración de emociones, sentimientos y el razonamiento de cara a la toma de decisiones. Las aportaciones de Castells en este sentido tienen un gran interés por cuanto afirma que en este transcurso, “no es que el razonamiento se vuelva irrelevante, sino que las personas *tienden a seleccionar la información que favorece aquella decisión que se sienten inclinadas a tomar*¹²³”.

En clave intercultural, los mensajes globalizados de los medios provocan tensión y conflicto sobre los modelos de vida tradicionales, aunque también suponen una evasión y una forma de tomar distancia e imaginar alternativas de la subjetividad sobre las que Thompson (1998: 234-238 y 318) profundiza y recuerda que

de ahí, por ejemplo, que las telenovelas egipcias resulten interesantes para jóvenes beduinas del desierto occidental precisamente porque presentan un conjunto de estilo de vida –como la posibilidad de casarse por amor y vivir separada de la familia numerosa– que divergen del conjunto de alternativas tradicionales que tienen a su disposición.

De hecho, mantiene que los materiales simbólicos en estos casos van ganando peso en la construcción de identidades y respecto a las formas de autoridad local, hacen

¹²³ Cursiva en el original.

visible la injusticia y politizan lo cotidiano desplazando la acción hacia los mundos mostrados.

Otro tema de interés para este análisis, que señala Thompson (1998: 227), es la complejidad de los procesos ligados a la recepción a través de la apropiación de significados que le llevan a desmontar la tesis del imperialismo cultural. Recuerda que Lerner, en su clásico estudio *The Passing of Traditional Society* publicado en 1958, no resolvió la cuestión de la fuerza que el Islam ha mantenido en Anatolia y Líbano –lugares en los que se realizó ese estudio–, a pesar de las tendencias hacia la modernización. De la misma forma, en el análisis de las entrevistas se verá que también es un elemento que opera con mucha fuerza, incluso revigorizado en el caso de Marruecos. Así, Thompson (1998: 218) propone para la investigación de los impactos de la globalización en la comunicación una perspectiva amplia y la interrogación sobre cómo incorporan los contenidos, los comprenden, y los usan en su vida cotidiana.

Con estas reflexiones, planteo el análisis del imaginario migrante de las audiencias marroquíes establecido en la relación con la recepción de la televisión, la construcción del sistema de información sobre el proyecto, con sus patologías sobre la desinformación y sobre información –referido a los ‘paisajes mediáticos’ del Norte y del Sur– y las diferencias percibidas entre los modelos televisivos según su procedencia.

4.6.- Modelo interpretativo

El análisis de contenido trata de aflorar en su expresión comunicativa el sentido social y cognitivo que se le atribuye al texto, en el que hay que profundizar especialmente en sus aspectos menos visibles, más ocultos. En este sentido, cobra una importancia especial la atención hacia el contexto de comunicación en que se produce y a los órdenes en que se relaciona con lo social y subjetivo, en un conjunto de referencias previas y representaciones.

Dentro del Análisis Crítico del Discurso, como modelo general para afrontar el proceso analítico de esta investigación, las posiciones teóricas y prácticas añaden matices, como el Análisis Complejo del Discurso, que engloba las tradiciones analíticas discursiva (Giroud y Panier), semiótica (Courtés) y factual (Potter), que propone identificar las representaciones discursivas a partir tanto de sus dimensiones explícitas como las ocultas (Del Valle, 2006). Otra perspectiva para el análisis conjunto del proceso, con inclusión de las dimensiones comunicativas, sociales y cognitivas, es la propuesta por Piñuel (2002) como el modelo de la Mediación Dialéctica de la Comunicación Social, un dispositivo explicativo en función de los sistemas de comunicación, el sistema social y el ecológico adaptativo, como sistemas abiertos y reconfigurables en su relación. Mientras que Scollon (2003: 207-208) se inclina por el Análisis Mediato del Discurso porque se centra en la interpretación y la explicación de los problemas sociales, es decir, se dirige hacia la acción social y establece las relaciones de poder en un contexto más amplio que el discurso. Esta diferencia de enfoque respecto al Análisis Crítico del Discurso, supone para Scollon (2003: 210) que “todas las acciones sociales vienen mediadas por herramientas culturales o por instrumentos de mediación” y, por tanto, incluye la acción, su escenario, la práctica y la propia mediación.

Estos enfoques valoran las prácticas interactivas, el contexto, las dimensiones no explícitas, y la acción como parte esencial del discurso y de su análisis ya que, como mantiene Scollon (2003: 255 y 216), “un instrumento de mediación es una dialéctica que se establece entre el mundo material y los hábitos”, es decir, que son polivocales, intertextuales e interdiscursivos.

Son, por tanto, modelos complejos que precisan de una claridad en los criterios

que establezcan sus funciones operativas y la producción de resultados. Tomaré como datos significativos, siguiendo a Scollon (2003: 223-226):

1.- Las generalizaciones con que los propios actores definen sus acciones, las motivaciones y la ideología.

2.- Las observaciones neutrales realizadas durante la investigación que desde la subjetividad de la investigación se contrastan con las notas del cuaderno de campo y las grabaciones de las entrevistas, con las que espero evitar un exceso de generalizaciones con el aporte de detalles concretos.

3.- La experiencia concreta de cada uno de los actores analizada a través de su propio discurso, con atención a las contradicciones que se registran en su desarrollo, durante la realización de las prácticas investigadoras.

4.- Por último, las interacciones que se han producido durante el registro con los actores, siempre con atención a las posibles contradicciones, divergencias o desviaciones del proceso.

Scollon (2003: 225-226 y 264) reconoce la dificultad de alcanzar la máxima productividad analítica en estos cuatro campos simultáneamente, pero señala que la triangulación de los datos permite completar el proceso de captura de significados. Como fortaleza de este modelo de análisis para el caso concreto de las entrevistas cualitativas es que permite la intersección de las prácticas cotidianas con los discursos públicos de temas generales.

Como criterios de análisis del discurso destacaremos elementos y valores que hemos considerado significativos por sus potenciales aportaciones al objeto de investigación:

1.- La construcción de discursos de corte empirista que con el argumento objetivo pueden ocultar sesgos y desviaciones

2.- Los procesos de fabricación del consenso y la aceptación de los discursos sociales y mediáticos.

3.- Los campos temáticos y simbólicos relacionados con los objetos críticos seleccionados para esta investigación, es decir, cómo fraguan en el imaginario los valores relacionados con la identidad, la ciudadanía, el consumo, la movilidad o las fronteras.

4.7.- Conceptualización, operacionalización y codificación

El trabajo de campo se somete a un análisis sociológico-argumentativo orientado en función de los objetivos de la investigación que se considerarán relevantes según la densidad y frecuencia, sobre los discursos de los hablantes sobre el imaginario, la motivación, las experiencias, las expectativas y las emociones que orientan los mapas cognitivos, las posiciones y valoraciones sobre la migración. La relación entre códigos generaría mapas mentales sobre los temas de análisis, según los objetivos de la investigación que tratan de establecer relaciones entre diferentes campos de estímulo para las migraciones en la globalidad y en la localidad. Por ello viene al caso recordar ahora el objeto central de esta investigación que se expresaba en el capítulo primero de introducción como la siguiente hipótesis:

La imaginación y la creación de valor, imprescindibles en la economía de lo inmaterial, que impulsan nuevos modos de vida pueden actuar como elementos de atracción de una mano de obra más desregulada y precarizada hacia los países del Norte que los estimulan.

Una hipótesis que va acompañada de otros objetivos complementarios de indagación como son: estudiar las motivaciones que tienen los individuos para emigrar relacionadas con la comunicación; analizar la relación entre el modelo televisivo hegemónico, unidireccional, mercantil, patriarcal y eurocéntrico, y la configuración de una idea de partida en el proyecto migratorio; investigar la recepción de la televisión para valorar el contexto en los lugares de salida de migrantes marroquíes hacia Europa; el estudio de la experiencia y el consumo mediático en su contexto, así como de los aspectos interrelacionados en la construcción del discurso migratorio, es decir, los canales por los que fluye la información y las interacciones que se consolidan en una apuesta vital; indagar las percepciones y el imaginario sobre las expectativas y las oportunidades de futuro de un modelo de vida ligado al arraigo nativo en Marruecos, frente al sueño construido por la seducción de los ‘paisajes mediáticos’; conocer su visión de la representación mediática de la migración, tanto en las televisiones marroquíes, como occidentales y árabes, y también respecto su asociación a los discursos sociales sobre el fenómeno migratorio, si detectan falsas expectativas o algún modo de ‘efecto llamada’; y, por último, incorporar el estudio de las emociones, la

subjetividad y la imaginación al análisis de la decisión de emigrar, en función de la relación de los productos audiovisuales que se consumen en estas zonas.

Para hacer operativos estos objetivos es necesario establecer relaciones prioritarias: de una parte, entre la motivación migratoria, los medios de comunicación a través de los procesos comunicativos que los vehiculan; en segundo lugar, entre el modelo de producción de la televisión transnacional –agrupada a efectos operativos como árabe y occidental- frente al modelo nacional de televisión marroquí. En tercer lugar, se trata de vincular las relaciones entre la producción y agencia de la televisión etnocéntrica y los procesos de subjetividad y creación de identidad. En cuarto lugar, la conexión entre las expectativas de vida en Marruecos, la producción de un imaginario social e individual y los paisajes mediáticos. Por último, la relación entre la emoción, la subjetividad, la imaginación y la visión de la movilidad y las migraciones.

El análisis de los datos recogidos durante la realización del trabajo de campo se ha apoyado en un modelo de códigos establecidos en función de estos objetivos y de la mayor productividad en la indagación de los contenidos, en los que se opera a través de la asistencia de software, tomando como unidad de análisis el párrafo. Las ocho familias de códigos –procesos, medios, contexto, orientación, valoración, objetos críticos, identidad y variables– agrupan un total de cuarenta códigos entre los que se pueden establecer relaciones.

Por otra parte, para establecer relaciones entre la producción de los discursos y la selección de informantes, se agrupan otra serie de códigos identificadores con las principales características de éstos. Se operacionalizan en grupos bajo las familias de edad, sexo, profesión, formación, localizadores, experiencia de movilidad y arraigo.

En detalle, las familias de códigos se estructuran de la siguiente forma:

1.- Familia PROCESOS: Para hacer operativo el análisis se orienta hacia la distinción de los procesos comunicativos en los que configuran su percepción, que se esquematizan en las categorías: mediación, interacción y experiencia.

1. a.- Mediación: Se aplica a los procesos socioculturales de la recepción de la

televisión entendidos como factor de influencia pero no de causalidad. También a las relaciones de recepción comunicativas de la televisión y procesos de construcción de significados sociales a partir de los mismos.

1. b.- Interacción: Se aplica a las relaciones sociales directas y/o bidireccionales e intercambios de comunicación entre personas, también a las referencias obtenidas a través de conversaciones y experiencias ajenas de esa procedencia.

1. c.- Experiencia: Se aplica a las vivencias personales, a los hechos relacionados con el pasado de la persona, a los hechos presenciados directamente.

2.- Familia MEDIOS: La investigación tiene como objetivo central determinar la relación entre las percepciones, las emociones y la decisión de migrar, en relación con la comunicación no sólo interpersonal sino mediada, por lo que se tendrán en cuenta los códigos:

2. a.- Otros medios: Categoría que agrupa a los medios masivos de comunicación, en función de un modelo comunicativo unidireccional y, por tanto, de poder en el que se apoyan discursos sociales. Se aplica al conjunto de los medios de comunicación.

2. b.- Televisión: Se aplica al medio de comunicación que transmite y permite la recepción de imágenes en movimiento desde la distancia. Se aplica también a satélite como vehículo de esa comunicación para la recepción transnacional. Se aplica a su vez a contenidos comunicativos que se difunden a través de ese medio.

2. c.- Internet: Se aplica a las referencias relacionadas con la comunicación mediada por Internet que permite la conexión y comunicación bidireccional entre personas.

2. d.- Móvil: Se aplica a las referencias relacionadas con la comunicación o el uso de la telefonía móvil como medio de conexión y comunicación.

3.-. Familia CONTEXTO: Los procesos comunicativos guardan relación con su contexto, trascendencia y sistema de relaciones que determina la inclusión y el control sobre los discursos así como sobre la acción. Por esto, considero operativas las

categorías: sujeto, familia, redes y social.

3. a.- Sujeto: Se aplica en las referencias a la persona como constructora de sentido y experiencia tanto individual como colectiva. Como ser relacional se define por su posición social en cuanto que se trata del ámbito donde se crea su Otredad. El sujeto es autor de subjetividad, sentido, creatividad e imaginación; también objeto de la personificación consumista.

3. b.- Familia: Se aplica a las referencias que se sitúan en el ámbito familiar, a las acciones dirigidas a los miembros de la familia, o relacionadas con ellos. Se entiende como 'grupo doméstico', el ámbito donde tiene lugar el proceso de toma de decisión respecto a la movilidad social o geográfica.

3. c.- Redes: Categoría que se aplica a diferentes niveles de conexión como redes familiares, redes sociales, redes migratorias, redes de comunicación, redes solidarias de origen identitario. Se aplica a vínculos estables y cotidianos, sociales y comunicativos, que construyen comunidades y sentimientos vinculantes y generan capital social que enlaza los polos migratorios y las interacciones. Coinciden con redes culturales solidarias de comunidades en diáspora en sentido histórico.

3. d.- Social: Se aplica al ámbito y a la relación entre sujetos, se desarrolla en términos de influencia, cohesión y control. Se constituyen en comunidad en función de sus relaciones comunicativas.

4.- Familia **ORIENTACIÓN**: Las variables de relación entre los procesos comunicativos y el contexto de la subjetividad se orientan hacia la toma de decisión configurada en una serie de procesos que esquematizamos a través de los conceptos: motivación, expectativas, emoción.

4. a.- Motivación: Se aplica a las referencias sobre el impulso que orienta el comportamiento. También en los casos en que se hable del proyecto como inicio o en su mantenimiento. Se vincula con las necesidades absolutas, relativas, imaginarias o de conveniencia, subjetivas o colectivas, que se intentan satisfacer. Pueden ser motivos emocionales, racionales, personales, altruistas, de atracción o de rechazo

hacia esas necesidades.

4. b.- Expectativas: Se aplica a las referencias relacionadas con los planes, proyectos y decisiones de futuro a medio plazo que suponen una vinculación o compromiso realizable. También se entiende como la probabilidad o previsión más fácilmente realizable, incluso en el sentido de la esperanza de que ocurra.

4. c.- Emoción: Se interpreta como generadora de subjetividad y de inclusión en diferentes dimensiones: la evaluación de la información y de las percepciones, así como su interpretación con la que reduce la complejidad a procesos operativos. Se refiere al proceso sensible que regula, de un lado, el sistema de información ya que contribuye a la racionalidad y, de otro, orienta las decisiones y las conductas. Se aplica a los gustos, deseos, preferencias y sentimientos que despiertan en la persona los elementos de análisis de la investigación.

5.- Familia VALORACIÓN: La orientación de la subjetividad es también un proceso evaluativo, cuya importancia se va a registrar en el análisis a través de cuatro ítems: confirmación, positivo, negativo, neutro.

5.a.- Confirmación: Se aplica como una evaluación por parte del hablante en función de la coincidencia entre procesos comunicativos, las percepciones, los medios, los contextos de comunicación o de acción, los procesos de decisión, las variables consideradas como objetos críticos así como las identitarias. Se aplica a los procesos e informaciones que refrendan su validez a través de más de un campo comunicativo y personal: mediación, interacción y experiencia.

5. b.- Positivo: Se aplica cuando se registra un hecho o situación. También cuando la valoración o comparación del hecho es positiva para el hablante.

5. c.- Negativo: Se utiliza cuando no se registra un hecho. También se aplica cuando la valoración o comparación sobre el mismo es negativa para el hablante.

5. d.- Neutro: Indiferente, sin posicionamiento afirmativo o negativo.

5. e.- Cambio: Se utiliza en los casos en que se valora la transformación, la evolución o los cambios en situaciones relacionadas con los objetos críticos, los

medios, o los contextos.

6.- Familia OBJETOS CRÍTICOS: Los objetos críticos, tal y como se han definido en el marco teórico de la tesis, son elementos configuratorios de la movilidad social en la globalidad

6. a.- Paisaje mediático: Se aplica a la amplitud de conocimiento, de estilos de vida, identidades y opciones de consumo relacionadas con mundos externos, repertorios visuales complejos e interconectados que desdibujan la frontera entre ficción y realidad. También como ampliación del horizonte producto de una recreación o representación televisiva.

6. b.- Imaginario: Se usa a ideas que no proceden del conocimiento directo de una realidad sino de imágenes mentales a partir de las que ofrecen los medios de comunicación, las mediaciones o las interacciones. Son representaciones culturales, simbólicas y míticas que se consolidan en realidades y canalizan la transformación social y las motivaciones en función de la creatividad y las emociones. Fuente de producción de la subjetividad, está relacionado con la construcción de las identidades, la movilidad, el consumo y la ciudadanía. Se entiende también como una interpretación creativa, personal, en la imaginación del sujeto o de la comunidad.

6. c.- Identidad: Se etiqueta cuando hace referencia al sentimiento de pertenencia y reconocimiento que puede ser imaginario o simbólico, a la vivencia personal de la cultura propia. Se refiere también a valores colectivos relacionados con los objetos críticos de la investigación. Se expresa también en evolución hacia la libertad de elección y la subjetividad.

6. d.- Ciudadanía: Se aplica las referencias relacionadas con la calidad de vida democrática, los derechos, las libertades, los valores, leyes, el desarrollo de políticas y el respeto a los derechos humanos.

6. e.- Consumo: El código sirve para las referencias sobre el consumo de medios, las opciones y el estilo de vida ligados al consumo de productos y bienes, a las prácticas de consumo y a la ostentación de productos de consumo.

6.f.- Movilidad: Se aplica a la idea, a la comprensión del desplazamiento como un aspecto enriquecedor, así como al desplazamiento en sí mismo que incluye la migración, el viaje, el turismo o los estudios fuera de la residencia habitual. Se aplica relacionada con otra etiqueta que define su destino.

6.g.- Frontera: De uso respecto a las barreras de la movilidad relacionadas con el precio, la documentación, el medio de transporte, las diferencias de acceso a los derechos, las trabas, los requisitos, obstáculos y riesgos relacionados con la migración o con la permanencia en el extranjero.

7.- Familia IDENTIDADES: La identidad comprendida como el factor de expresión de la subjetividad en el contexto de la *ubicuidad* y *asincronía* de la globalidad:

7. a.- Marroquí: Se aplica a las personas y al territorio nacional marroquí, a la cultura, así como a las visiones y referencias sobre Marruecos.

7. b.- Árabe: Se refiere a componentes de la cultura árabe o islámica, no necesariamente vinculada a prácticas religiosas. Se refiere también a los países con señas identitarias y culturas de tradición árabe.

7. c.- Occidental: Se usa para referencias relacionadas con Europa, Estados Unidos o Canadá, al Norte y países desarrollados. Se define también como lo contrario a Sur, en relación con la periferia.

7. d.- Intercultural: Se entiende como fruto de la relación entre sujetos y elementos culturales y universos simbólicos diferentes que permite la superación de diferencias basadas en creencias, representaciones, valores y significados.

7. e.- Religión: Se etiqueta cuando se considera la práctica de la religión y la cultura vinculada con esa práctica, así como los elementos identitarios relacionados con la fe.

7. f.- Género: Hace referencia a la construcción social de la diferencia a partir de la división sexual de los roles sociales o/y del reparto económico y/o de poder. También se utiliza en relación con los valores sociales con los que se entiende la atribución de funciones, identidad y comportamiento social.

7. g.- Sur: Se entiende así al espacio y el imaginario definido y construido por oposición al Norte, estereotipado en relación con la miseria, los desastres naturales, o lo exótico. Se utiliza también como categoría de expansión de la colonialidad, en referencia a la estrategia de poder simbólico. Se entiende como regiones periféricas así como también para la ausencia de capital social propio, alternativo a otros sistemas.

8.- Familia VARIABLES: Además, se incluyen otros factores extrínsecos que se incorporan a los discursos y procesos comunicativos, las percepciones, las emociones y la acción.

8. a.- Capital social: Confianza y normas de reciprocidad que surgen de la conexión entre individuos y redes sociales. Mecanismos solidarios alternativos y de imaginación que reconstruyen las dimensiones sociales y humanas de la economía, que ayudan a generar beneficios y crecimiento económico. Recursos a disposición de las personas en forma de diversas aptitudes.

8. b.- Dinero: Su uso está vinculado a las menciones expresas del dinero, los beneficios económicos y cuantitativos, o la economía mercantil.

8. c.- Trabajo: Se refiere a la mención al trabajo, las relaciones laborales, la posibilidad de encontrar trabajo, o los motivos laborales.

8. d.- Educación: Se aplica a las referencias sobre el nivel educativo, la formación y su calidad, las titulaciones, los estudios.

8. e.- Turismo: Patrón de movilidad asociado al consumo, al ocio y a un estilo de vida cosmopolita que se desarrolla en la subjetividad, en el tiempo libre y en la capacidad de elección. Se refiere también a su interpretación como movilidad deseable.

8. f.- Calidad de vida: Se entiende como modos y estilos de vida que se consideran superiores por el hablante. Incluye ideas sobre salud, servicios básicos.

8. g.- Poder: Se aplica a la capacidad de influencia o coacción a través de las

relaciones asimétricas, en las que quien lo ejerce (individuo, colectivo o institución) puede modificar las decisiones de los demás para favorecer sus intereses o sus valores. Se puede ejercer también, como acción individual o social, mediante la construcción de significados que orientan las acciones de los demás o a través de la posibilidad (o el hecho) de ejercer la coacción.

Por otra parte, los códigos identificadores se establecen de la siguiente forma:

- 1.- Edad: agrupa seis códigos en los que se incluyen las franjas de edad de los informantes (edad 10-18, edad 18-30, edad 30-40, edad 40-50, edad 50-60, edad 60-75), con los que se trata de agrupar por segmentos de edad a los hablantes.
- 2.- Sexo: en los dos grupos habituales (Sexo % hombre y Sexo % mujer).
- 3.- Profesión: se han escogido los siguientes identificadores: Ama de casa, Asalariado, Capataz, Empresario, Estudiante, Funcionario, Profesor, Periodista, Peón, Paro.
- 4.- Formación: organiza esta información en función de cuatro códigos: Sin estudios, Primaria, Bachillerato, Titulado
- 5.- Localizadores: como localizadores se han establecido los lugares de realización de las entrevistas, es decir, Mecknes, Beni Mellal, Tánger, Rabat, Tetuán, Ain Chgag, El Hayeb, y Azrou, que se completan con el doble de Rural/urbano, para distinguir el ámbito de realización del trabajo de campo en función del contexto.
- 6.- Experiencia movilidad: aplicada al caso de los informantes se define a través de la combinación de códigos: familia, movilidad, positiva y negativa. Pero también para establecer la trayectoria vital en la migración se utilizan los dos que describen el arraigo en términos positivos o negativos.

5.- CARTOGRAFÍA Y DERROTERO DE ANÁLISIS

5.1.- Cartografía y derrotero del trabajo de campo

Las aportaciones de los informantes, el material recopilado durante el de campo, y la vivencia que lo acompañó permiten trazar a continuación una cartografía descriptiva de la experiencia en la que con auxilio de técnicas de análisis cualitativo y la asistencia informática se desvelan aspectos de su complejidad. Los hitos que la describen, los recorridos exploratorios se muestran son aspectos significantes de su geografía que detallamos a continuación para contribuir a un mapa visual o imaginario que oriente el sentido de las interpretaciones con las que se cierra este capítulo.

Este material, diverso y complejo, abundante y a veces contradictorio, se ha sometido a una reducción con los clásicos anclajes y jerarquías que detallamos a continuación, para dibujar mapas comunes del entendimiento que, en tiempos de la *ubicuidad* y la *asincronía*, son dinámicos, mutantes y mutables, en función de los puntos de vista, la velocidad y los referentes. Como quiera que el terreno complejo en el que nos movemos puede dificultar la comprensión referencial, se aportan para ello coordenadas, coincidencias, cifras y nombres que ayuden a su comprensión con la idea clara de que los mapas de la globalidad se definen por los flujos y la conectividad; que las conexiones entre lugares diseñan nuevos espacios y éste se genera por el material de las entrevistas, de los encuentros, los enlaces y nexos que lo definen. Se trata, en realidad, del único material tangible en una investigación sobre los flujos de la comunicación y la que se desarrollan en el contexto transnacional donde se produce el encuentro entre el lugar y la cultura como el único espacio posible de los imaginarios,

cuya densidad dificulta su asidero. Pero sí, como hemos mantenido antes, ahora sólo se pueden ver los fenómenos en el desplazamiento, en el mismo desafío de la imaginación y la virtualidad, será la vivencia la que defina su realidad y contenido.

5.2.- Mapa de navegación, rutómetro y descriptores

Con los puntos de vista, las emociones, percepciones y proyectos informados por un total de 204 personas de diferentes lugares, trabajos, formación, sexos, rentas y vivencias vamos a tratar de trazar un mapa y coordenadas para nuestra orientación a través de una serie de rutas exploratorias de las que procuraremos conseguir respuesta a los principales interrogantes que plantea esta investigación. Para ello, primero se describirán los resultados en función de las familias de códigos creadas para relacionar conceptos, a continuación se presentan los resultados según la metodología de sondeo, es decir, a través de la información agrupada según si procede de encuestas, grupos de discusión o entrevistas cualitativas. En tercer lugar, se describe a los informantes y sus características sociodemográficas, seguido de la presentación de su posición geográfica y distribución espacial, también relacionada con los patrones propios de movilidad tanto individuales como familiares.

A partir de ahí, se suceden los dos epígrafes de mayor interés, uno de ellos se centra en las relaciones prioritarias que establecen los objetivos y las hipótesis de la investigación, para pasar a las correlaciones que fructifican como más significativas en densidad y que aportan novedad –en algunos casos, hasta sorpresa– a los resultados de la investigación.

Las comparaciones de resultados por los distintos procedimientos de análisis permiten encaminar el rumbo de nuestra interpretación de la información sistematizada y el contraste con las notas y descubrimientos realizados sobre el terreno.

5.2.1.- Navegando por las familias de códigos

El análisis de las familias de códigos facilita una aproximación a los mapas mentales y de la argumentación de los informantes ya que establece el predominio de las relaciones entre los conceptos en su expresión expositiva. Para valorar este tipo de clasificación hay que recordar que cada una de las familias integra códigos que, en general, se utilizan de forma discriminada y excluyente. Esto es válido especialmente para las que se han clasificado como PROCESOS y que hacen referencia a los modos de comunicación por los que se construye el sistema informativo; la familia ORIENTACIÓN expresa la vinculación emocional respecto a las acciones o manifestaciones; en cuanto a EVALUACIÓN sintetiza el proceso valorativo que acompaña también a los discursos y actos, al igual que IDENTIDADES, que reúne a aquellos con orientación geográfica así como a los que tienen vinculación con aspectos relacionados con la religión, la interculturalidad o el género. El resto de las familias en las que los códigos no son necesariamente excluyentes son: MEDIOS para agrupar a los diferentes medios de comunicación en los que obtienen la información y construyen la realidad; CONTEXTOS recopila las referencias a los ámbitos en que se desarrollan la comunicación y los actos; OBJETOS CRÍTICOS como el catálogo de referencias que marcan la construcción de la estratificación social de la globalidad; y, por último, VARIABLES, a modo de complemento modificador de los mismos así como del resto de las familias.

1.- Familia PROCESOS. Los códigos agrupados bajo este concepto abarcan los procesos comunicativos en los que configuran sus percepciones, información y orientaciones los informantes del trabajo de campo. Como elemento de análisis, PROCESOS llega a agrupar un total de 2.560¹²⁴ códigos cuya valoración depende de su distribución en las categorías de:

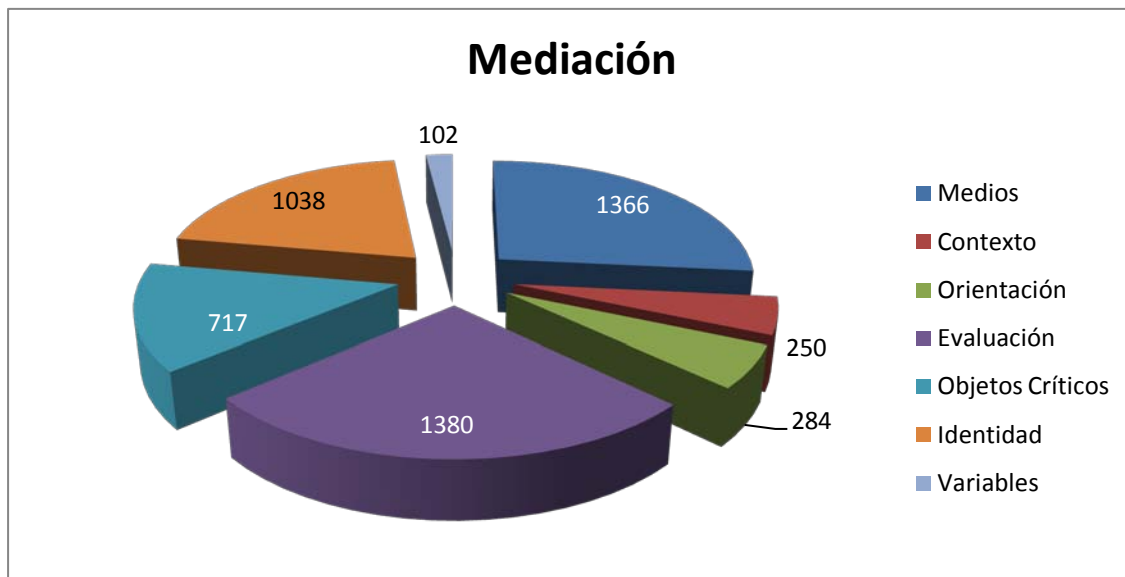
1.a.- Mediación¹²⁵: Se trata del código que arroja una densidad mayor, con un total de 1.420 etiquetas. Sugiere que los procesos de mediación –como recepción de la televisión y construcción social de significados a partir de la misma– están

¹²⁴ Para la comprensión de estos valores, hay que señalar que se registran por coocurrencia y densidad, por ello no necesariamente guardan la lógica de una suma aritmética. Se trata de valorar la condensación de relaciones alrededor de un concepto.

¹²⁵ Los nombres de códigos aparecerán subrayados en lo sucesivo para distinguirlos de los términos a los que hacen referencia.

más presentes, que la interacción o la experiencia, en su exposición sobre la realidad así como en las cuestiones preguntadas y que se indagan. Combinada con la familia EVALUACIÓN resulta 1.380, que es a los efectos de densidad la más significativa, mientras que en coocurrencia con la familia MEDIOS se muestra en 1.366 momentos. Respecto a IDENTIDADES, hay coincidencias mucho más numerosas, 1.038, fruto de los cuestionarios que tratan de establecer relación con el origen de la producción audiovisual. El vínculo de la mediación con la familia OBJETOS CRÍTICOS refleja 717 coincidencias, respecto a ORIENTACIÓN arroja 284, enmarcadas en CONTEXTO hay 250 etiquetas y, por último, respecto a otras VARIABLES, un total de 102.

Gráfico 5.1.

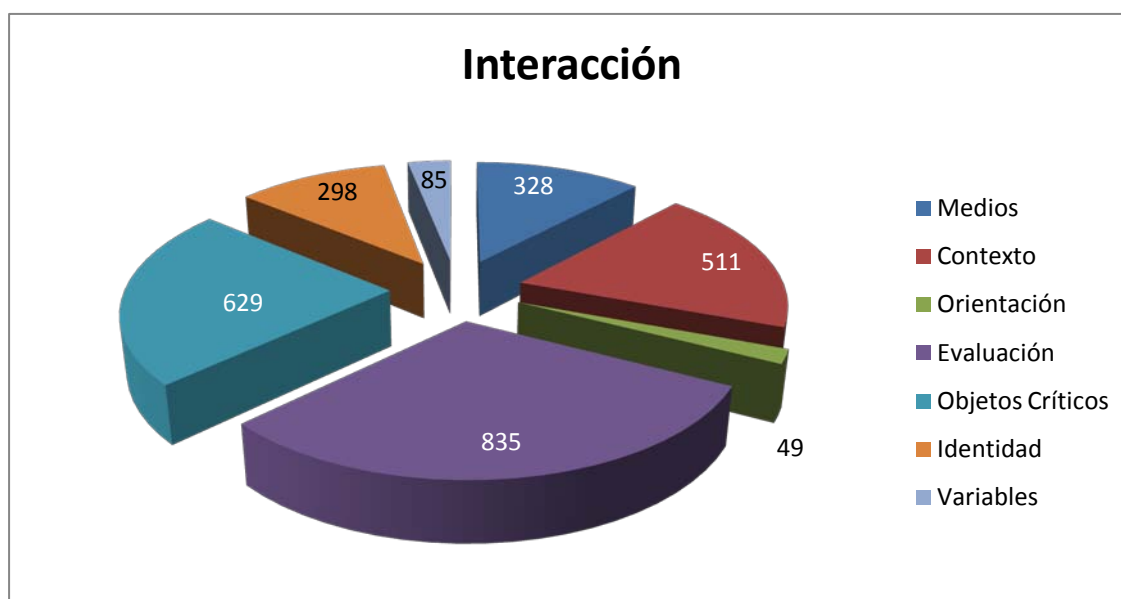


Fuente: Elaboración propia

1.b.- Interacción: La interacción arroja unos resultados de 860 codificaciones, con las que parece que se trataría del segundo tipo, según frecuencia, en los resultados de los procesos comunicativos. Señala los que son fruto de relaciones sociales directas, de conversaciones o de experiencias ajenas. De su relación con las familias de esta investigación, la coincidencia más elevada se produce con el proceso evaluativo, es decir, la familia EVALUACIÓN (835). De nuevo se repite la alta incidencia con OBJETOS CRÍTICOS (629), respecto al CONTEXTO figura un total de 511, en relación con los MEDIOS en 328 ocasiones, por encima de IDENTIDADES (298), VARIABLES (85), y

ORIENTACIÓN (49).

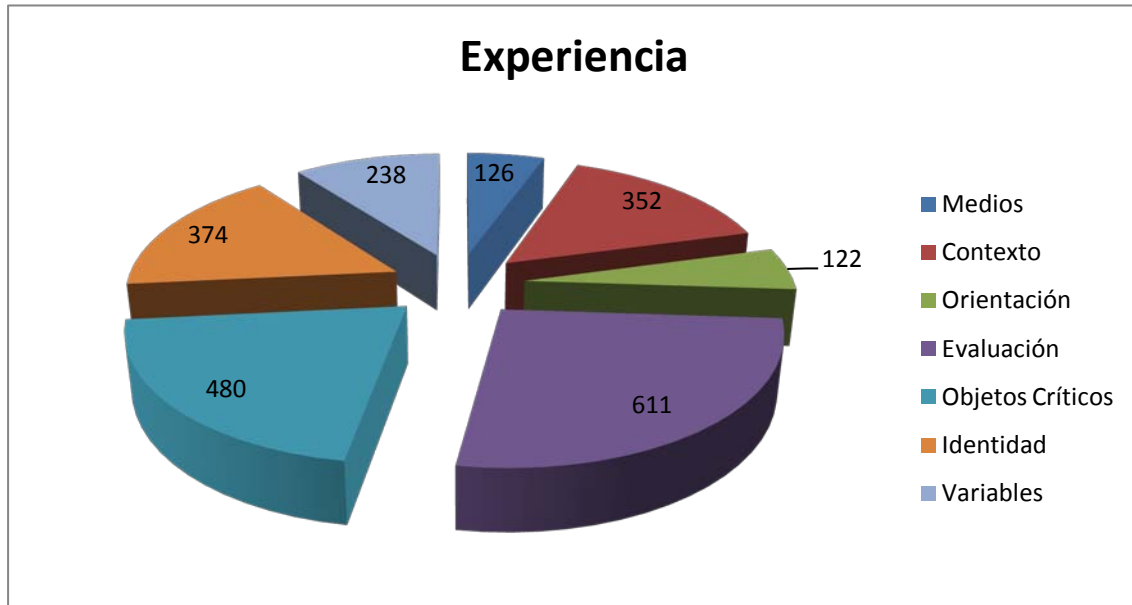
Gráfico 5.2



Fuente: Elaboración propia

1.c.- Experiencia: Los 634 códigos de experiencia indican las referencias de la información obtenida de las entrevistas, encuestas y grupos sobre vivencias personales, tanto en presencia y presente como en el pasado. La vinculación de este código con las demás familias produce mayores resultados con los elementos valorativos de EVALUACIÓN (611), como es habitual. Con OBJETOS CRÍTICOS figura en 480 ocasiones (al igual que el resto de los códigos de esta categoría), con la familia IDENTIDADES un total de 374, respecto a CONTEXTO son 352, con VARIABLES hay 238, en relación a MEDIOS suman 126 y aparece 122 veces relacionado con la familia ORIENTACIÓN.

Gráfico 5.3.



Fuente: Elaboración propia

La relación de la familia PROCESOS con los OBJETOS CRÍTICOS de esta investigación muestra una coocurrencia alta –un total de 1.571 códigos–, la más elevada de las relaciones (con la excepción de la vinculación entre PROCESOS y EVALUACIÓN, con 2.484) que se puede interpretar como la vinculación de la mediación, interacción y la experiencia con los elementos de la estratificación social en la globalidad, tal y como se expresa el concepto para los códigos de OBJETOS CRÍTICOS. La relación con la familia MEDIOS aporta unos resultados de 1.566 códigos que sugiere una alta correlación dado que procesos como interacción o experiencia tienen una baja incidencia en la construcción de coincidencias. Respecto a su conectividad con la familia CONTEXTO, hay un balance de 879 momentos en que se sitúa el PROCESO comunicativo en relación a los ámbitos social, familiar, del sujeto o de las redes. De especial interés para la investigación es la coocurrencia entre esta familia y la de ORIENTACIÓN, con 427 resultados, en los que se incluyen la motivación, las expectativas o la emoción. En cambio, hay una coincidencia alta, la segunda en importancia –después de la de EVALUACIÓN–, con la familia IDENTIDADES, con 1.484, una cifra ligeramente inferior a la que arroja su vinculación con los OBJETOS. Por último, para VARIABLES hay 379 coincidencias.

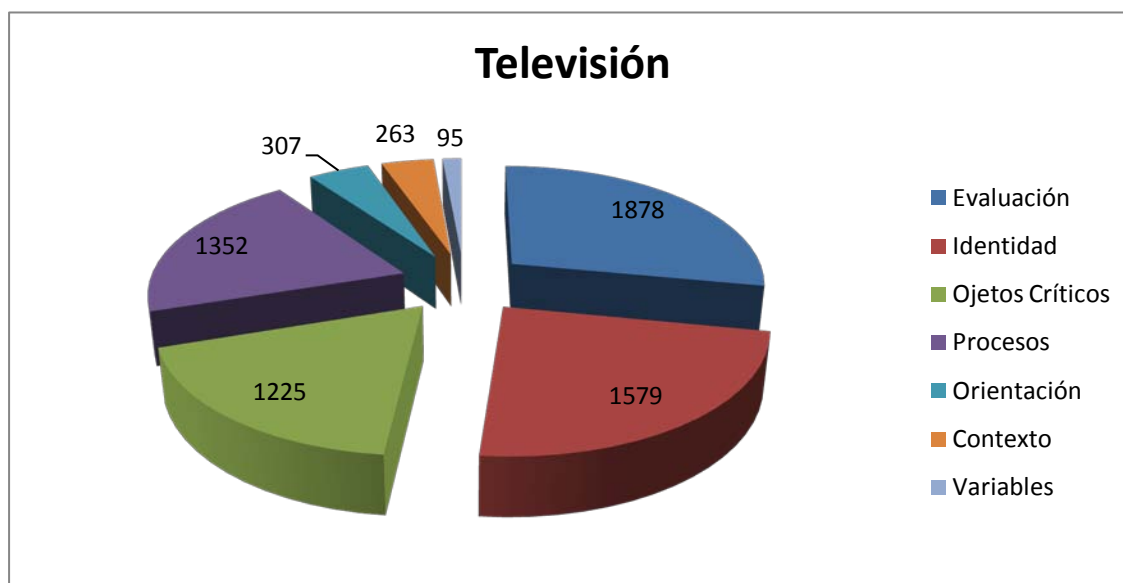
2.- Familia MEDIOS: Define la relación de las percepciones y emociones con los

OBJETOS CRÍTICOS de la investigación que se refieren a los medios de comunicación bien a través de la mediación, como de las interacciones o de la propia experiencia. En total, arroja una densidad de 2.296 códigos que se distribuyen de la siguiente forma entre las cuatro categorías que agrupa:

2.a.- Otros medios: Con una codificación de 200, agrupa las referencias a los medios masivos de comunicación –excluida la televisión- y, en general, a la radio y la prensa, aunque también responde a los genéricos sobre los medios como comunicación unidireccional. De nuevo, la familia EVALUACIÓN arroja un mayor número de resultados con 195, respecto a OBJETOS CRÍTICOS hay 189 coincidencias, mientras que con PROCESOS son 54. Otros medios junto a códigos de la familia IDENTIDADES figura un total de 36 veces, con VARIABLES hay 15 y respecto a CONTEXTO suman 10, la misma cifra que con ORIENTACIÓN.

2.b.- Televisión: Es la etiqueta que logra mayor saturación de esta familia con un total de 1.943. Dado que las cuestiones relevantes de la investigación están directamente relacionadas con la televisión, su densidad responde a este enfoque así como también a la presencia e importancia que dicho medio de comunicación tiene en la vida de los informantes y en sus referencias respecto a las cuestiones planteadas como OBJETOS CRÍTICOS de la investigación. Hay que recordar que se aplica indistintamente al medio de comunicación, a la recepción transnacional y a los contenidos comunicativos que se difunden por dicho medio. Aparte de las coincidencias con EVALUACIÓN (1.878), la familia IDENTIDADES aporta un total de 1.579 codificaciones, ya que los procesos de mediación y de consumo televisivo van acompañados de una etiqueta de este grupo para relacionar la producción televisiva en su origen geográfico. En coocurrencia con la familia OBJETOS CRÍTICOS produce 1.225 resultados, confirmando la ORIENTACIÓN de los cuestionarios y del diseño metodológico. Dado que el código televisión suele acompañarse de alguno de los de la familia PROCESOS, la relación suma 1.352; mientras que respecto a la ORIENTACIÓN son 307, junto a etiquetas de CONTEXTO hay 263 y con VARIABLES un total de 95.

Gráfico 5.4.



Fuente: Elaboración propia

2.c.- Internet: Esta etiqueta registra un total de 154 ítems. Alcanza una saturación óptima si se tiene en cuenta que no es una cuestión que se haya planteado más que esporádicamente en las entrevistas y nunca en los grupos de discusión, pero sí es una de las variables de las 144 encuestas realizadas. El código se refiere no a Internet como medio de comunicación sino a la interacción entre personas a través de dicho canal. Así la coocurrencia de la etiqueta Internet con la de interacción da como resultado 152, mientras que con experiencia baja a 4 resultados. En esta ocasión son las coincidencias con la familia PROCESOS las de mayor frecuencia con 152 códigos, que muestra las referencias a la comunicación por Internet que no va acompañada de partículas valorativas, ya que con la familia EVALUACIÓN arroja un resultado algo inferior, 150. Del resto de las familias resulta más productiva la de OBJETOS CRÍTICOS con 10; después, CONTEXTO (6), IDENTIDADES (5), ORIENTACIÓN (2) y sólo 1 única coincidencia con VARIABLES.

2.d.- Móvil: De la misma forma, el teléfono móvil aparece sólo en 3 ocasiones, siempre relacionado con conversaciones con familiares que emigraron. De la densidad de estos dos últimos códigos cabe inferir que la comunicación de este tipo se realiza preferentemente a través de Internet. Dada la baja frecuencia de este código, sólo coincide completamente con las familias PROCESOS,

EVALUACIÓN y CONTEXTO en 3 ocasiones en cada caso; con OBJETOS CRÍTICOS y con la familia IDENTIDADES se igualan las coincidencias a 2, mientras que no se registra ninguna en los casos de ORIENTACIÓN y VARIABLES.

En cuanto a la familia MEDIOS, su principal vinculación es evaluativa (EVALUACIÓN 2.222). El gran peso que en esta familia tiene el código televisión y su relación con la producción de las cadenas, eleva la coincidencia con la familia IDENTIDADES a 1.621, mientras que con OBJETOS CRÍTICOS hay 1.433, en relación al resto de las familias los resultados son: VARIABLES 635, ORIENTACIÓN 317 y CONTEXTO 267.

3.-. Familia CONTEXTO: Arroja unos resultados de 976 etiquetas relacionadas con el ámbito del proceso comunicativo y de la acción social que reconocen los informantes a través de los códigos sujeto, familia, social o redes, según el protagonismo que se le otorga en los testimonios recogidos. La distribución de esta familia según las etiquetas asignadas resulta de la siguiente forma:

3.a.- Sujeto: Este código aparece en 44 ocasiones diferentes, relacionadas con la experiencia, la emoción, las expectativas o la motivación siempre que se mencionan en primera persona o referidas a la singularidad individual. Respecto a EVALUACIÓN hay 60 coincidencias, mientras que en PROCESOS se registran 41, con OBJETOS CRÍTICOS son 32, en simultáneo con la familia IDENTIDADES aparece 29, en VARIABLES 13, en ORIENTACIÓN 10 y en la familia MEDIOS sólo 2.

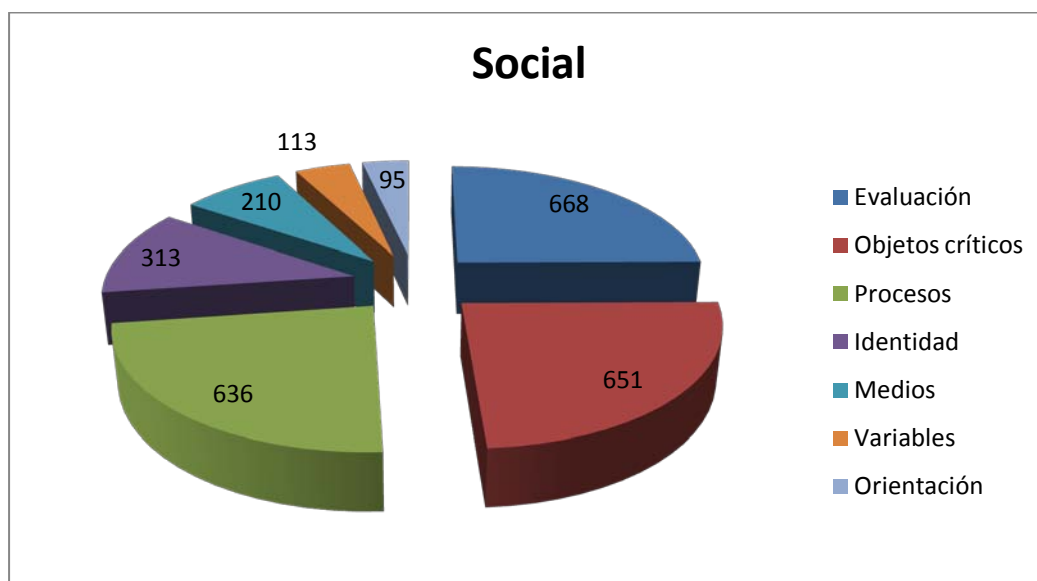
3.b.- Familia: Las referencias etiquetadas con este código son 249, como momentos en que las declaraciones sitúan las acciones, las referencias o los procesos en este ámbito, así como cuando las expresiones o hechos van referidos al mismo. La mayor parte de las veces (232) coincide con algún código de la familia EVALUACIÓN. Respecto a OBJETOS CRÍTICOS hay un total de 193 coincidencias, en PROCESOS son 147, con las etiquetas de la familia IDENTIDADES hay una relación de 118. Respecto a las demás, son: MEDIOS

(57), VARIABLES (45), y 41 en ORIENTACIÓN.

3.c.- Redes: Esta categoría arroja sólo 3 codificaciones que pueden llevar a deducir que el ámbito familiar se superpone con el de las redes en muchos casos, ya que la visión colectiva de la vida y de la organización entre los informantes tiene un gran peso así como hacia el campo de lo social. Se entiende, coincidiendo con la definición que se aplica para redes, en que son “redes solidarias en sentido identitario”, en coincidencia con las redes familiares. Redes se vincula con códigos de las familias PROCESOS, EVALUACIÓN y OBJETOS CRÍTICOS en tres ocasiones. Con VARIABLES hay 1, mientras que con las de MEDIOS, ORIENTACIÓN e IDENTIDADES no hay ninguna coocurrencia.

3.d.- Social: 693 veces figura el código social en el contexto en que se sitúan las referencias de las informaciones recogidas durante la realización del trabajo de campo. Hay que recordar que se aplica tanto al ámbito como a la relación individual del sujeto, respecto incluso al ámbito comunitario. La mayor parte de las veces el código se modifica con una valoración de la familia EVALUACIÓN (668), y en un porcentaje similar con OBJETOS CRÍTICOS (651); con PROCESOS es algo inferior (636), con IDENTIDADES (313), con MEDIOS (210), respecto a VARIABLES la relación aparece en 113 ocasiones y en ORIENTACIÓN, 95.

Gráfico 5.5.



Fuente: Elaboración propia

Los códigos de la familia CONTEXTO guardan mayor relación con etiquetas de la familia OBJETOS CRÍTICOS (956) que con las de EVALUACIÓN (935), a diferencia de si incidencia con otras agrupaciones. La densidad en la coocurrencia de PROCESOS también es alta con 816, pero desciende para IDENTIDADES (450), y sucesivamente cuando se buscan coincidencias con otras familias como MEDIOS (267), VARIABLES (197), y ORIENTACIÓN (143).

4.- Familia ORIENTACIÓN: Se refiere a los procesos relacionados con la toma de decisiones y posicionamientos respecto al sistema de información y de realidad, siempre en clave de subjetividad. Suma 804 códigos y guarda relación con la familia VARIABLE y con OBJETOS CRÍTICOS de la investigación, así como con los PROCESOS comunicativos, fundamentalmente. Sus códigos se distribuyen de la siguiente forma:

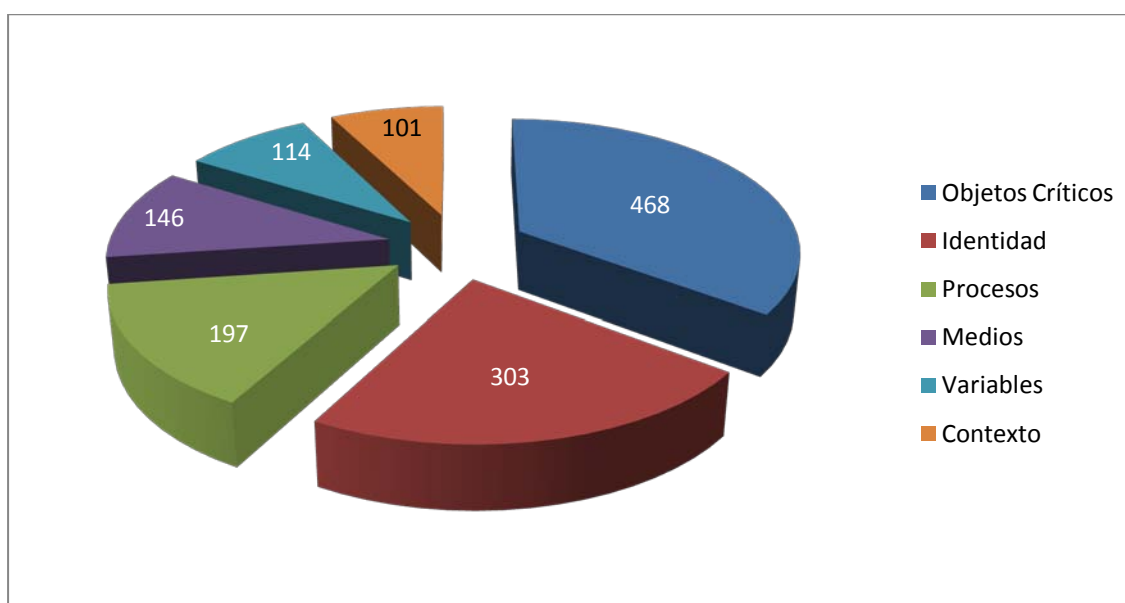
4.a.- Motivación: entendida como impulso que orienta el comportamiento así como los proyectos e intenciones, y así figura en 64 ocasiones. El código puede estar relacionado además con CONTEXTO y con ORIENTACIÓN. La más productiva de las vinculaciones de motivación con las familias se registra respecto a EVALUACIÓN (102), mientras que con OBJETOS CRÍTICOS da como resultado 63, con IDENTIDADES 45, con las VARIABLES 34, CONTEXTO baja a 23, próxima a la coocurrencia con PROCESOS (21) y muy

distante de MEDIOS (2).

4.b.- Expectativas: Estas referencias están relacionadas con los PROCESOS comunicativos, así como los proyectos y decisiones. En resumen, la selección de este código arroja 223 resultados que, en ocasiones, también hace referencia a la probabilidad que ocurra o a su previsión. Como en otros códigos de la familia ORIENTACIÓN, los nexos con EVALUACIÓN (219) son los más numerosos con OBJETOS CRÍTICOS produce 210 resultados, por encima de PROCESOS (168), MEDIOS (143), IDENTIDADES (126), VARIABLES (48) y CONTEXTO (29).

4.c.- Emoción: Hay 542 etiquetas con este código que muestran la evaluación de la información y de las percepciones así como su interpretación desde el lado emocional; su alto resultado muestra de una parte una vinculación importante con la televisión –medio emocional por excelencia–, a la vez que se incluye en el proceso de toma de decisiones, ya que contribuye a la racionalidad y orienta las conductas. También estas etiquetas muestran los gustos y deseos de los sujetos. Los códigos valorativos tienen aquí mayor densidad (EVALUACIÓN: 525) como en los otros dos códigos de ORIENTACIÓN, respecto a OBJETOS CRÍTICOS es también muy significativa (468), le siguen: IDENTIDADES 303, PROCESOS 197, MEDIOS 146 y CONTEXTO 101.

Gráfico 5.6



Fuente: Elaboración propia

La familia ORIENTACIÓN arroja los siguientes resultados cuando se compara su vinculación con el resto de las familias de códigos creadas para el análisis y que no se han mencionado hasta ahora. Se trata de otro caso en que los códigos de evaluación (VALORACIÓN: 259) arrojan resultados por debajo de otra familia; tanto OBJETOS CRÍTICOS (718) como IDENTIDADES (461) superan las coocurrencias de códigos como motivación, expectativas o emoción, mientras que un resultado más bajo se da con la familia VARIABLES (185).

5.- Familia EVALUACIÓN: Las cinco categorías agrupadas en la familia EVALUACIÓN proporcionan la saturación más alta de la investigación con 4.207 códigos. Ello se debe a que la valoración se aplica indistintamente a los procesos evaluativos por parte de los informantes como una partícula que modifica las relaciones con los PROCESOS, los MEDIOS, el CONTEXTO, la ORIENTACIÓN, los OBJETOS CRÍTICOS o las VARIABLES.

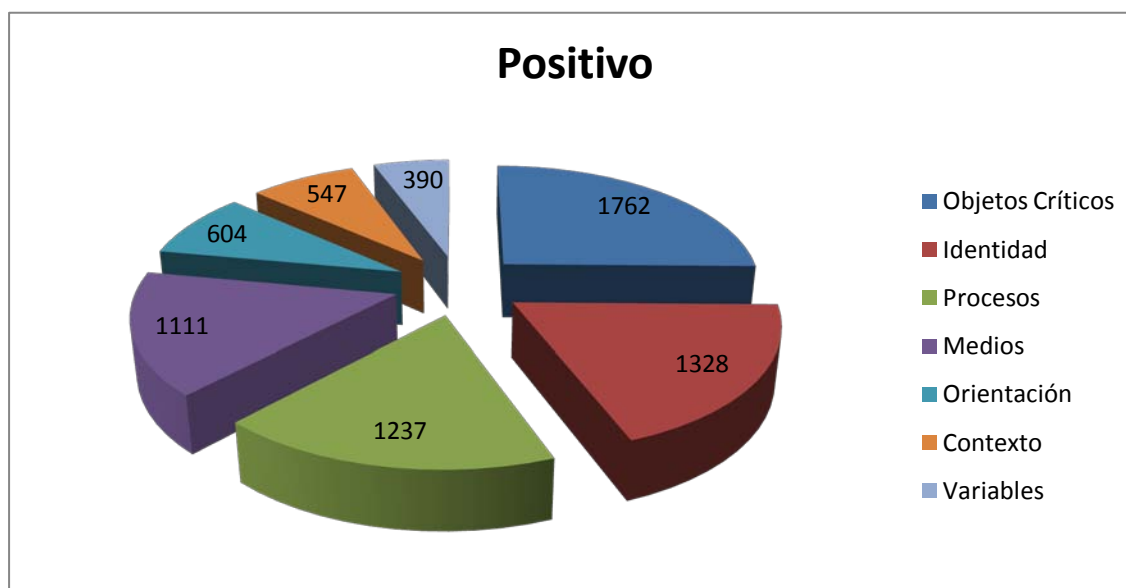
5.a.- El desglose de los códigos de esta familia se puede analizar de la siguiente forma:

5.a.1.- Confirmación: Este código muestra los resultados de las evaluaciones por parte del hablante en relación con la coincidencia – positiva o negativa– entre PROCESOS comunicativos, los CONTEXTOS, las DECISIONES, o las VARIABLES y OBJETOS CRÍTICOS. En total hay 351 ocasiones en que se ha aplicado la etiqueta, muchas de ellas junto a procesos e informaciones que refrendan su validez, a juicio del sujeto, a través de más de un campo comunicativo y personal. En la mayoría de los casos, aparece relacionada con algún código de PROCESOS (333), le sigue la familia OBJETOS CRÍTICOS con una densidad alta (280), y después la relación con la familia MEDIOS, 246. Esta última vinculación muestra las afirmaciones de los hablantes sobre la coincidencia de los mensajes televisivos con las informaciones que disponen por otros medios o bien por la propia experiencia o a través de la interacción. Para la coocurrencia con códigos de la familia IDENTIDADES hay 228 coincidencias, y por detrás están CONTEXTO (195), ORIENTACIÓN (39) y VARIABLES con 25.

5.a.2.- Positivo: En 2.136 ocasiones aparece la valoración positiva

relacionada con hechos o situaciones, así como junto a PROCESOS, CONTEXTO, ORIENTACIÓN, OBJETOS CRÍTICOS y VARIABLES, en los que a menudo aparecen también como partícula modificatoria. La relación de positivo con OBJETOS CRÍTICOS es de 1.762 y muestra la valoración de estos elementos que son –como hemos mostrado en el marco teórico- los configuradores de la estratificación social. La valoración respecto a las categorías de códigos incluidas en la familia IDENTIDADES (1.328) está relacionada tanto con esas identidades como con la proximidad de esos marcos para otras familias como puede ser la de PROCESOS (1.237) o la de MEDIOS (1.111). Los códigos de emoción, motivación y expectativas de la familia ORIENTACIÓN tienen una evaluación positiva en 604 ocasiones. La cifra desciende cuando hablamos del CONTEXTO de los procesos y las acciones, con 547 paralelismos, mientras que con VARIABLES baja a 390.

Gráfico 5.7



Fuente: Elaboración propia

5.a.3.- Negativo: La negación se muestra tanto cuando no se registra un hecho o acción, como respecto a las valoraciones y comparaciones realizadas por el sujeto y que estima de forma negativa; su resultado es 2.046. En correlación con los PROCESOS comunicativos hay un total de 1.417 coincidencias, mientras que con OBJETOS CRÍTICOS son 1.369,

en una cifra inferior a la que se mostró con las etiquetas del código positivo. La cifra de paralelismos con IDENTIDADES (1.289) está próxima también en sentido opuesto, con el código negativo. La evaluación negativa relacionada con los MEDIOS (1.145) es ligeramente superior a la positiva. En nexos con los códigos de la familia CONTEXTO figura en 548 ocasiones, mientras que con ORIENTACIÓN son 368 y con VARIABLES, 346.

5.a.4.- Neutro: Como neutro se han obtenido 32 etiquetas que reflejan la ausencia de valoración así como la comunicación paradójica o ambigua que, a menudo, se recoge en las declaraciones de los entrevistados para eludir su posicionamiento. La etiqueta neutro, relacionada con la familia PROCESOS, con un resultado de 20, suele coincidir con códigos que no observan relación directa con los PROCESOS comunicativos. En cambio, en referencia a los códigos de la familia OBJETOS CRÍTICOS desciende de una forma muy importante su frecuencia a sólo 20, frente a las que hemos mostrado antes para los de positivo (1.762) y negativo (1.369). Para el resto de las familias enumeramos a continuación los resultados: MEDIOS (18), ORIENTACIÓN (12), IDENTIDADES (11), CONTEXTO (3) y para VARIABLES no se producen coocurrencias.

5.a.5.- Cambio: Para evaluar la transformación o la evolución de PROCESOS, OBJETOS CRÍTICOS, MEDIOS o CONTEXTOS, se ha aplicado en total en 33 ocasiones. Los hablantes detectan cambio respecto a OBJETOS CRÍTICOS en 29 momentos de sus conversaciones, mientras que respecto a IDENTIDADES, en 27. En las familias de PROCESOS y de MEDIOS hay una coincidencia numérica en los resultados que suman 16. Respecto a las VARIABLES hay 8 conexiones y en las familias de CONTEXTO y ORIENTACIÓN se saldan con idéntico resultado, 5.

5.b.- La familia EVALUACIÓN en relación con resto de las familias que no se han enumerado hasta ahora, produce estos resultados: los OBJETOS CRÍTICOS son los elementos más evaluados (3.141), le siguen los localizadores y etiquetas de la familia IDENTIDADES con 2.562 y, por último, con VARIABLES, 731.

6.- Familia OBJETOS CRÍTICOS: Alcanzan un nivel de saturación óptimo respecto al diseño de la investigación, ya que bajo esta familia aparecen un total de 3.005 etiquetas. Esta densidad de OBJETOS CRÍTICOS también se debe a que la centralidad en los cuestionarios y en las entrevistas, así como en las encuestas, está orientada invariablemente con uno de ellos, con el código movilidad. El peso de esta familia OBJETOS CRÍTICOS en la metodología de la tesis trata de mostrar los aspectos que se definen como elementos que configuran y trazan la movilidad social y física en la globalidad.

6.a.- Paisaje mediático: En 31 ocasiones asoma el concepto paisaje mediático en el análisis, dado que se ha aplicado única y exclusivamente a las menciones que, de forma explícita, se relacionan con el conocimiento de los mundos externos, en la frontera entre ficción y realidad, o como ampliación del horizonte a través de representaciones televisivas sobre los estilos de vida, de conocimiento, de identidades o de opciones de consumo. En la operativización de los códigos, en ocasiones aparece superpuesto al concepto de imaginario. Paisaje mediático se ve modificado por un proceso de EVALUACIÓN en la mayoría de los casos, 27. Desciende en coincidencia con códigos de la familia MEDIOS (19) porque la expresión verbal de los hablantes no se produce junto a referencias a los medios de comunicación. Se vincula con la procedencia a través de las etiquetas de IDENTIDADES (16), con los PROCESOS en 14 ocasiones, mientras que con ORIENTACIÓN son 8. Por último, para la coocurrencia con CONTEXTO hay 6 y para VARIABLES, 3.

6.b.- Imaginario: Se ha localizado 580 veces como ideas que no proceden del conocimiento directo de una realidad sino de imágenes mentales a partir de las que ofrecen los medios de comunicación, las mediaciones o las interacciones. Como elemento de la subjetividad, se interpreta en las ocasiones en que confluye con el anterior código paisaje mediático, ya que éste –como hemos mencionado antes– se refiere a la visión mediática más que al proceso de subjetivación en el que guarda relación con la emoción, las expectativas y la motivación. El código aparece en paralelo a etiquetas de EVALUACIÓN la mayor parte de las veces, 566, con resultados todavía próximos a las de IDENTIDADES (511), mientras que comienza a bajar para la relación con PROCESOS (418), con MEDIOS (352), con CONTEXTO hay 193, con ORIENTACIÓN se registran 115 incidencias y con VARIABLES son 109.

6.c.- Identidad: Como sentimiento de pertenencia o de reconocimiento subjetivo, simbólico o colectivo modifica otras categorías como las reunidas bajo el nombre de la familia MEDIOS, los OBJETOS CRÍTICOS, las VARIABLES y la EVALUACIÓN. En 235 ocasiones aparece como un posicionamiento subjetivo, a diferencia de la familia IDENTIDADES en la que se agrupan los diferentes códigos que vinculan con el origen o destino del resto de las etiquetas de las demás familias. La identidad se ve modificada mayoritariamente por procesos valorativos ya que con la familia EVALUACIÓN muestra 223 coincidencias, con IDENTIDADES 211, y con PROCESOS 104. Muy por debajo ya figuran las relaciones menores con códigos de ORIENTACIÓN (78), de MEDIOS (68), de CONTEXTO (48) y de VARIABLES, 48.

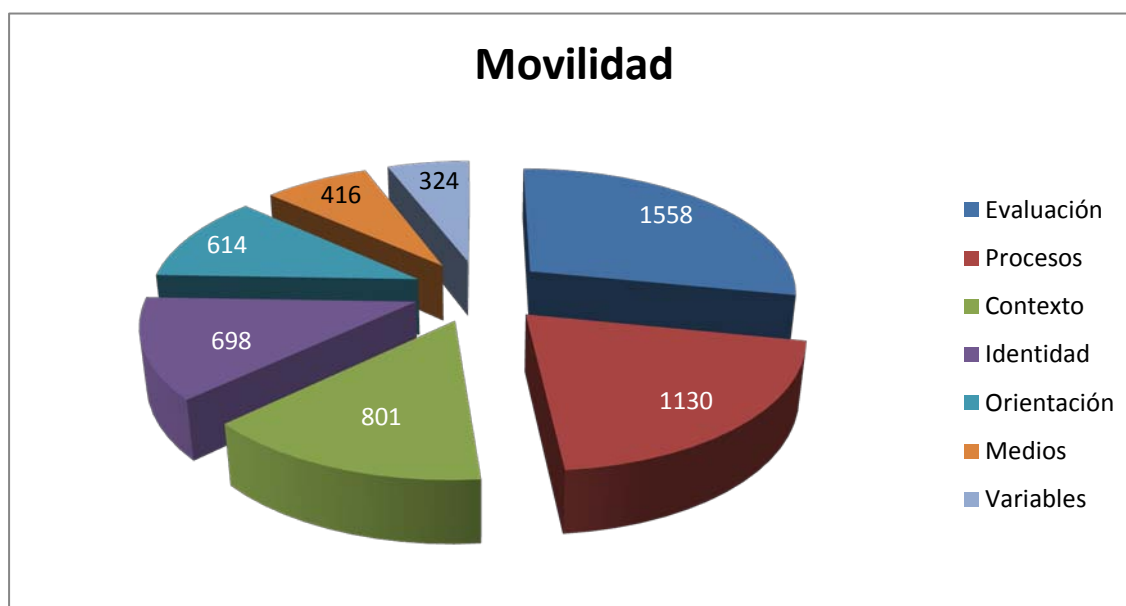
6.d.- Ciudadanía: La ciudadanía alcanza una expresión de 184 etiquetas relacionadas con la calidad de vida democrática, los derechos, las libertades, los valores, leyes, el desarrollo de políticas y el respeto a los derechos humanos. La ciudadanía se ve sometida a modificación por EVALUACIÓN con una cifra de 179 coincidencias, mientras que con IDENTIDADES hay 149. El resto de las familias presentan coocurrencias en menor medida: con PROCESOS 97, MEDIOS 79, VARIABLES 59, ORIENTACIÓN 54, y con CONTEXTO 22.

6.e.- Consumo: En la categoría consumo coinciden dos tipos diferentes de valoraciones que, en conjunto, alcanzan las 785 referencias. De una parte y entendida como consumo de medios; mientras que, de la otra, con las opciones y el estilo de vida ligados al consumo de productos y bienes, a las prácticas de consumo y a la ostentación de productos de consumo. La etiqueta figura junto a las de EVALUACIÓN 758 veces, mientras que la alta incidencia de este código con los de la familia MEDIOS (677), así como con los de IDENTIDADES (584) está relacionado con las codificaciones sobre el consumo de medios según la procedencia de la producción de los mismos. En cambio, relacionado con PROCESOS baja a 98, con CONTEXTO a 77, con ORIENTACIÓN a 50 y, por último, con VARIABLES a 51.

6.f.- Movilidad: La movilidad, como objeto central de esta investigación, alcanza un total de 1.608 códigos en los que se refiere a los desplazamientos como elementos de cambio social, así como al proyecto y proceso de movilidad en sentido físico. Se aplica relacionada con otra etiqueta que define su destino, a través de la familia ORIENTACIÓN, principalmente, pero también con los

descriptores de la EVALUACIÓN. Su vinculación con el resto de los OBJETOS CRÍTICOS y con las VARIABLES es alta, ya que actúan de modificadores de la percepción o la evaluación. Al igual que el resto de los códigos de esta familia, reciben valoraciones en la mayor parte de los casos, por eso la coocurrencia con las etiquetas de EVALUACIÓN son 1.558. La atención prestada en los cuestionarios y las entrevistas a los procesos comunicativos que acompañan los proyectos relacionados con la movilidad también proporciona una alta incidencia en relación a PROCESOS (1.130). El ámbito en que sitúan estos acontecimientos los hablantes asoma en coincidencia con CONTEXTO (801), mientras que el destino de la movilidad se ha etiquetado con la familia IDENTIDADES (698), y el tipo de predisposición con ORIENTACIÓN (614). En 416 ocasiones hay, además, una referencia directa a alguno de los MEDIOS y, en otras, con VARIABLES (324).

Gráfico 5.8



Fuente: Elaboración propia

6.b.1.g.- Frontera: Las barreras, requisitos, trabas y obstáculos de la movilidad aparecen reflejadas en 84 ocasiones, así como en relación con los riesgos relacionados con la migración o con la estancia en el extranjero en situación irregular, es decir, respecto a los derechos de ciudadanía. Casi todas las veces se registra junto a una EVALUACIÓN (81), mientras que con PROCESOS son 56,

respecto a IDENTIDADES (37), junto con el CONTEXTO (34), con VARIABLES (29). Baja mucho la incidencia respecto a la familia ORIENTACIÓN, a sólo 27, y a MEDIOS (9).

La familia OBJETOS CRÍTICOS tiene la mayor coincidencia con las etiquetas de IDENTIDADES (1.836), con el resto de las comparadas hasta ahora, y con VARIABLES (515).

7.- IDENTIDADES: Como familia, refleja la relación con los lugares y destinos en sentido físico como localizadores –con las etiquetas Marruecos, Occidente, árabe y Sur–, de una parte, así como de otra, tres elementos de valoración y matices de la comprensión de la identidad como expresión de la subjetividad y de la pertenencia que son: género, religión e interculturalidad. El conjunto de etiquetas agrupadas del siguiente modo suman un total de 2.490, y su distribución se detalla a continuación:

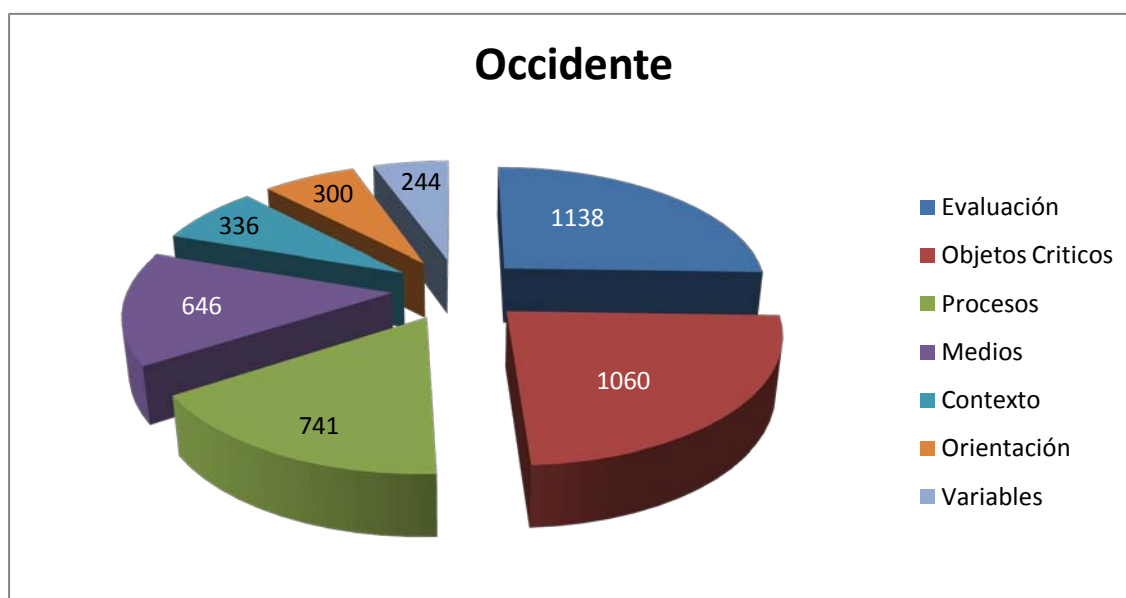
7.a.- Marruecos: La etiqueta, que aparece en 608 ocasiones, hace referencia tanto a los nacionales como al territorio nacional marroquí, así como a la cultura, las visiones y referencias al país. Las dos familias de mayor incidencia en coocurrencia con Marruecos son las de EVALUACIÓN (572) y los OBJETOS CRÍTICOS: 508. Con relación a los MEDIOS, casi siempre respecto a la televisión, 291; con PROCESOS hay 255; respecto a VARIABLES son 178, un total de 147 en ORIENTACIÓN y, por último, junto a CONTEXTO son 113.

7.b.- Árabe: Actúa en ocasiones como modificador de conceptos como la cultura, pero también relacionado con los medios cuya producción se centra en esos países o culturas. En total, hay 310 códigos que también agrupan la identidad y la cultura. En alguna ocasión se superpone o entra en conflicto con otra de las etiquetas identitarias como es la de religión, que se aplica de forma diferencial, como mostraremos más adelante. En su gran mayoría está relacionada con la televisión de esa procedencia, que aparece en la familia MEDIOS (301) en una cifra superior a las valorativas de EVALUACIÓN (284) mientras que respecto a OBJETOS CRÍTICOS se producen 256. Las cuatro familias con las que hay una menor coocurrencia son: PROCESOS (94), ORIENTACIÓN (47), CONTEXTO (29) y VARIABLES (11).

7.c.- Occidente: La que refleja mayores resultados de esta familia, es la etiqueta

Occidente con un total de 1.186. Agrupa a referencias relacionadas con Europa, Estados Unidos o Canadá, al Norte en general, y al estereotipo de países desarrollados como oposición también al Sur, en relación con la periferia. En la mayor parte de las ocasiones se muestra junto a EVALUACIÓN (1.138), de la misma forma que es muy productiva su relación con OBJETOS CRÍTICOS (1.060). Con una incidencia menor vemos este código junto a PROCESOS (741) definiendo predisposiciones, tomas de decisión y acciones, mientras que con la familia MEDIOS suele guardar relación con el consumo y con la mediación e interacción (646). Las menos representativas son las de CONTEXTO (336), ORIENTACIÓN (300) y VARIABLES (244).

Gráfico 5.9



Fuente: Elaboración propia

7.d.- Intercultural: Asoma en 521 ocasiones en los testimonios para hacer referencia a la relación entre sujetos o elementos culturales diferentes pero que no entran en conflicto cuando va acompañada de la valoración positiva, y, en sentido contrario, cuando es con la negativa. Si se modifica a través de la familia EVALUACIÓN (505), resulta interesante su abundante coincidencia con PROCESOS (471), y con MEDIOS (444). En cambio, hay pocas coocurrencias en el caso de los OBJETOS CRÍTICOS (79), la ORIENTACIÓN con 28, las VARIABLES (26) y el CONTEXTO comunicativo y de acción, 14.

7.e.- Religión: El código religión sólo se ha aplicado estrictamente a las referencias expresas con la identidad o costumbres de origen moral o religioso; aparece junto a la etiqueta árabe cuando está relacionado además con la coincidencia cultural. En total, aparece 27 veces sobre la denotación hacia la religión islámica o con la identidad relacionada con la fe en esa religión. La EVALUACIÓN está a la cabeza de las coocurrencias (23), al igual que con OBJETOS CRÍTICOS (23). Le siguen MEDIOS (21), PROCESOS (14), ORIENTACIÓN (11), CONTEXTO (9) y VARIABLES (2).

7.f.- Género: Esta aplicación del código género se vincula con la interpretación en la cultura local de esta categoría, en sentido de su evaluación. Son 52 etiquetas que se refieren a la construcción social de la diferencia en sentido tradicional, así como a la interpretación en la clave cultural local del papel de la mujer en la sociedad, según la atribución de funciones, de identidad y de comportamiento social. Como código, género recibe poca modificación en coincidencia con PROCESOS (24), mientras que aparece casi siempre junto a la valoración de la familia EVALUACIÓN (49) seguida de OBJETOS CRÍTICOS (36). Respecto a ORIENTACIÓN y VARIABLES, coincide el resultado de 17; para MEDIOS (5) y respecto a CONTEXTO, 12.

7.g.- Sur: Como oposición a los estereotipos del Norte, del desarrollo y la opulencia, aparece en 36 ocasiones a veces como una expresión de la colonialidad o una estrategia de poder simbólico. Excepto en una ocasión, coincide con EVALUACIÓN (35), mientras que con OBJETOS CRÍTICOS y PROCESOS arroja un idéntico resultado: 22. Respecto a VARIABLES, hay 14; ORIENTACIÓN y MEDIOS muestran las mismas coincidencias (8) y, por último, con CONTEXTO 5.

La familia IDENTIDADES, además de las coocurrencias con otras categorías de códigos que ya hemos detallado, está vinculada a VARIABLES en 450 ocasiones.

8.- Familia VARIABLES: Como elementos de esta familia hay codificadas 635 referencias que guardan relación con otros factores que se incorporan a los discursos y procesos, que perfilan las percepciones, necesidades y deseos de los hablantes, así como respecto a las orientaciones en los que se reflejan elementos de modificación de los mismos.

8.a.- Capital social: Esta variable se muestra 52 veces para expresar la visión colectiva y los recursos solidarios que ayudan a generar riqueza en un concepto amplio, modificada por una EVALUACIÓN en 48 de ellas. Los OBJETOS CRÍTICOS tienen una coincidencia de 39, las IDENTIDADES de 29, con los PROCESOS muestran 25. El resto de los resultados son: CONTEXTO (20), ORIENTACIÓN (17) y MEDIOS, 6.

8.b.- Dinero: El código, que expresa la economía cuantitativa y los beneficios económicos, así como propiamente el dinero, se refleja 280 veces. Respecto a EVALUACIÓN hay un total de 265 coincidencias, mientras que con OBJETOS CRÍTICOS son 218, con IDENTIDADES hay 197 y con PROCESOS, 173. Por último, hacia ORIENTACIÓN (92), CONTEXTO (90) y MEDIOS (51).

8.c.- Trabajo: En 183 momentos, las conversaciones y entrevistas mencionan el trabajo, las relaciones de ese ámbito, el desempleo o los motivos laborales. La EVALUACIÓN acompaña a este código en 176 momentos, mientras que la IDENTIDADES en 135. Los OBJETOS CRÍTICOS y los PROCESOS se equiparan en 129; las coocurrencias menores son las de ORIENTACIÓN (71), CONTEXTO (51) y MEDIOS (12).

8.d.- Educación: La educación, el nivel educativo, las titulaciones y la formación aparecen en 109 ocasiones. En general, se menciona ligada al concepto movilidad, que amplía la percepción de las migraciones como un proyecto laboral y económico así como una muestra de las carencias del país. Por eso figura de forma destacada entre las percepciones negativas sobre Marruecos o sobre el Sur. En este código, la EVALUACIÓN (106) resulta especialmente significativa respecto al resto de familias: OBJETOS CRÍTICOS (84), IDENTIDADES y PROCESOS (60), la ORIENTACIÓN (48), el CONTEXTO (35) y los MEDIOS (5).

8.e.- Turismo: Como modelo de movilidad ligado al consumo o a un estilo de vida, así como al ocio y el tiempo libre, figura en 138 momentos diferentes, aunque también lo hace como expresión de la movilidad deseable y de prestigio social. El código está modificado por EVALUACIÓN (132) y por OBJETOS CRÍTICOS (126) como relaciones de coocurrencia prioritarias. Después por CONTEXTO (89), IDENTIDADES (62), PROCESOS (45), ORIENTACIÓN (34) y MEDIOS (3).

8.f.- Calidad de vida: 81 códigos de esta categoría, que incluyen ideas sobre la salud y los servicios básicos, se expresan como un estilo de vida que se considera superior por el hablante. Aparece recurrentemente como expresión de los imaginarios occidentales, en valoración positiva, así como en negativa respecto a Marruecos. La familia EVALUACIÓN coincide en la casi totalidad de los códigos, con 80, y después de siguen OBJETOS CRÍTICOS (63) muy similar en resultados a IDENTIDADES (64) y a PROCESOS (59). Los resultados bajan en ORIENTACIÓN (28), en CONTEXTO (24) y, en último lugar, MEDIOS (22).

8.g.- Poder: Los 29 códigos de poder agrupan expresiones sobre la influencia o coacción en relaciones asimétricas tanto en la acción como en la construcción de significados. Poder coincide con algún código de EVALUACIÓN en 27 momentos, después con OBJETOS CRÍTICOS (23) y con IDENTIDADES (25). Relaciones menos frecuentes son las que indican coocurrencia con MEDIOS (15) y con PROCESOS (14); para las familias CONTEXTO y ORIENTACIÓN se produce el mismo resultado de 4 etiquetas.

La densidad obtenida por la mayoría de las familias es suficiente para comprender el peso que en los discursos sociales adquieren los temas que se investigan y en los que se quiere profundizar. Al margen de la familia EVALUACIÓN que, como se ha visto, alcanza la máxima codificación (4.207) ya que supone un doble uso, los OBJETOS CRÍTICOS logran la máxima presencia con 3.005 etiquetas, una densidad en la que coincide tanto la centralidad de los cuestionarios como el interés de los discursos de los hablantes en las cuestiones a las que se refieren y que con objeto principal de análisis. Para dar una idea de la procedencia de las informaciones y de la incorporación de los discursos sociales y mediáticos, tenemos un total de 2.560 códigos en PROCESOS, así como 2.490 en IDENTIDADES, que señala la discriminación que se ha recogido sobre la procedencia de los mensajes así como la presencia de las referencias geográficas e identitarias mencionadas y que se relacionan en muchos casos con los MEDIOS de comunicación (2.296). El nivel de saturación baja significativamente cuando se trata del CONTEXTO (976) y de la ORIENTACIÓN (804). En cuanto a VARIABLES, como su nombre indica, es un complemento menos representativo y por ello se registran 635 códigos.

5.2.2.- Los informantes

En la orientación para seleccionar los informantes de esta investigación se ha tratado de localizar los más diversos y complementarios puntos de vista a través de diferentes técnicas y criterios que ya detallamos en el capítulo anterior. El resultado es una variada muestra de perfiles que dibujan la pluralidad de un proyecto común de movilidad.

La muestra se presenta según cuatro categorías diferenciadas para estimar el peso de cada uno de los segmentos.

En primer lugar, sobre el conjunto de los informantes de las encuestas, grupos de discusión y entrevistas, se ha establecido un cuadro comparativo de las variables sociodemográficas, distribuidas en edad, profesión y estudios, que resumimos a continuación. Del total de 204 informantes, la tabla presenta 94 hombres y 110 mujeres. Aunque en la realización del trabajo de campo, el número de mujeres entrevistadas o que han participado en los grupos de discusión es mucho menor, se equilibra con la encuesta realizada en la Universidad Abdelmalek Esaâdi en la que en las aulas donde se pasó la encuesta el número de universitarias es superior (96), mientras que hay 65 estudiantes de género masculino en el cómputo total de la muestra. Coincide con la mayoritaria presencia de las mujeres en la Universidad a la que se han incorporado tardíamente pero en un volumen creciente y superior a los hombres. En concreto, en las entrevistas participaron 15 mujeres y 17 hombres, mientras que en los grupos de discusión hay mayor desproporción, con 18 hombres y 7 mujeres, ya que sólo se registró un grupo femenino de 5 componentes y otro mixto en el que participaron 2. La distribución, en relación con la edad, pivota claramente a partir de los 30 años hacia el lado masculino de forma clara y ello se debe, en parte, al hecho de que los ámbitos en los que ha tenido lugar el trabajo de campo el control patriarcal es muy fuerte, así como a la menor participación femenina en los grupos de discusión que ya se ha mencionado.

En su distribución por edad, se registra una fuerte concentración en el segmento comprendido entre los 18 y los 30 años, que coincide con las edades mayoritarias de los estudiantes de la Universidad de Tánger, así como con la distribución de la pirámide de población de Marruecos.

En el tramo de inferior rango, de 10 a 18 años, son en su mayoría adolescentes,

aunque también se incluye a algunos estudiantes universitarios precoces; en este segmento no hay aportación de los grupos de discusión en los que quienes intervinieron superan la edad máxima de la categoría. Del caso de las entrevistas también hay adolescentes, concentrados especialmente en las localidades rurales de Ain Chgag y Ouled Yaich que, en total, suman 5 en total a ese rango de edad. Entre los 30 y los 40 años, en su gran mayoría tenemos a miembros de los grupos de discusión, así como del bloque más importante de las entrevistas. Para el rango de 40 a 50 años, siempre en mayoría masculina, tenemos que también se concentra la aportación de los grupos que han participado en el debate. Las entrevistas, en este caso, también se muestran más abundantes que las femeninas. De entre 50 a 60 años, hay sólo un caso de estudiante procedente de la muestra de las encuestas, mientras que en totalidad han participado en las entrevistas cualitativas del trabajo de campo. Por último, los de mayor edad en un rango de edad comprendido entre los 60 y los 75 años, son en exclusiva informantes que han participado en las entrevistas, ya que ninguno de los grupos tenía convocados a personas de esa edad ni tampoco se registró ninguna encuesta.

Según el criterio de la profesión, la totalidad de la muestra presenta un sesgo hacia los estudiantes aportados por Tánger, mientras que para el resto –es decir, para entrevistas y grupos–, hay una diversidad mucho mayor: como ama de casa hay 7 etiquetas, todas ellas mujeres, mientras que 1 capataz, 8 empresarios, 2 funcionarios, 3 peones y 2 parados, son todos hombres. Además, se incluye la aportación de 8 profesores entre las que sólo hay una mujer. Lo más llamativo en este caso es la representación de las mujeres en el mundo laboral: 7 amas de casa, 7 asalariadas y 1 profesora, frente a 95 estudiantes.

Por último, en la estructura distributiva que atribuye la formación, sólo se incluye el resultado de los grupos y las entrevistas –ya que el resto en su totalidad son estudiantes de la Universidad–. Con este conteo, hay 15 titulados superiores, de los que sólo dos son mujeres. Como bachillerato se registran 12 entradas en su mayoría masculinas, en primaria hay un total de 9, 7 hombres y 2 mujeres, mientras que en el de los que no han cursado estudios sí hay una mujer más, con un total de 11.

Cuadro 5.1. Características sociodemográficas de los informantes

		<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Total</i>
<i>Edad</i>	<i>10-18</i>	4	4	8
	<i>18-30</i>	65	96	161
	<i>30-40</i>	11	5	16
	<i>40-50</i>	10	1	11
	<i>50-60</i>	2	4	6
	<i>60-75</i>	2	0	2
<i>Profesión</i>	<i>Ama de Casa</i>	0	7	7
	<i>Asalariado</i>	13	7	20
	<i>Capataz</i>	1	0	1
	<i>Empresario</i>	8	0	8
	<i>Estudiante</i>	55	95	150
	<i>Funcionario</i>	2	0	2
	<i>Paro</i>	2	0	2
	<i>Peón</i>	3	0	3
	<i>Periodista</i>	3	0	3
	<i>Profesor</i>	7	1	8
<i>Estudios</i>	<i>Bachillerato</i>	8	4	12
	<i>Primaria</i>	7	2	9
	<i>Sin estudios</i>	5	6	11

Fuente: Elaboración propia

En segundo lugar, se ha clasificado la totalidad de la muestra en función del área de residencia alrededor de los conceptos de rural y urbano y como en el caso anterior, sólo se cuantifican las encuestas y entrevistas. Así tenemos 22 registros rurales y 36 urbanos.

Una cuestión significativa al respecto es la de la distribución geográfica por localidades en la que la muestra se da un reparto distributivo que se concentra de forma significativa en la ciudad a Beni Mellal (9) y en las zonas rurales de las inmediaciones (9), aportando en su conjunto 18 informantes. Esta deliberada concentración se debe al objetivo de alcanzar uno de los focos migratorios más importantes del país, especialmente en el caso de la movilidad irregular que caracteriza el patrón de comportamiento de la región.

Al margen de esto, ciudades medias como Tetuán o Mecknes acumulan un total de 15 participantes, mientras la muestra es más representativa en comarcas rurales alrededor de localidades como Ain Chgag, El Hayeb, Azrou, y las de Ouled Yaich y

Timoulit, enmarcadas en el conjunto de Beni Mellal, pero en zona rural.

Las grandes ciudades como Rabat (5) o Tánger (8) están representadas en su conjunto más por la atribución de las encuestas que suman a esos resultados un total de 144.

Cuadro 5.2. Coocurrencia local/rural-urbano

	Rural	Urbano	Total
<i>AIN CHGAG</i>	7	0	7
<i>AZROU</i>	3	0	3
<i>RABAT</i>	0	5	5
<i>TETUAN</i>	0	10	10
<i>BENI MELLAL</i>	9	9	18
<i>EL HAYEB</i>	3	0	3
<i>MECKNES</i>	0	5	5
<i>TANGER</i>	0	7	7

Fuente: Elaboración propia

En tercer lugar, para tratar de aproximarnos a los movimientos internos de población, hemos segmentado la muestra en varias características vinculadas con el arraigo, y la experiencia de movilidad familiar. La totalidad de los datos se atribuyen exclusivamente a la aportación de entrevistas y grupos de discusión, ya que no era una información que se solicitara durante la realización de la encuesta. La mayor parte del primer grupo –es decir, de entrevistas cualitativas y grupos de discusión– presentan una alta estratificación en función del arraigo. Y decimos esto, porque el patrón de la movilidad interna marroquí es desde luego otro muy diferente. Sin embargo, el hecho de que el bloque más numeroso sea, con seguridad el que aportan las entrevistas, muchas de ellas realizadas en ámbito rural permite comprender esta información. En la mayoría de los casos no han iniciado siquiera los modelos de movilidad de los migrantes, ni hacia el interior –como éxodo rural/urbano- ni hacia el extranjero. De hecho, en muchos casos se trata de un criterio de selección, ya que consideramos que los testimonios de personas con arraigo y sin experiencia propia sobre los mundos posibles de la migración podrían aportar mayor cualidad explicativa a la cuestión del imaginario.

A pesar de este empeño, la cuestión sobre la movilidad familiar como un patrón de conducta arroja una diferencia muy significativa ya que, como hemos mostrado en el

capítulo “De lo local y de Marruecos” la emigración es un fenómeno que cruza a la totalidad de la sociedad marroquí y que todo el mundo tiene familiares que migraron o que se encuentra en la actualidad en el extranjero.

Cuadro 5.3. Coocurrencia Arraigo-Experiencia familiar de movilidad

	<i>Arraigo</i>		<i>Experiencia familiar de movilidad</i>	
	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>Sí</i>	<i>No</i>
Hombres	20	17	29	11
Mujeres	17	5	19	3
<i>Total</i>	37	22	48	14

Fuente: Elaboración propia

Para tratar de acercarnos a la cuestión de cómo influye la distribución geográfica en la movilidad, también hemos realizado una distribución de la muestra según los códigos agrupados en criterios de familias en relación a la localidad. Las muestras no resultan representativas ni significativas para el caso de pequeñas localidades en las que se ha cuestionado a un número bajo de personas, como es el caso de Ain Chgag, Azrou, o El Hayeb, que atribuimos a los procesos de control social y conformidad que se registran en interacciones tan densas, así como al hecho de que en varios casos hay entrevistas a miembros de la misma unidad familiar. El caso de Beni Mellal, en el que los informantes se reparten por igual entre rural y urbano, tenemos que los resultados están muchos más equiparados y que, incluso, se registra uno muy similar entre EVALUACIÓN (35) y OBJETOS CRÍTICOS (34) y, un poco más lejos, IDENTIDADES (28). Sí comienzan a mostrar divergencias con la amplitud de la muestra seleccionada en el caso de ciudades como Tánger en la que el resumen de resultados vincula los testimonios a PROCESOS Y OBJETOS CRÍTICOS, al igual con 46, y le sigue IDENTIDADES con 43. Rabat en donde, al margen del habitual predominio de las etiquetas de la familia EVALUACIÓN, le siguen los OBJETOS CRÍTICOS (58), las IDENTIDADES (45), los PROCESOS (44), y los MEDIOS (40). Para el caso de Tánger, la distribución se inclina de forma igualitaria entre PROCESOS y OBJETOS CRÍTICOS (46), seguido de IDENTIDADES. En ciudades medias como

Mecknes, los OBJETOS CRÍTICOS (27) y las IDENTIDADES (25), son los más representativos. Por último en Tetuán, la atribución de resultados se reparte así: OBJETOS CRÍTICOS (26), mientras que CONTEXTO, ORIENTACIÓN y VARIABLES quedan equiparadas a 17.

Cuadro 5.4. Relación entre localidad y familias

	<i>Ain Chgag</i>	<i>Azrou</i>	<i>Rabat</i>	<i>Beni Mellal</i>	<i>El Hayeb</i>	<i>Mecknes</i>	<i>Tánger</i>	<i>Tetuán</i>
<i>PROCESOS</i>	7	3	44	26	3	17	46	16
<i>MEDIOS</i>	7	3	40	26	3	6	38	11
<i>CONTEXTO</i>	7	3	30	31	3	11	31	17
<i>ORIENTACION</i>	7	3	21	17	3	19	30	17
<i>EVALUACION</i>	7	3	62	35	3	28	58	29
<i>OBJETOS CRITICOS</i>	7	3	58	34	3	27	46	26
<i>IDENTIDADES</i>	7	3	45	28	3	25	43	17
<i>VARIABLES</i>	7	3	24	23	3	21	29	15

Fuente: Elaboración propia

Otra información de interés en la investigación sobre la comunicación y la movilidad la aporta los patrones de consumo de medios distribuidos por género. Como ya se ha detectado en el resto de la investigación y en el análisis contextual, la televisión es, desde luego, el principal medio de comunicación consumido por los marroquíes y también en la muestra queda reflejado. Esta concentración tiene a su vez un reparto entre los grupos de televisión –dentro del criterio de la geografía de la producción– que ya venimos detallando como árabe (132, mayoritario masculino con 72), occidental que suma un total de 111 (de nuevo mayoritario masculino y a mayor distancia que la anterior, que llega a 70) y, finalmente, marroquí que suma 95 resultados y pone en evidencia que se trata de una televisión de muy bajo consumo para ser una nacional estatal. Con esta información queda claro que menos del 50 % de los encuestados consumen con frecuencia esa producción audiovisual.

Como otros medios, que agrupa en general el consumo de medios positivo, pero también los específicos de la radio o la prensa, las codificaciones bajan de forma significativa a 89, mientras que parece más representativo el uso de Internet, sobre todo dado que gran parte del trabajo de campo tiene también una orientación rural e incluye a

personas sin estudios o que simplemente se han escolarizado en primaria. El uso creciente de Internet, al menos por el resultado de las entrevistas cualitativas, encuestas y grupos de discusión está estrechamente vinculado a la migración tanto en la canalización de proyectos más concretos, generalmente asociados a estrategias matrimoniales por parte de personas de los dos sexos. Más interesante todavía es la presencia creciente de mujeres o bien analfabetas o de bajo nivel educativo en los ciber que, con el estímulo del contacto familiar con sus migrantes, han desarrollado destrezas e incluso solvencia en el manejo de las nuevas tecnologías. En muchas ocasiones sus iniciadores en el mundo de la comunicación digital son sus propios hijos o familiares jóvenes que les acompañan para garantizar que establezcan la comunicación deseada y, pasado un tiempo de visitas a los locales de Internet, finalmente las mujeres aprenden de memoria o intuitivamente los pasos necesarios para mantener el contacto con los migrantes.

Cuadro 5.5. Coocurrencia entre consumo de televisión y medios

	<i>Televisión</i>			<i>Otros medios</i>	<i>Internet</i>
	<i>Árabe</i>	<i>Occidental</i>	<i>Marroquí</i>		
<i>Hombres</i>	72	70	61	41	50
<i>Mujeres</i>	60	41	34	48	52
<i>Total</i>	132	111	95	89	102

Fuente: Elaboración propia

5.3.- Las correlaciones más significativas en densidad

El resumen de este conjunto de coocurrencias muestra varias tendencias significativas de cara a la hipótesis que se plantea en esta investigación, sobre todo si se tiene en cuenta el objetivo prioritario de la tesis en cuanto a la relación entre los mensajes mediáticos y los deseos de movilidad de los aspirantes a la migración.

De una parte, la alta incidencia de la familia EVALUACIÓN se debe a que en ella concurren –especialmente en la aportación de los códigos positivo y negativo– no sólo procesos propiamente valorativos sino también la incidencia de códigos de diferentes familias de forma activa. Así, esta categoría de etiquetas precisa, incluso para estimar su densidad, de un análisis más profundo que aportaremos en la siguiente sección.

Tratamos aquí de mostrar de forma resumida los mapas mentales que se definen por la vinculación entre ideas, procesos, orientaciones, y conceptos desgranados del trabajo de campo a la manera de mapas mentales que reflejan de forma constante la mayor parte de los informantes en sus testimonios. Esos mapas presentan la mayor coincidencia con los OBJETOS CRÍTICOS como códigos de análisis de la situación. De hecho, se trata de la familia más productiva ya que logra un total de de 3.005 etiquetas, entre las que alcanza una significación especial la categoría de códigos de movilidad, que aporta un total de 1.608.

De la misma forma hay que destacar la presencia abundante de etiquetas que guardan relación con la familia PROCESOS y que suman, como mencionamos antes, un total de 2.560, pero además se concentran de forma muy importante alrededor de la mediación, dado que se encuesta de forma sistemática sobre la recepción y la audiencia de los medios de comunicación. La mediación obtiene un total de 1.420 codificaciones en una coincidencia muy grande con la totalidad producida por la familia MEDIOS 1.366. En tercer lugar, la familia IDENTIDADES suma un total de 2.490, entre las que destaca a distancia del resto, la de Occidente con un total de 1.186. A continuación, MEDIOS es la siguiente con mayor número de etiquetas, que arroja en su conjunto, es decir, no vinculada a ninguna otra etiqueta ni conjunto de ellas, el total de 2.296 códigos. De nuevo en este caso, la agrupación está muy concentrada alrededor de la televisión (1.943).

Las dos familias restantes no destacan por su cuantificación en términos absolutos: **ORIENTACIÓN** registra en total 804 etiquetas pero son fruto de forma mayoritaria de uno sólo de ellos, la emoción (542); al igual que en la familia **CONTEXTO** que resulta muy significativa por la concentración que genera alrededor del contexto social, en el que se registran 693 códigos.

Por tanto, tendríamos –antes de un análisis más profundo y refutado– que los mapas mentales muestran una incidencia de la movilidad y la mediación de la televisión de Occidente, con una orientación emocional y social.

5.4.- Las relaciones prioritarias

Las relaciones prioritarias entre códigos y familias se establecen en función de los objetivos de la tesis que hemos detallado en el capítulo anterior, así que ahora haremos operativas de la siguiente forma:

1.- Dado que la primera de ellas trata de establecer el nexo entre el impulso a las migraciones, la relación con los medios de comunicación –y, más en concreto, con la televisión– y el proceso comunicativo en el que se genera el sistema de información alrededor de la movilidad, es imprescindible realizar operaciones entre estos elementos.

1.a.- En primer lugar, sería necesario encontrar los orígenes del impulso a la migración, a través de tres elementos del sistema de ORIENTACIÓN del sujeto –que se expresan a través de los códigos motivación, expectativas o emoción– y si en presencia de alguno de ellos se registra una vinculación con la movilidad en cualquiera de sus dimensiones e incidencias. Por tanto, buscamos las relaciones entre códigos de la familia ORIENTACIÓN, con el de movilidad (580). En su desglose, se obtienen tres códigos sobre los que realizamos búsquedas que permitan discernir los resultados.

1.a.1.- El código motivación (63) con el de movilidad 1.608, produce en relación el siguiente resultado: motivación/movilidad, 59

1.a.2.- En segundo lugar, buscamos la vinculación que se registra entre expectativas (223) y movilidad (1.608) para obtener una correlación expectativas/movilidad: 202 resultados.

1.a.3.- En tercer lugar, las relaciones entre emoción, que como código alcanza una densidad de 543, y movilidad (1.608) de la que surge la pareja emoción/movilidad: 339.

1.b.- De otra, la relación de la familia ORIENTACIÓN con los códigos relacionados con MEDIOS produce unos resultados de 285 codificaciones coincidentes, mientras que la misma consulta en sentido contrario registra un total de 317. De esta forma, buscamos coincidencias entre las tendencias que

sugieren la vinculación entre ORIENTACIÓN y MEDIOS por si se registra coocurrencia con la relación que se establece.

1.b.1.- La primera de estas búsquedas opera en la vinculación motivación/MEDIOS en la que sólo hay una incidencia de 2 resultados.

1.b.2.- Ahora, entre expectativas y MEDIOS hay una relación de coocurrencia que fructifica en 143 referencias, que son todas de la unión expectativas/televisión.

1.b.3.- Y la que se puede establecer entre emoción/MEDIOS que refleja una suma de 146, de los que 138 son de emoción/televisión, porque emoción/otros medios queda reducido a 8.

1.c.- En tercer lugar, se opera en la relación entre las familias ORIENTACIÓN/PROCESOS con un resultado de 377. Esa cifra muestra los siguientes aspectos diferenciales, en los que los códigos de expectativas y emoción son los más significativos: emoción/PROCESOS 197, expectativas/PROCESOS 168 y motivación/PROCESOS 21. En el desglose de las más representativas, resulta que expectativas/mediación registra un total de 144 coocurrencias, mientras que emoción/mediación produce 126 resultados, emoción/interacción fructifica en 37 y expectativas/interacción, en 6.

1.b.- En cuarto lugar, tratamos de desmenuzar la coocurrencia entre las familias MEDIOS/PROCESOS, de alta productividad y resultados (1.558).

1.d.1.- otros medios/PROCESOS: 54, de las que 51 son fruto de otros medios/mediación.

1.d.2.- televisión/PROCESOS: El código televisión, como ya reflejamos, tiene una incidencia muy alta en resultados, ya que aparece codificado en 1.943 ocasiones, que para esta relación quedan reducidos a 1.352. En su desglose, tiene más repercusión mediación/televisión (1.346) que interacción/televisión, que registra 187.

1.d.3.- Internet/PROCESOS: Internet es un código que registra una densidad de 154 etiquetas, de las que, realizada la consulta, 152 están vinculadas con la interacción y 2 se producen entre Internet/mediación.

1.d.4.- móvil/PROCESOS: Los tres códigos de móvil están vinculados con PROCESOS, fruto de la etiqueta interacción.

1.e.- En quinto lugar, una vez realizadas las consultas sobre todo tipo de relaciones, podemos operar entre los elementos de la vinculación principal para esta hipótesis, a través de las siguientes relaciones prioritarias.

1.e.1.- ORIENTACIÓN/movilidad: Esta relación, como hemos mostrado con anterioridad produce (580), en su desglose en los diferentes códigos, las densidades siguientes que resultan bastante elocuentes: emoción/movilidad: 339; expectativas/movilidad: 202, y motivación/movilidad: 59.

1.e.2.- ORIENTACIÓN/movilidad/MEDIOS: A su vez, respecto a la anterior vinculación dentro de la familia MEDIOS, reduce su cuantía a 176 coocurrencias que también se pueden visualizar en su desglose entre los tipos de orientación: primero la que se registra en expectativas/movilidad/MEDIOS (141), emoción/movilidad/MEDIOS (39), y motivación/movilidad/MEDIOS: 2.

1.e.3.- Los mismos resultados, analizados por los diferentes MEDIOS, permiten otra visión del análisis, ya que la relación con la televisión vuelve a mostrar unos resultados muy claros respecto a su densidad: ORIENTACIÓN/movilidad/televisión (172), a mucha distancia están los resultados de ORIENTACIÓN/movilidad/otros medios (3) y los de ORIENTACIÓN/movilidad/Internet (2), mientras que para el caso de ORIENTACIÓN/movilidad/móvil no hay coincidencias.

1.e.4.- ORIENTACIÓN/movilidad/MEDIOS: Entre estos nexos se produce idénticos resultados que comparados con la familia PROCESOS (176) –así como con los diferentes códigos que la componen–, pero en la mayor parte de los casos en que se aplica un desglose su productividad es nula. Esta es la razón por la que sólo reseñamos las que obtienen alguna coocurrencia positiva, que en la mayor parte de los casos son de insignificante relevancia.

Sólo se registra una coincidencia en tres casos, cuando se relaciona con las expectativas, con la movilidad, con otros medios y con

la mediación; así como con la relación motivación, movilidad, televisión y experiencia; y, por último, entre emoción, movilidad, Internet, y experiencia.

Hay cuatro casos que arrojan un resultado de dos coincidencias: entre emoción, movilidad, otros medios y mediación; entre motivación, televisión y mediación; entre emoción, movilidad, televisión e interacción; y, el último caso, que se produce entre emoción, movilidad, Internet e interacción. Por tanto, los únicos significativos son: expectativas/movilidad/televisión/mediación (141), los nexos entre emoción/movilidad/televisión/mediación (35), y ya, de una forma menos representativa, emoción/movilidad/televisión/experiencia que registra 4 situaciones de coincidencia, frente a las 2 de la relación que se establece entre emoción/movilidad/Internet/interacción.

Sólo hay dos vinculaciones que merecen una revisión más detallada en los que participan la televisión y la mediación, por un lado, respecto en un caso a la emoción y, en otro, a las expectativas.

2.- La segunda de las hipótesis por contrastar a través de la densidad y coocurrencia es la que se establece entre el modelo de televisión, en relación con la producción de origen, con la movilidad y el CONTEXTO –social, familiar, de redes o del sujeto– en el que se consume el producto televisivo y se toma la decisión migratoria.

El consumo de medios y, en especial, de la televisión muestra el grado de proximidad a los modelos televisivos y a su identificación con ellos. Por eso, en primer lugar, nos centramos en conocer qué uso y consumo hacen de las diferentes televisiones, tanto la nacional como las transnacionales, los informantes del trabajo de campo.

2.a.- La consulta sobre el consumo de televisión arroja un total de 533 codificaciones que será necesario procesar a través de las cadenas de mayor audiencia según se reflejó durante la realización de las entrevistas, las encuestas y los grupos de discusión.

2.a.1.- Televisión/árabe: suma 344 códigos, de los que tienen signo positivo 243 y negativo, 118. La evaluación que recibe, en términos de

credibilidad, se registra a través de la combinación confirmación (23) y positiva (19), que aparece matizada por un negativo en 16 ocasiones; otra forma de valoración se expresa en función del código intercultural (28) y a través del de identidad (39). Resulta significativa también, en este sentido, su asociación con códigos de ORIENTACIÓN, concentrados en su totalidad en el de emoción, mientras que 61 codificaciones son nulas en expectativas y motivación. Los PROCESOS también están muy concentrados alrededor de la mediación, con 117 (experiencia, 22; interacción, 11).

Por último, en este caso las asociaciones con el resto de los códigos son mucho más bajas: 31 resultados para ciudadanía, 15 para imaginario y religión. De nuevo, la relación entre árabe (en cualquiera de las consultas realizadas) con movilidad es muy poco significativa, ya que sólo coincide en 10 ocasiones, una más que con poder y dos más que con dinero (8). Televisión árabe aparece asociado a capital social 3 veces, y dos a calidad de vida, al igual que con frontera y Sur, ninguna en relación a trabajo o a turismo. El par televisión/árabe tiene una vinculación superior con familia (21) que con social (18), como expresión de las prácticas públicas de consumo y de los dispositivos de control social al respecto.

Visto desde la relación consumo/televisión/árabe, tenemos que aparece reflejado en 192 ocasiones, con evaluación positiva 133 y asociado a algún aspecto negativo, 60. La unión con emoción baja, en presencia del código consumo como modificador de la televisión árabe, a 15, la identidad a 6 e intercultural a sólo 1.

2.a.2.- Televisión Marruecos: baja el número de resultados respecto al que se había detectado para el mismo código asociado a árabe a 311, con un predominio de las evaluaciones negativas asociadas (184) mientras que las positivas son 158. En términos de identidad se une en 32 ocasiones, mientras que en intercultural son 20. La relación descriptora de la credibilidad se resuelve con confirmación (24) y negativo (20) de forma mayoritaria (positiva, 12). La ORIENTACIÓN también se concentra en este caso alrededor de la emoción (44) pero sin embargo sí

aparece alguna incidencia del código expectativas (4) y sólo 1 de motivación. Respecto a los PROCESOS, de nuevo se pone a la cabeza mediación con 99 resultados, pero experiencia sube de una forma significativa a 27 e interacción se resuelve con 9.

Del resto de las etiquetas, destaca ciudadanía (46) como una preocupación asociada a ese modelo televisivo, y después imaginario con 26, que supera a la movilidad, con 14 códigos, con los valores más bajos asociados a los medios de comunicación. El código dinero aparece en 14 ocasiones, el de poder en 8, calidad de vida (5) y capital social muestra 3 coocurrencias, un número idéntico del que refleja con frontera y con religión. Hay dos códigos de vinculaciones con Sur mientras que una sola con educación, turismo, y trabajo. Este conjunto, respecto al CONTEXTO, registra como más destacado el familiar con 15 y en segundo lugar el social con 11.

Visto desde el consumo, la televisión de Marruecos, asociada tanto en sentido positivo (96) como negativo (95) aparece reflejado en 185 ocasiones. Así, la emoción baja a 9 resultados, la identidad a 5 y la asociación con intercultural es de 2.

2.a.3.- Televisión Occidente es la más productiva (673) en las asociaciones de códigos en términos positivos (382) o negativo (335). Aquí la confirmación alcanza 172 vinculaciones, más numerosas en relaciones de términos negativos (135) mientras que positivos alcanza 52. Respecto al valor intercultural, hay un número de coincidencias de 46, superiores a las de identidad (23). La ORIENTACIÓN, en este caso, se concentra en las expectativas con 84 vinculaciones, seguida de la emoción (60) que es también significativa, mientras que la motivación sólo figura en 2 ocasiones. Respecto a los PROCESOS, la mediación tiene 466 códigos asociados, la interacción a 137, mientras que la experiencia alcanza 44.

El repaso de las demás familias fructifica como la relación más significativa con imaginario (319) y con movilidad (251). A mucha distancia le siguen ciudadanía (35), dinero (24), calidad de vida (18), poder (9), trabajo (8), capital social (6), frontera y Sur arrojan 5

codificaciones cada una. Por último, educación y religión aparecen sólo dos veces, mientras que turismo lo hace 1. En relación al CONTEXTO, aquí se registra la más productiva de las vinculaciones sobre los discursos que mencionan la televisión de Occidente, que ligados a otros códigos, tienen una conexión social de 144, frente a una familiar de 10.

En cuanto a la relación consumo/televisión/Occidente alcanza 188, en relación con etiquetas positivas 113, mientras que negativas son 80. En función de la emoción sólo alcanza 9 códigos, de la identidad 5 y en la intercultural coincide en dos ocasiones.

2.b.- Entre las tres opciones de televisión/IDENTIDADES/CONTEXTO se produce una gran diferencia de resultados cuando se busca la vinculación de códigos relacionados con el tipo de televisión y la movilidad.

2.b.1.- Para el caso de la televisión/árabe esta relación sólo produce 10 resultados que no arrojan ningún resultado cuando se consulta por las cuatro opciones de la familia CONTEXTO.

2.b.2.- De nuevo, la más significativa de las relaciones es la que tiene lugar entre la televisión Occidente y la movilidad con 251 resultados, que adquiere significación en el CONTEXTO/social con 130 coocurrencias, mientras que con familia o con redes no arroja coincidencias, y con sujeto sólo hemos encontrado una.

2.b.3.- La relación de la televisión de Marruecos (311) respecto a la movilidad fructifica en 24 ocasiones que, en su atribución dentro de la familia CONTEXTO, sólo es significativa para el caso del ámbito social y, aún así, genera 4 relaciones.

3.-La tercera de las hipótesis centrales de esta investigación busca una relación directa entre el modelo de televisión –entendida como una producción etnocéntrica, parcial y direccional– y la identidad de los migrantes.

3.a.- Las relaciones de la televisión/árabe, de una parte, con la etiqueta intercultural; en segundo lugar con la de identidad; y, por otra, con la de género.

3.a.1.- La relación entre la producción televisiva y la identidad muestra unos resultados en los que se visualiza una identificación mayor en la televisión árabe (39), que respecto a la de Marruecos (32) y, claro está, la de Occidente (23). Resulta todavía más curioso interpretar estos resultados desde el sistema de evaluación de los hablantes en que la televisión árabe aparece correlacionada con la identidad en positivo en un mayor número de ocasiones (39, frente a 23 negativo) que ninguna otra. Es más, se equipara a los resultados de televisión /Occidente /negativo (39, frente a 18 positivo). Para Marruecos es incluso menor la positiva (18) que la coocurrencia con la valoración negativa (21).

3.a.2.- Estas correspondencias se confirman en el análisis de la interculturalidad positiva, en que la televisión árabe obtiene la mayor relación (de un total de 28, 23 positivos, y en negativo 14), la occidental en segundo lugar (46, con 22 evaluaciones positivas) pero con el peso de 39 evaluaciones negativas –que resulta el dato más significativo de este apartado– y, por último, la de Marruecos cuyo total en relación con la interculturalidad es de 20, en los que casi se duplica la opinión negativa (17 frente a 9).

3.a.3.- En cuanto a las referencias a la identidad de género, sólo hay una en nexa con cada tipo de televisión.

4.- Otra de las cuestiones que se plantean en las hipótesis a investigar a través del trabajo de campo trata de visibilizar las expectativas de vida en Marruecos para los hablantes, en todas sus dimensiones, así como las conexiones que se establecen con los mundos de la globalidad definidos a través del imaginario y el paisaje mediático.

Para operar con estos valores, primero establecemos relaciones entre las expectativas (223) y la calidad de vida (9) en Marruecos (8), en las que abunda una posición negativa (7), aunque bastante equiparada, en principio, con la positiva (5). Dado que es una relación poco elocuente, tratamos de establecerla no sólo respecto a las expectativas sino a la calidad de vida comparada con las otras referencias geográficas.

4.a.- Las relaciones de calidad de vida con la atribución geográfica, con la familia de OBJETOS CRÍTICOS y con las VARIABLES:

4.a.1.- El concepto expresado en el código calidad de vida (81 resultados) aparece ligado a Marruecos en 20 ocasiones, de las que son en negativo la mayoría (16) mientras que en positivo aparecen 10.

4.a.2.- En cambio, en relación con Occidente, hay 47 referencias de las que abunda una vinculación positiva (33), frente a la negativa (23).

4.a.3.- No se ha etiquetado ningún código que permita relacionar los mismos valores en el mundo árabe.

4.b.- Respecto a otros conceptos expresados en esta investigación como OBJETOS CRÍTICOS, hemos encontrado algunas relaciones improductivas como son todas aquellas que, de nuevo, tienen lugar cuando se utiliza como operando el código árabe, al igual que ocurre con las combinaciones que incluyen la etiqueta paisaje mediático. Con el resto de los valores, procedemos de la misma forma para obtener, en su agrupación con el valor de la familia IDENTIDADES de contexto geográfico, datos más relevantes como son:

4.b.1.- Calidad de vida en su vinculación con Occidente (47) se fragmenta en el momento en que se relacionan con los OBJETOS CRÍTICOS de esta investigación en un mosaico de códigos: identidad y frontera obtienen 2 codificaciones en cada caso, 3 consumo y 4 ciudadanía. Mientras, hay otras dos referencias con resultados más relevantes: de una parte, respecto al imaginario con 23 coocurrencias, y con movilidad, que alcanza 45 codificaciones.

4.b.2.- Las etiquetas que permiten establecer nexos entre calidad de vida, Marruecos y los OBJETOS CRÍTICOS son bastante menos significativas. Respecto a frontera presenta un resultado nulo, 1 etiqueta con ciudadanía, 2 para consumo y otras 2 para identidad. Sube de nuevo con imaginario hasta las 4, y con movilidad obtiene 9 (de las que sólo 1 hace referencia al turismo).

4.c.- Pero para hacer operativo este concepto de calidad de vida también es necesario analizar una serie de valores y variables asociados a Marruecos y a Occidente que ayuden a discernir.

4.c.1.- Consumo: De todas las etiquetas es la que proporciona mayor

resultado. En el caso de Marruecos, encontramos 211 codificaciones, que se encuentran muy repartidas en sus valores positivo y negativo (108/106) en las que profundizaremos más adelante. Respecto a Occidente, crece el número de vinculaciones a un total de 238, con 152 positivas y 90 negativas.

4.c.2.- Identidad: Alcanza valores de 126 en el caso de Marruecos, y resulta curioso que la evaluación negativa (75) supere a la positiva (70). En el caso de Occidente llega a 83, que son mayoritariamente positivas (57) frente a las negativas (48). En cambio, analizada desde la interculturalidad tenemos, en relación a Marruecos, un total de 28 etiquetas de las que son negativas la mayoría (16) frente a 11 positivas. También son negativos (65) la mayoría de los resultados de la combinación intercultural/Occidente (89), frente a la opción contraria (30 positivos).

4.c.3.- Dinero: Los resultados en las correlaciones referidas a Marruecos son inferiores (86) a las de Occidente (119). En valor negativo, tenemos que la vinculación en Marruecos es de 62 (52 positivo) frente a la situación contraria, referida a Occidente, en que hay 89 en positivo y 58 en negativo.

4.c.4.- Ciudadanía: La cuestión de la ciudadanía alcanza acotaciones superiores en Marruecos (72) que en Occidente (67), pero en la mayor parte de las situaciones son de valor negativo (Marruecos/ciudadanía/negativo 61, frente a 23 en positivo).

4.c.5.- Trabajo: En este caso, tenemos un panorama similar al que acabamos de describir: Marruecos en relación a trabajo arroja 65 resultados, de los que 52 son en su aspecto negativo y 38 en positivo. En el caso de la codificación Occidente relacionada con trabajo (87), la mayoría es en sentido positivo (64 frente a los 42 negativo).

4.c.6.- Frontera: Con el código Marruecos resultan 7, con 5 en negativo y 2 códigos de positivo. En Occidente, frontera se expresa en 34 valores de los que el negativo suma 30 y 10 positivo.

4.c.7.- Paisaje mediático, por último, arroja un único valor positivo para

Marruecos, mientras que en coincidencia con el código Occidente alcanza 13 resultados en su mayoría de carácter positivo (11).

5.- La última de las hipótesis centrales de la investigación trata de vincular la subjetividad, las emociones y la imaginación en el campo de las migraciones. Dada la complejidad en la operativización de esta consulta, operamos por partes para aproximarnos al sentido principal de la búsqueda.

5.a.- De una parte, los lazos entre emoción y movilidad son productivos en 339 casos, entre los que destaca cuando se vincula a imaginario (46), a identidad (20), y a ciudadanía (19). Con frontera produce 14, 12 con consumo y 1 con paisaje mediático.

5.b.- En segundo lugar, las uniones entre emoción e imaginario (88, de ellas en positivo 78 y negativo, 27) con las que tratamos de encontrar su relación con el resto de los OBJETOS CRÍTICOS: respecto a movilidad produce mayor número de resultados como acabamos de mostrar, con identidad 8, con consumo 6, respecto a frontera 4 y con paisaje mediático 2.

5.c.- Después, hemos indagado por las vinculaciones directas de la movilidad (1.608, en positivo 927 y en negativo 813) con el resto de OBJETOS CRÍTICOS y con las VARIABLES.

5.c.1.- En relación con los OBJETOS CRÍTICOS, tenemos como resultado más productivo de nuevo el imaginario (305), en segundo lugar el consumo (92), después en relación a la frontera (82), la identidad (67), la ciudadanía (51), y, por último, el paisaje mediático 6.

5.c.2.- Entre las VARIABLES con las que se encuentra la movilidad, la mayor en resultados es la del dinero (174), la segunda el turismo (145), la tercera es el trabajo (97) y la cuarta significativa es la educación (73). En relación a calidad de vida tenemos 43 asociaciones, con capital social 33 y con poder, 8.

5.c.3.- Respecto a las localizaciones geográficas, de nuevo nos encontramos con tres relaciones principales:

5.c.3.a.- La vinculación movilidad con Occidente (581), en sentido positivo hay 349, mientras que en el negativo, 303. En función de los OBJETOS CRÍTICOS tenemos que el nexo más interesante se registra de nuevo en relación al imaginario con 245 resultados, seguido del consumo (51), la frontera (37), la ciudadanía (30), la identidad (29) y el paisaje mediático (4). Movilidad/Occidente, relacionado con las VARIABLES produce 92 vínculos con dinero, con calidad de vida (81), con capital social (52), con turismo (35), educación (29), y en relación a poder 4.

5.c.3.b.- Movilidad/Marruecos coincide en 182 etiquetas, con visión positiva arroja 139 y negativa 15. El primer resultado de esta combinación en sentido positivo con las dos familias antes mencionadas, está en el turismo (31), imaginario (30), identidad 26 y consumo 18, mientras que ciudadanía registra 10 coincidencias.

5.c.3.c.- Ahora vemos el nexo entre movilidad y árabe, que vuelve a facilitar el menor número de impactos, sólo 8, y como positivos 6, mientras que negativos son 4.

5.d.- Las relaciones de imaginario (580) tienen trascendencia, densidad e interés para la investigación. Se manifiesta en valor positivo (342) en la mayor parte de los casos (342) y en valor negativo en una proporción algo menor (277).

5.d.1.- En su orientación hacia los paisajes geográficos e identitarios que se abren, tenemos que la vinculación entre imaginario y Occidente produce 477 coincidencias, con Marruecos 50 y con árabe 12.

5.d.2.- Respecto a los OBJETOS CRÍTICOS, los balances resultan de la siguiente forma: además del mencionado de movilidad/imaginario (305), la ciudadanía y el consumo son los más representativos, con 40 resultados. El consumo produce 38, el paisaje mediático adquiere aquí toda su relevancia (31), la identidad 24 y la frontera 9.

5.d.3.- La comparativa que establezco en función de la familia VARIABLES se puede resumir diciendo que hay una asociación con

dinero (55), calidad de vida (33) y educación (16), mientras que turismo y capital social se igualan en 8 y poder se resume en 6.

5.d.4.- La familia EVALUACIÓN desagrega los resultados con un predominio de visiones positivas del imaginario (342) relacionadas con Occidente (285), frente a Marruecos (31), y a árabe (9). De lado de las etiquetas negativas tenemos que también es más abundante entre las visiones de Occidente con 277, Marruecos sube a 39 y árabe baja a 6.

5.e.- Se trata también de conocer cómo se ligan la movilidad y el imaginario a los PROCESOS comunicativos.

5.e.1.- La vinculación entre mediación (1.420) y televisión (1.943), produce 1.323 resultados que, aplicados en nexos con movilidad, se reducen a 387, de las que en positivo se enlazan 199 mientras que en negativo, 222.

5.e.1.a.- En relación a su distribución geográfica, la familia IDENTIDADES produce los siguientes resultados: con Occidente 247, con Marruecos 22 y con árabe, 9. Al relacionarlos con la etiqueta positivo, la más fructífera es la que se registra con Occidente (115), respecto a Marruecos (14) y con árabe, 7.

5.e.1.b.- Por otra parte, también cabe buscar la relación de este proceso con los OBJETOS CRÍTICOS que, en su distribución, presentan el siguiente aspecto: con imaginario, 179 resultados, que se encuentran a una gran distancia respecto al resto de las coocurrencias, que son consumo (13), ciudadanía (11), paisaje mediático (6), identidad y frontera (3).

5.e.1.c.- Respecto a las conexiones que detectamos cuando se visualizan los resultados sobre las VARIABLES, sólo resulta representativa con dinero (19), mientras las demás bajan: calidad de vida (13), trabajo (5), educación (2) y poder (1); turismo no fructifica.

5.e.1.d.- Queda por estudiar cómo estas etiquetas se conectan con el sistema de VALORACIÓN, que revela un dominio negativo

(222) sobre el positivo (199); en este último caso, además, domina la relación de Occidente (115), respecto a todas las demás (Marruecos, 14; y árabe, 7).

5.e.2.- Las conexiones que se establecen entre interacción (521) y movilidad (573)

5.e.2.a.- Para esta relación también respecto a OBJETOS CRÍTICOS tenemos a imaginario como la más numerosa de las categorías (146), seguida a distancia de consumo (21), frontera (11), ciudadanía (4); identidad y paisaje mediático producen 3 resultados cada una de ellas.

5.e.2.b.- Otra operación nos acerca a un nuevo aspecto relacionado con las VARIABLES con la que pone a la cabeza la vinculación con el dinero (36), el turismo (24) en segundo lugar y, ya a distancia, la calidad de vida (8), la educación (2), y el capital social (1); con poder no registra coincidencias.

5.e.2.c.- En este apartado queda por relacionar la VALORACIÓN con los elementos anteriores, es decir, la conexión entre interacción (521) y movilidad (573) que, en sentido positivo, se registra en 255 momentos mientras que en negativo lo hace en 326.

La valoración positiva resulta, en general, menos productiva sobre todo en los casos de la conexión entre interacción, movilidad, y turismo (18), o con interacción, movilidad, televisión (25); respecto a interacción, movilidad e imaginario se da en 42 ocasiones. Comienza a subir cuando la pareja interacción/movilidad se conecta con Occidente (67), – aunque relacionado con turismo sólo registra 8 coocurrencias. En cambio, la interacción/movilidad/positiva es mayoritaria para el caso en que entre en contacto con Marruecos (20 –que con turismo llega a 10–, frente a las 9 visiones negativas totales, de las que en relación al turismo se quedan en 4).

En cambio, en sentido negativo, la cuantificación más

abundante tiene lugar respecto a la etiqueta Occidente (127, que con turismo resulta 5), con imaginario produce 108 y con televisión, 106. Pero es en esta red de etiquetas donde aumentan los registros para la vinculación con Marruecos

5.e.3.- También repaso los contactos que se localizan entre etiquetas de experiencia (634) y movilidad (372) que, en sentido positivo llegan a 236 y en el negativo alcanza 207.

5.e.3.a.- Para responder a la cuestión sobre cómo se conectan estos resultados con el sistema de OBJETOS CRÍTICOS, obtenemos que la vinculación experiencia/movilidad/consumo registra 48 coocurrencias, con el imaginario 43, 31 veces coincide con frontera, 27 con identidad, con ciudadanía 13 y con paisaje mediático, 3.

5.e.3.b.- Si relacionamos los datos con las VARIABLES, obtenemos que la experiencia/movilidad tiene resultados más abundantes con dinero (78), educación (35) por encima de turismo (34), calidad de vida arroja 21, capital social 17 y con poder no hay relación.

5.e.3.c.- Todavía queda por comparar el sistema de EVALUACIÓN respecto a la familia IDENTIDADES para determinar las direcciones que adopta la movilidad y su sentido.

La experiencia/movilidad en sentido positivo (236) se relaciona de forma mayoritaria con Occidente (112), en segundo lugar con Marruecos (62), mientras que para árabe no hay coincidencias. Destaca también la experiencia de movilidad positiva relacionada con el turismo (26), que registra una mayor correlación con Occidente (10) que con Marruecos (5).

En sentido contrario, es decir, negativo (207), es más numerosa hacia Occidente (84) que hacia Marruecos (52) y nula hacia árabe. En relación al turismo hay 16 resultados: hacia Occidente se reducen a 5, al igual que hacia Marruecos.

5.f.- Confirmación: Para tratar de acercarnos al sistema de información de los candidatos a la migración, buscamos las relaciones que confirman o desmienten sus percepciones.

5.f.1.- Primero, a través de la relación entre las dimensiones vinculadas con los PROCESOS y la confirmación, de la misma forma que interesa conocer qué relación existe entre la confirmación positiva (113) y negativa (267).

5.f.1.a.- Mediación encuentra relación con la confirmación positiva en 84 ocasiones y con negativa en 205. Relacionado con televisión arroja los siguientes resultados: positivo, 78, y negativo, 199.

5.f.2.b- Interacción se registra en confirmación positiva en 46 ocasiones, mientras que en sentido negativo, 136.

5.f.3.c- Experiencia también guarda una vinculación muy superior en sentido negativo (184) que positivo (70).

5.f.2.- Los resultados de la confirmación relacionados con el sistema de ORIENTACIÓN son 30 negativos y 21 positivos.

Desglosado a través de sus códigos, tenemos las siguientes relaciones

5.f.2.a.- Motivación: En relación a confirmación positiva resulta una sola vinculación, lo mismo que la confirmación negativa, cuya única coincidencia está relacionada con la movilidad y con el imaginario.

5.f.2.b.- Expectativas: Respecto a confirmación positiva muestra 3 resultados, que suben a 5 para el caso negativo. De sus resultados y respecto a los códigos centrales de la investigación, muestra coincidencias con imaginario en sólo una ocasión, que coincide también con uno de los resultados de la relación con la movilidad, en sentido negativo. No se obtiene ningún tipo de relación para las variables de la confirmación positiva.

5.f.2.c.- Emoción: En confirmación positiva se vincula en un total de 17 ocasiones, mientras que en negativo registra un total de 25. Tres en sentido positivo con movilidad y 10 con imaginario. Mientras que en sentido negativo se encuentran 10 coocurrencias con imaginario y 14 con movilidad.

5.f.3.- Respecto al CONTEXTO también tratamos de indagar en qué sentido y relación se produce la confirmación positiva (48) y negativa (158). En el ámbito del sujeto, hay 3 positivas y 5 negativas, mientras que respecto a la familia, las positivas son 3 y las negativas, 6. No se registran coincidencias en redes. Por último, las de mayor interés son las relacionadas con el CONTEXTO social, que tienen mayoría también negativa (148) mientras que positivas hay 42.

5.5.- Entrevistas, grupos de discusión y encuestas

La comparación de los resultados producidos por diferentes métodos de recopilación de la información, es decir, de las entrevistas, los grupos de discusión y las encuestas produce una triangulación de interés para clarificar y dar solidez al análisis con un enfrentamiento de los datos fruto de técnicas consideradas como antitéticas. Mediante este proceso se introduce una perspectiva crítica sobre la propia metodología para evitar los posibles sesgos de la investigación.

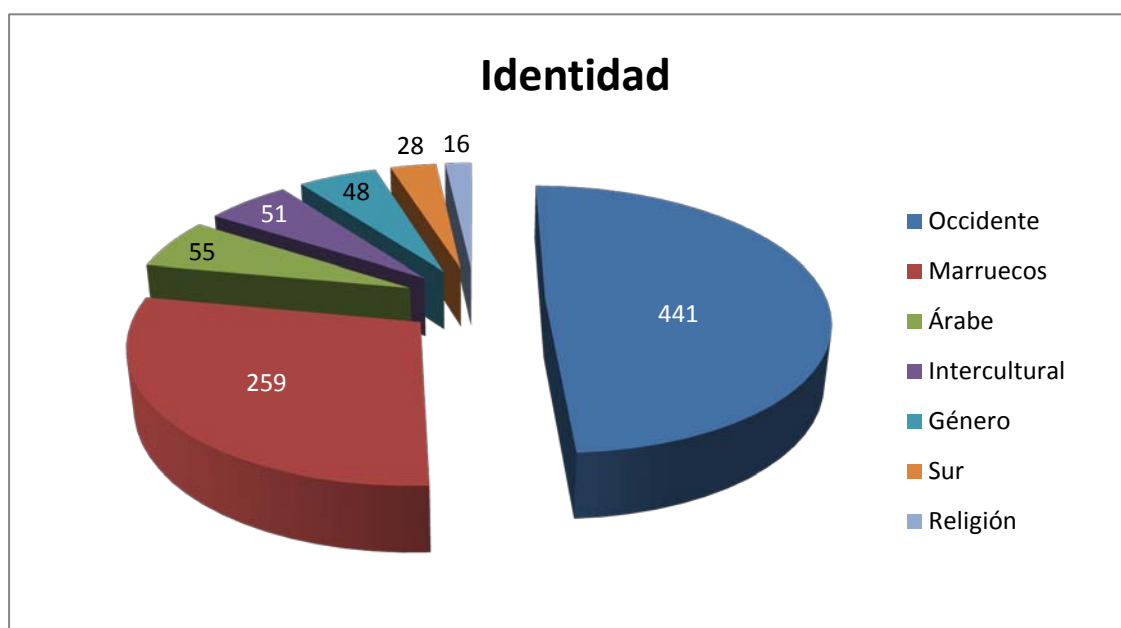
Los datos, evidentemente, reflejan la coincidencia de tendencias, a pesar de que las situaciones de la captura de la información recopilada durante la realización del trabajo de campo fueron diferentes. Para establecer una comparativa sobre esos datos, hay que recordar que numéricamente también hay una repercusión distinta en número de informantes. Así, el mayor volumen de éstos lo proporcionan las encuestas, con 145; en segundo lugar, las entrevistas, que suman un total de 38; y, por último, los grupos de discusión, en los que en total han participado 25 personas.

5.5.1.- Las entrevistas cualitativas

Los 38 hablantes de las entrevistas producen unos discursos que, sistematizados de la forma que hemos detallado en el capítulo anterior, muestran sobre todo procesos valorativos relacionados con la acción o con sus apreciaciones sobre las cuestiones planteadas, que se han agrupado con la familia EVALUACIÓN en 1.142 momentos (positivo, 682; negativo, 453; confirmación, 87; cambio, 12; y neutro,5).

Respecto a los OBJETOS CRÍTICOS, son movilidad (424), imaginario (184), consumo (146), identidad (144), ciudadanía (74) y frontera (44). Con IDENTIDADES hay 775 distribuidas por orden de importancia de la siguiente forma: Occidente (441), Marruecos (259), árabe (55), intercultural (51), género (48), Sur (28) y religión (16).

Gráfico 5.10



Fuente: Elaboración propia

La correlación baja a 572 cuando se han agrupado las etiquetas de PROCESOS, en las que adquiere un peso significativo la experiencia (339, frente a 157 de interacción y 154 de mediación), muy superior a la que se registra en los grupos de discusión y las encuestas. En coocurrencia con CONTEXTO hay 338: en el ámbito social coinciden los códigos más numerosos (161), le sigue familia con 148, sujeto (33) y redes (3). Para el caso de VARIABLES son 354, con dinero (155) y trabajo (132) a la cabeza, seguidos

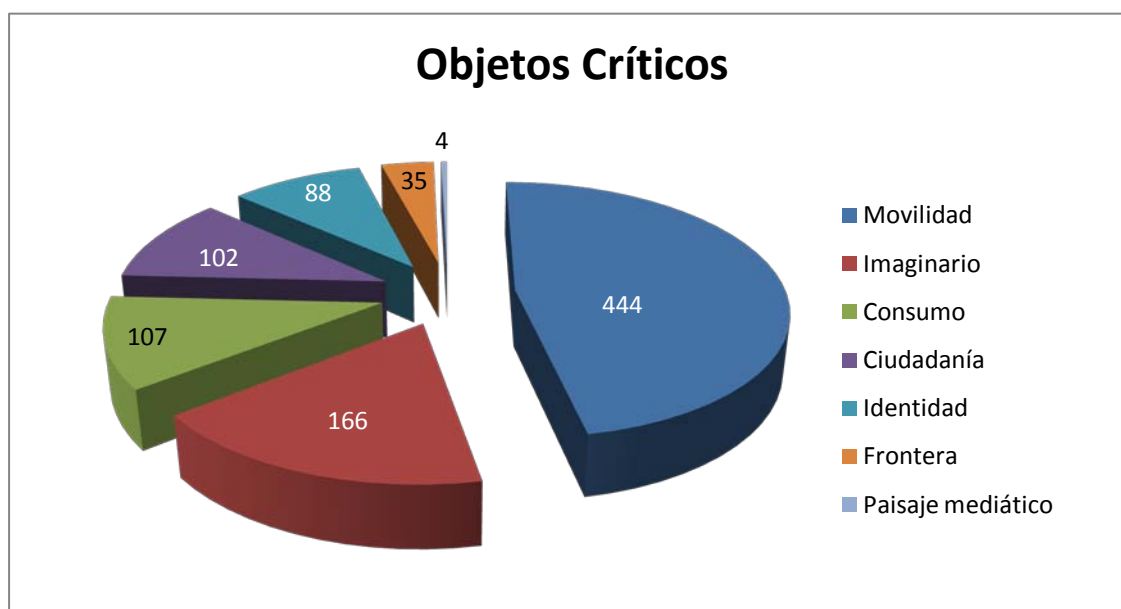
de turismo (75), educación (64), calidad de vida (54), capital social (26) y poder (8).

La familia ORIENTACIÓN (273) presenta una muy alta incidencia de emoción (200) frente a expectativas (44) y a motivación (38). Por último, la de MEDIOS (229) alcanza el mayor número de códigos con televisión (218) y le siguen Internet (10), otros medios (2) y, una sola vez, móvil.

5.5.2.- Grupos de discusión

Los resultados en el caso de los grupos de discusión difieren, pero los 25 informantes muestran procesos valorativos en una proporción equivalente agrupados bajo EVALUACIÓN (1.004): positivo (556), negativo (451), confirmación (123), cambio (20) y 2 de neutro. El orden de presencia de las familias se repite en este caso con OBJETOS CRÍTICOS con 768: movilidad presenta 444, imaginario 166, consumo 107, ciudadanía 102, identidad 88, frontera 35, y paisaje mediático 4.

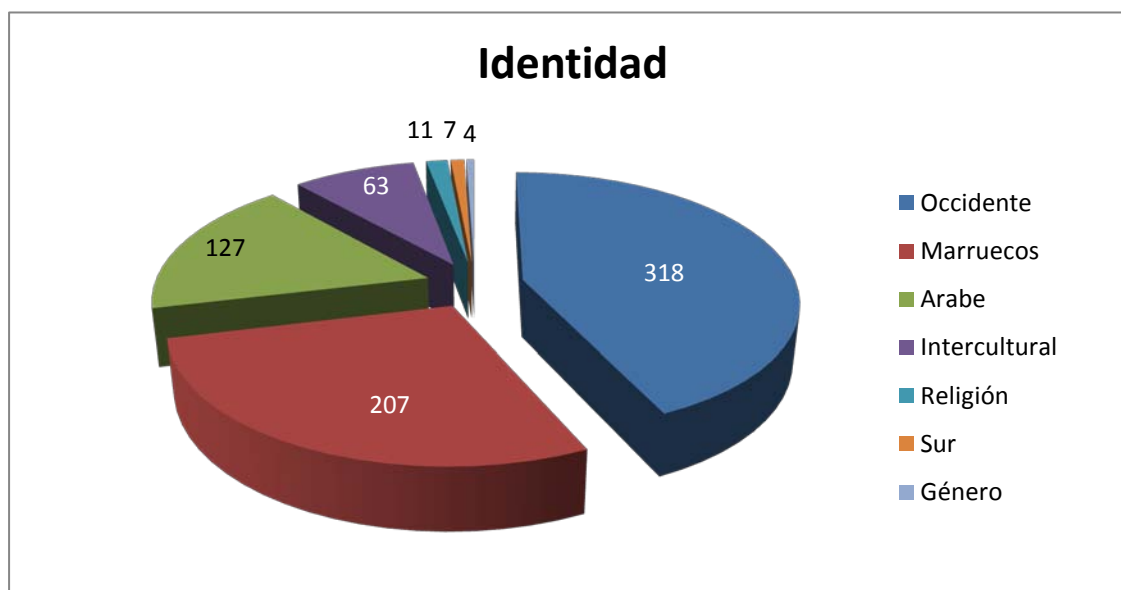
Gráfico 5.11



Fuente: Elaboración propia

La familia IDENTIDADES (617) tiene 318 códigos referidos a Occidente, Marruecos con 207, árabe registra 127, el doble que intercultural (63); religión con 11, Sur con 7 y género con 4, completan los datos. En PROCESOS (578) nos encontramos una distribución en la que domina claramente mediación (320), le sigue experiencia (261) e interacción (136).

Gráfico 5.12.



Fuente: Elaboración propia

En este caso, la única diferencia reseñable es la de los resultados de la familia MEDIOS (453), en su conjunto, que aquí se convierte en la quinta categoría productiva, mientras que en las entrevistas es la de menor incidencia y, por tanto, figura en último lugar. Su distribución arroja estos datos: televisión (390), otros medios (58), Internet (5) y móvil (2). La mayor parte de estas codificaciones se deben al debate que en los grupos de discusión se centra en los medios de comunicación, los consumos televisivos y las opiniones sobre los enfoques noticiosos e ideológicos de sus mensajes.

En CONTEXTO (255), se repite la mayoría para social (149), familia (101) y sujeto (11), mientras redes no registra incidencia. La ORIENTACIÓN (249) vuelve a estar claramente dominada por la emoción (191), con las expectativas en segundo lugar (45) y la motivación (25) en tercero.

En las VARIABLES (228), de nuevo la primera categoría es la de dinero (104), en segunda posición se pone turismo con 54, calidad de vida con 48 desplaza a trabajo (39), que va seguido de educación (34), capital social 25 y poder (17).

5.5.3.- Las encuestas, una metodología para el contraste

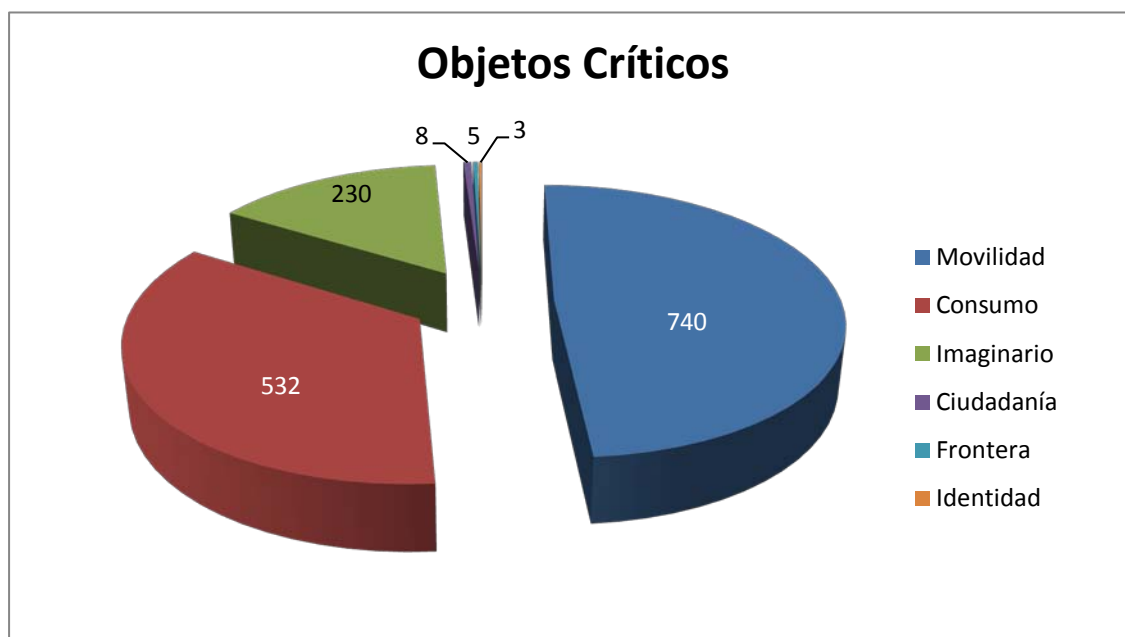
Las encuestas como método de recopilación de la información es el que obtiene una mayor densidad en la categoría de códigos de EVALUACIÓN –se producen 2.061 coincidencias–, ya que el cuestionario plantea un sistema valorativo de respuestas sobre el consumo de medios y los deseos de movilidad. La categoría negativo se resuelve con un total de 1.142, mientras que el positivo alcanza 898; para los procesos de confirmación hay 141 códigos, neutro tiene 25 y sólo hay 1 en cambio.

Dado que se tabulan los resultados de 144 encuestas, hay una codificación muy importante de la familia MEDIOS, con 1.614 resultados, así como con PROCESOS, con 1.410; el cuestionario de plantea especialmente –como puede verse en el anexo 2– las prácticas de consumo de *mass media* de los informantes, que quedarían así reflejadas en este resultado.

Por parte de la familia MEDIOS, tenemos que mientras móvil no tiene incidencia, las aportaciones de los códigos otros medios (140) e Internet (139) están equiparadas –pero a mucha distancia de televisión– con 1.335. En cuanto a PROCESOS, registra la incidencia mayoritaria por parte de mediación (946), fruto de las preguntas sobre el consumo y el impacto de la televisión, aunque también es muy significativo el dato que aporta interacción (567), sobre todo en relación a experiencia (34).

El primer resultado en densidad y frecuencia en las encuestas es el que está relacionado con la familia OBJETOS CRÍTICOS, con 1.384, entre los que la movilidad vuelve a estar a la cabeza (740); en segundo lugar el consumo (532); en tercero el imaginario (230); con una incidencia anecdótica ciudadanía (8), frontera (5), e identidad (3), mientras no aparecen resultados para paisaje mediático.

Gráfico 5.13.



Fuente: Elaboración propia

La familia IDENTIDADES, que fructifica en 1.098 códigos, concentra sus respuestas en Occidente (427) e intercultural (407); seguidos de Marruecos (142) y árabe (138), muy equiparados, mientras que género y religión son nulos, e insignificante Sur, con 1.

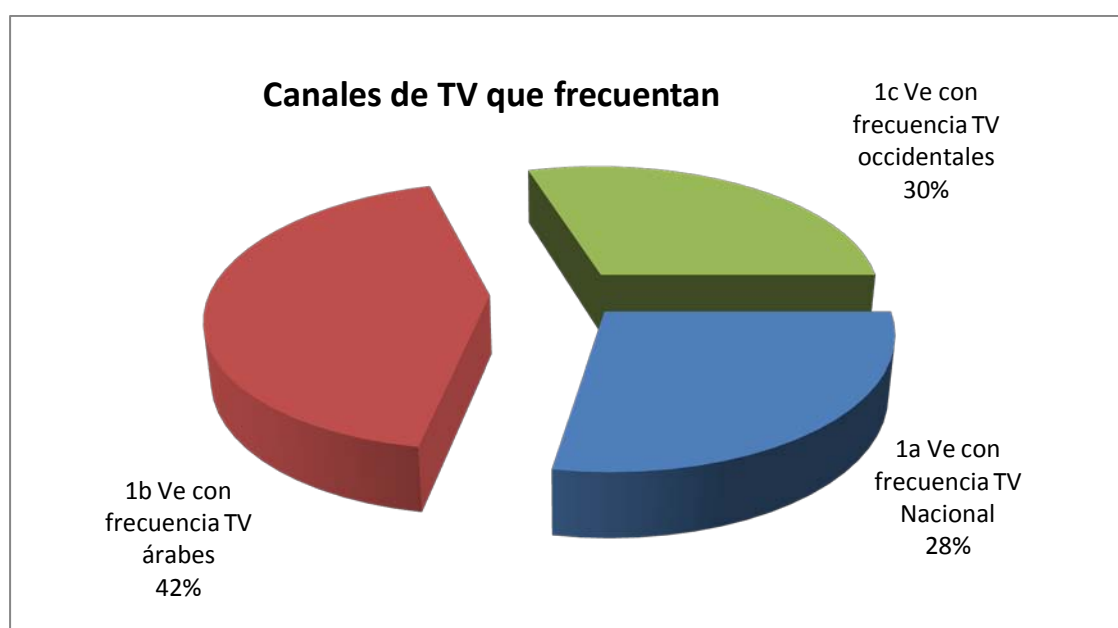
En el caso de CONTEXTO hay 383, el mismo número que arroja el código social, por lo que redes, familia y sujeto resultan improductivos. En la familia ORIENTACIÓN con 282, vuelve a ser mayoritario el número de códigos relacionados con la emoción (152), que casi se equipara con expectativas (134), frente a motivación que se revela como una categoría improductiva. Por último, las VARIABLES aportan 52 códigos muy concentrados en dinero (21); educación y trabajo se igualan en 11, y calidad de vida y turismo en 9. Poder registra 4 y capital social, 1.

5.6.- El análisis de la encuesta como avance de los resultados

El cuestionario presentado a 144 alumnos de la Universidad Abdelmalek Esaâdi de Tánger está compuesto por doce preguntas mixtas, abiertas y cerradas, de respuesta breve. De esta forma, hemos querido acercarnos a los matices que podrían aportar los alumnos en sus respuestas al cuestionario presentado.

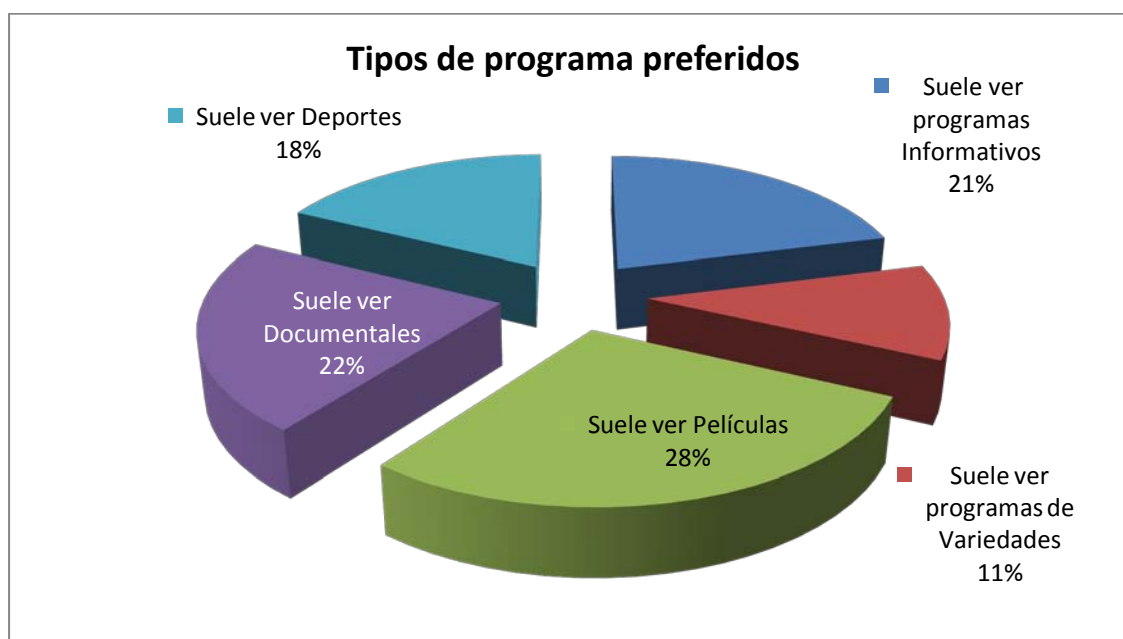
Los resultados muestran un consumo mayoritario de la televisión árabe, con un gran retroceso en las cadenas occidentales (30 %) que aparecen casi equiparadas a las nacionales (28 %). Los tipos de formatos consumidos también se muestran bastante empatados: las películas (24 %), documentales (22 %), informativos (21 %), deportes (18 %), y variedades (11 %).

Gráfico 5.14.



Fuente: Elaboración propia

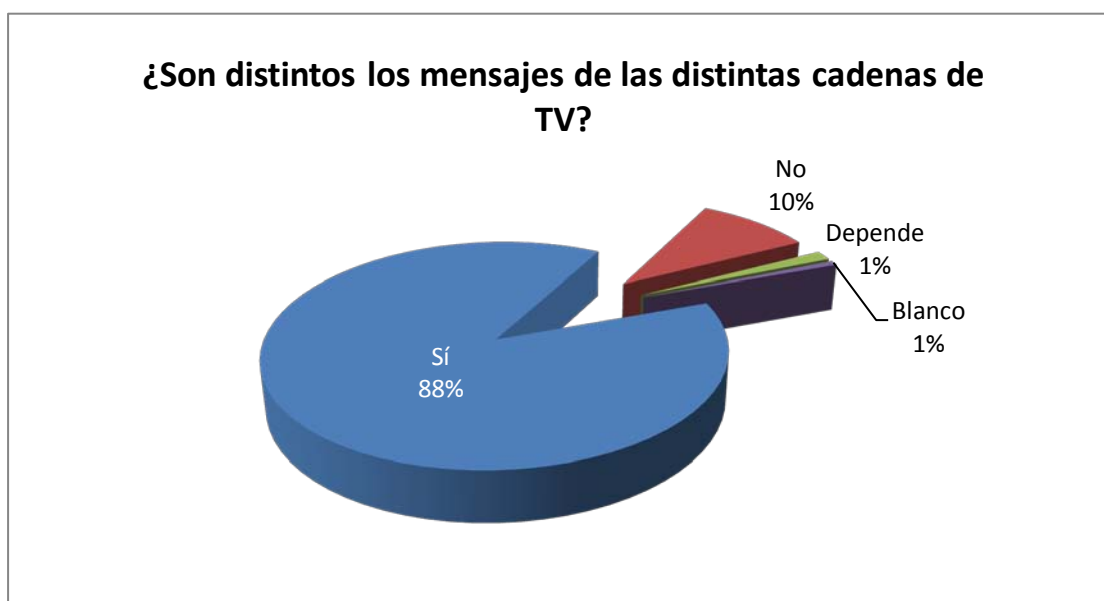
Gráfico 5.15



Fuente: Elaboración propia

Las preguntas planteadas de forma abierta, en general, han recibido respuestas monosilábicas; por ejemplo, a la cuestión de si existe diferencia entre los mensajes de las distintas cadenas, un 88 % responde que sí, mientras que un 10 % que no. Se registra en algún caso el añadido de un matiz a la respuesta, pero siempre se liga el mensaje a las razones económicas y productivas de la cadena de televisión, y en ningún momento expresan algún matiz ideológico. Sólo una respuesta incorpora la variable cultural: “Sí, a veces; según la cultura, las tradiciones del país de procedencia”.

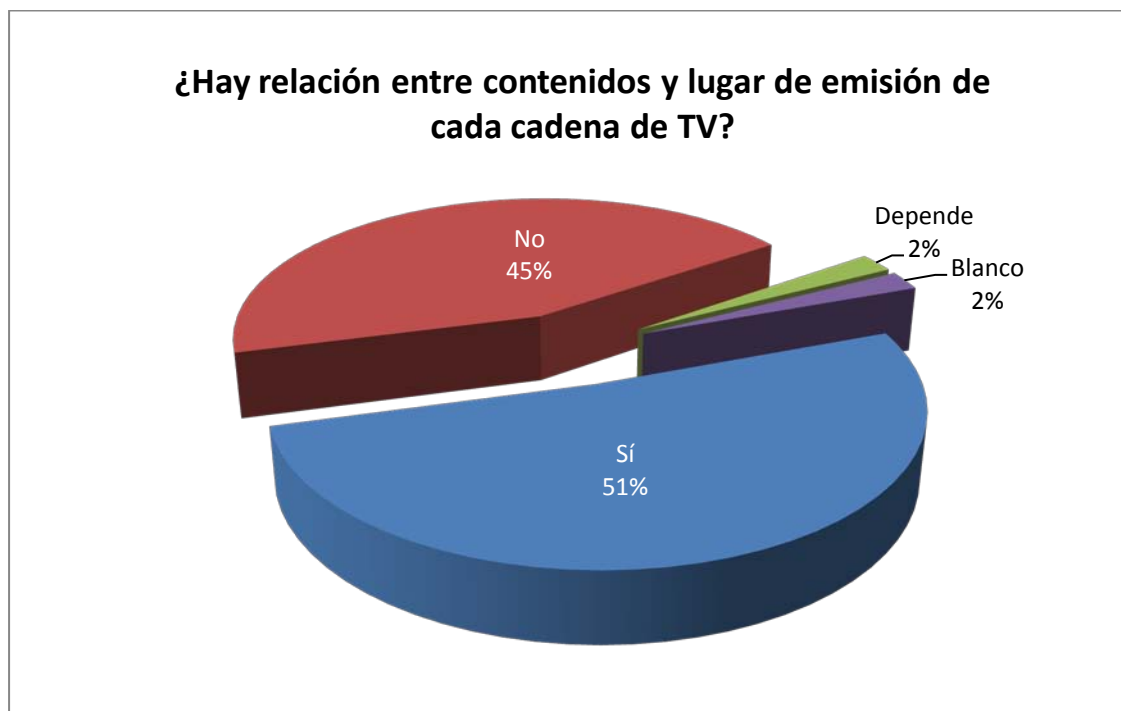
Gráfico 5.16.



Fuente: Elaboración propia

La relación entre la producción de los mensajes televisivos y sus contenidos no aparece diferenciada de forma clara en las respuestas de los estudiantes: la mayoría encuentra relación entre el mensaje y el lugar de emisión de las cadenas de televisión, un 52 %, mientras que no establecen esa conexión el 44 % de los encuestados. Destaco aquí dos de las escasas respuestas desarrolladas: “Sí, se difunde un mensaje cultural del lugar de emisión de la cadena” y “Sí. En el Norte, muy a menudo; en el Sur, muy raramente”.

Gráfico 5.17.

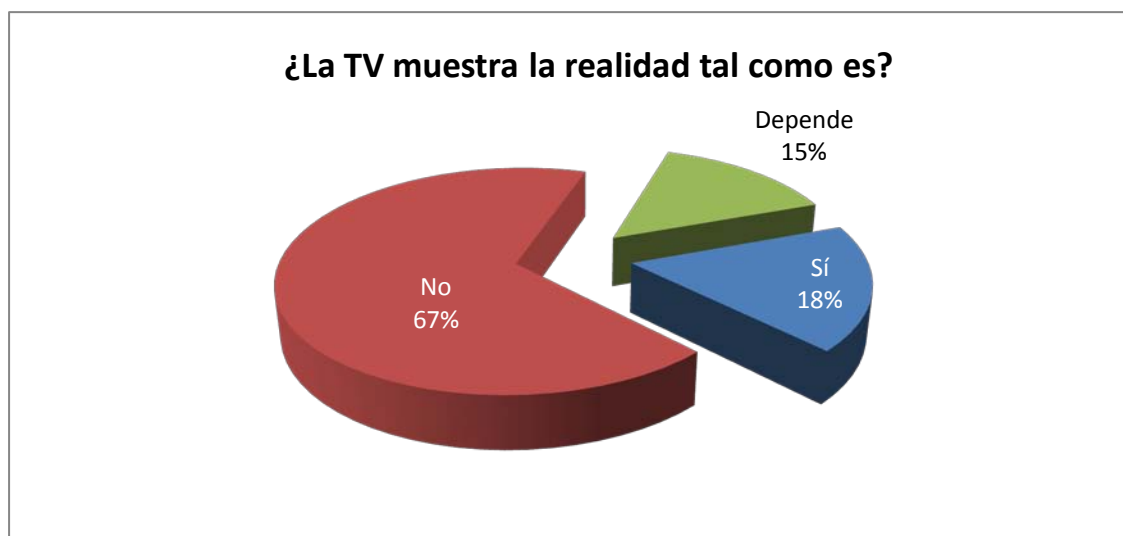


Fuente: Elaboración propia

El tema del efecto de realidad de la televisión parece que suscita controversia, ya que un número importante de los encuestados matizan y comentan. Destaco un comentario de apoyo a *Aljazeera*, que coincide con otros recogidos durante las entrevistas y los grupos de discusión: “Es muy raro. Pero hay cadenas que muestran a menudo la realidad de las cosas, como p. e. *Aljazeera*”, así como otra negativa sobre la televisión nacional también coincidente con el resto de los resultados: “No del todo, sobre todo la marroquí”. Otras dos contestaciones ligan la percepción de realidad a la cadena de televisión en concreto, mientras que también se muestra el sesgo relacionado con las cuestiones políticas, un 3 %. Otros matices añadidos a la negación de la representación de la realidad son: “muestran lo que es bueno para los telespectadores”, “a menudo se minimiza o incluso se modifica. No hay verdad absoluta”, “a veces muestra realidades que hay que conocer por experiencia”, o “muestra sólo la parte positiva e ignora la negativa”. Pero también, ligada a la visión negativa comentarios como éstos: “pero intentan siempre ofrecernos la realidad tal como es”, y una respuesta desde la perplejidad: “a veces deforma la realidad sea por causas objetivas o subjetivas, de las que se habla en grado de realidad”. Muchas de las contestaciones, que vacilan entre el sí y el no, se expresan en porcentajes y atribuyen que sólo muestran la realidad en un 20 o un 30 % de las ocasiones, excepto en una que afirma que sí lo hace en el 55

% de las veces. En resumen, y haciendo operativas las respuestas, se puede decir que el 67 % cree que la televisión no refleja la realidad, frente a un 18 %, que sí.

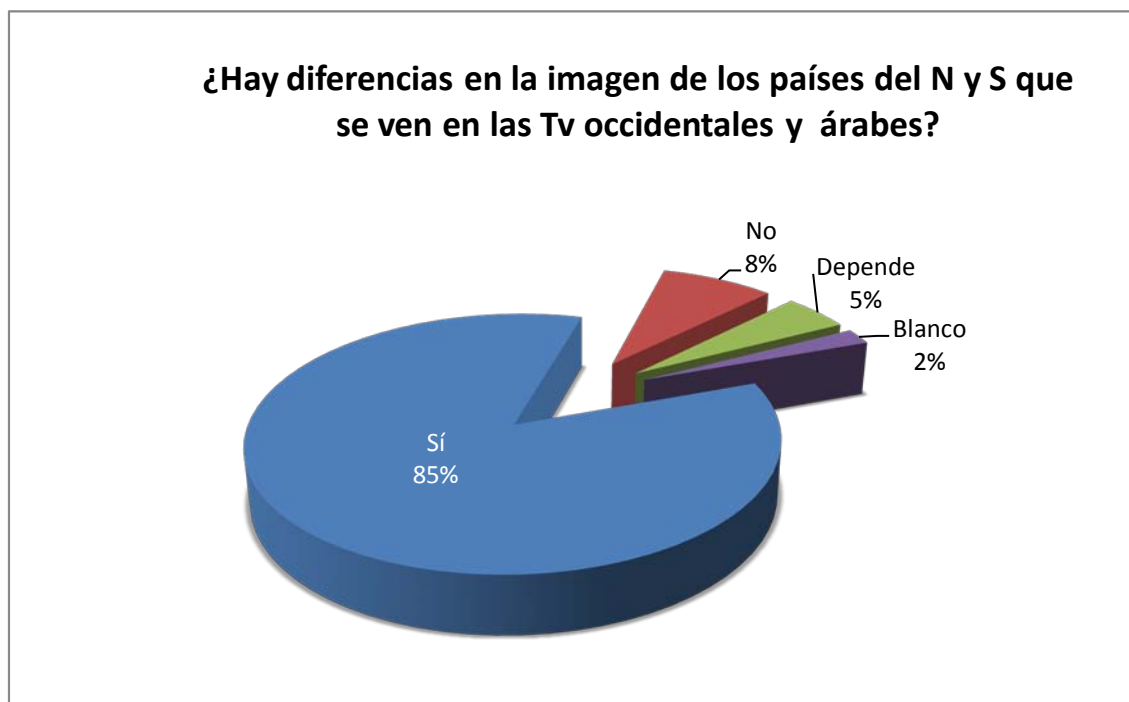
Gráfico 5.18.



Fuente: Elaboración propia

Los estudiantes respondieron con rotundidad a la pregunta sobre las diferencias en la imagen que ofrecen las televisiones sobre los países del Norte y del Sur. El 85 % cree que son grandes las diferencias y las atribuyen a las cadenas árabes, frente a un 8 % que mantiene que no. En cinco ocasiones, relacionan la diferencia en clave Norte-Sur con comentarios como “Las cadenas occidentales muestran la mayoría de las veces una mala imagen de los países del Sur. Las cadenas árabes muestran la realidad”, “el N busca recoger las informaciones de todas regiones del N” o “cada país tiene una manera de dar su mensaje”. Destacamos esta contestación que muestra una singular percepción sobre la centralidad de la producción audiovisual occidental en el sentido de su credibilidad: “No creo que los países del N den una información falsa sobre su naturaleza, p.e., sobre el racismo. Las cadenas árabes deben transmitir lo que se llama "copiar y pegar"”, así como ésta otra que dice: “la diferencia se encuentra en la realidad”.

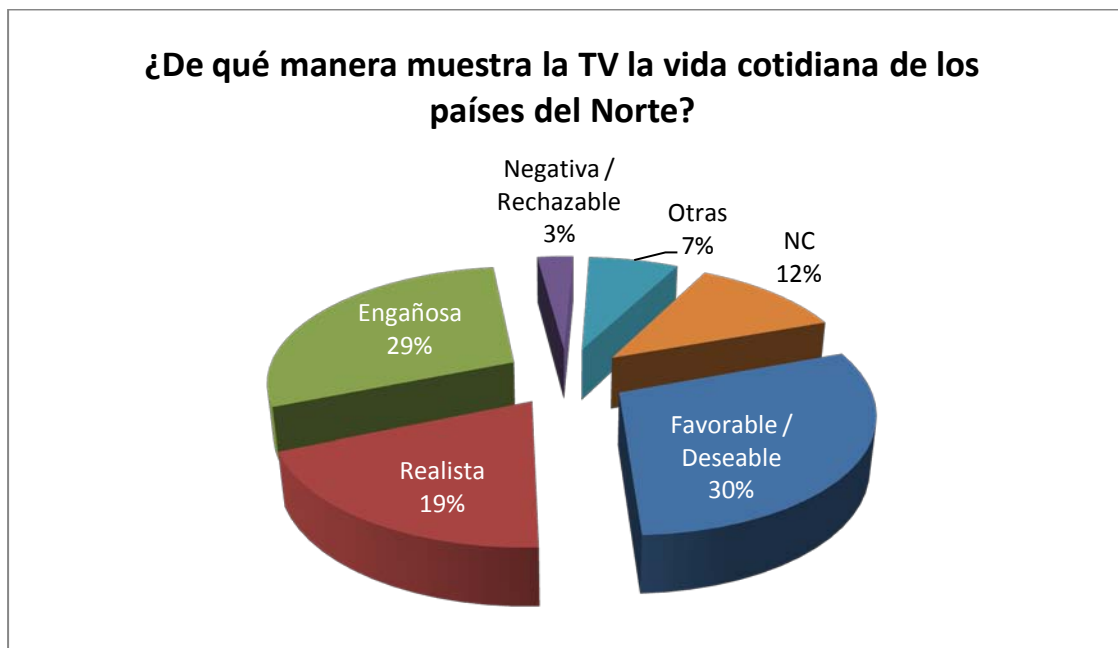
Gráfico 5.19



Fuente: Elaboración propia

La mayor variedad de respuestas y de matices se obtuvo de la pregunta “¿Cómo refleja la televisión la vida cotidiana en los países del Norte?”. La gran mayoría entiende que las televisiones de Occidente dan una imagen positiva del mundo del Norte: “como una vida mejor respecto a los países del S”, “siempre como países nobles” o “La mejor y más hermosa; los humanos del N respetan los derechos del hombre, y la vida es más rica y estimable”. La mayoría resalta una visión positiva respecto a los mensajes televisivos cuando hacen referencia a Occidente, donde entienden que se vive una situación mejor, y un 9% califican la visión de realista, mientras un porcentaje idéntico la califica de irreal o exagerada; un 7 % consideran que la proyección realizada por la televisión es imaginaria, una parodia o la califican de paraíso: “Realista la de los países de Europa. De manera irreal la de los africanos, mentira”.

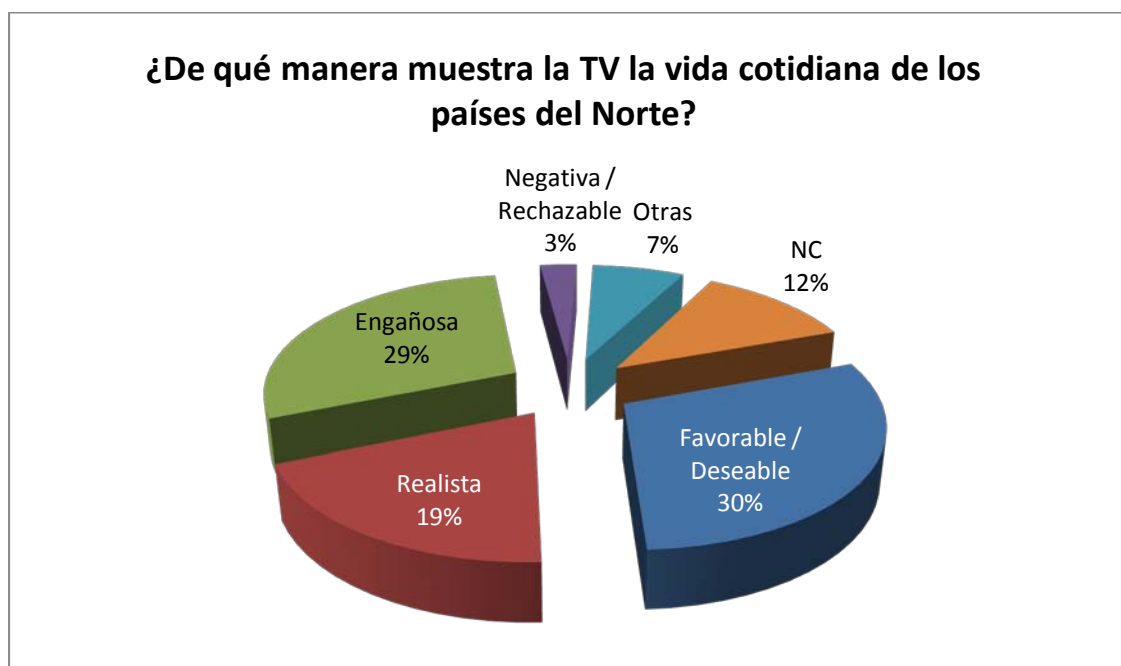
Gráfico 5.20.



Fuente: Elaboración propia

En esta cuestión destaca la valoración de elementos relacionados con las libertades ciudadanas y la calidad de vida con calificativos como ‘confortable’, ‘muy buena’, ‘perfecta’, ‘positiva’ o ‘buena’; se recogen apreciaciones sobre la “estabilidad política y económica”, “todo el mundo vive bien, trabaja bien, hay un gran desarrollo”, “muestra riqueza y democracia”, “viven de una manera muy moderna y bien organizada, y utilizan productos muy sofisticados”, o “se ejerce la democracia y el respeto a la ciudadanía”, y por último, ésta más extensa y que refleja un profundo convencimiento de la capacidad de los países occidentales de cumplir los deseos de la población: “mostrando que los países del N han llegado a satisfacer todas las necesidades de sus ciudadanos”. Son pocos los que muestran una visión crítica, sólo hay algunos comentarios como “de manera imaginaria, nos muestra las cosas buenas y nos oculta los defectos”, “siempre falsa porque no muestra cosas buenas y oculta la realidad de esa vida cotidiana”, “en los países del N, la tele pretende desarrollar los espíritus y resolver los problemas de la realidad”, “no nos ha dado la realidad de la vida cotidiana en el N”, y ésta que muestra sentido del humor: “según la TV, los países del N son más inteligentes que nosotros”. Este tipo de respuestas representan un 14 % del total, a las que se pueden añadir otro conjunto sobre el sesgo que introducen en los retratos del Norte, que suman un 8 %. De éstas, sólo hay una que mantiene que la televisión refleja la vida cotidiana en el Norte “de manera ideológica”.

Gráfico 5.21.



Fuente: Elaboración propia

Hay además un porcentaje de un 12 % de las respuestas que asumen e interiorizan el retrato mediático: “Atractiva, porque muestra la riqueza, la felicidad y una vida tranquila y apacible”, “Fácil y moderna, para atraer la atención de los públicos” y “Las cosas están muy bien, y esto anima a emigrar”. Para hacer operativo este análisis, los resultados a esta cuestión se pueden resumir de la siguiente forma: el porcentaje más elevado es ‘favorable’ (30 %), ‘realista’ (19 %), ‘engañosa’ (29 %), ‘rechazable’ (3 %), ‘otras’ (7 %) y NC (12 %).

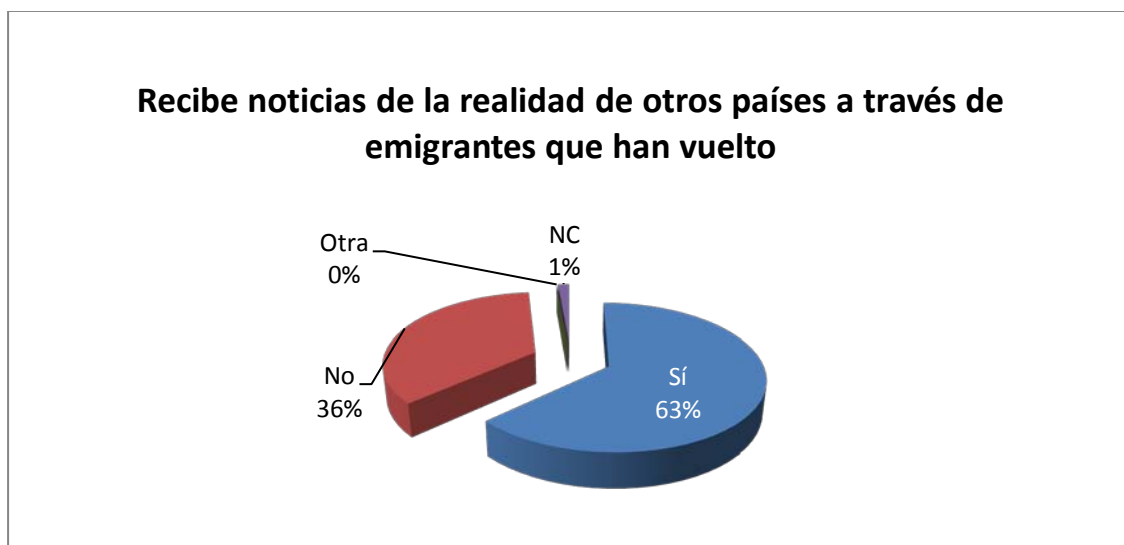
La gran mayoría de las respuestas detecta diferencias entre los relatos de los migrantes y las imágenes de la sobre los países del Norte, un 81 %, mientras que un 15 % cree que no existe esa diferencia. La información sobre la realidad de Occidente la reciben, además de a través de la televisión, por migrantes retornados (un 64 %), y sólo un 29 % por compatriotas que han viajado; todavía baja más, al 14 %, el número de los que obtienen información a través de su relación con turistas.

Gráfico 5.22.



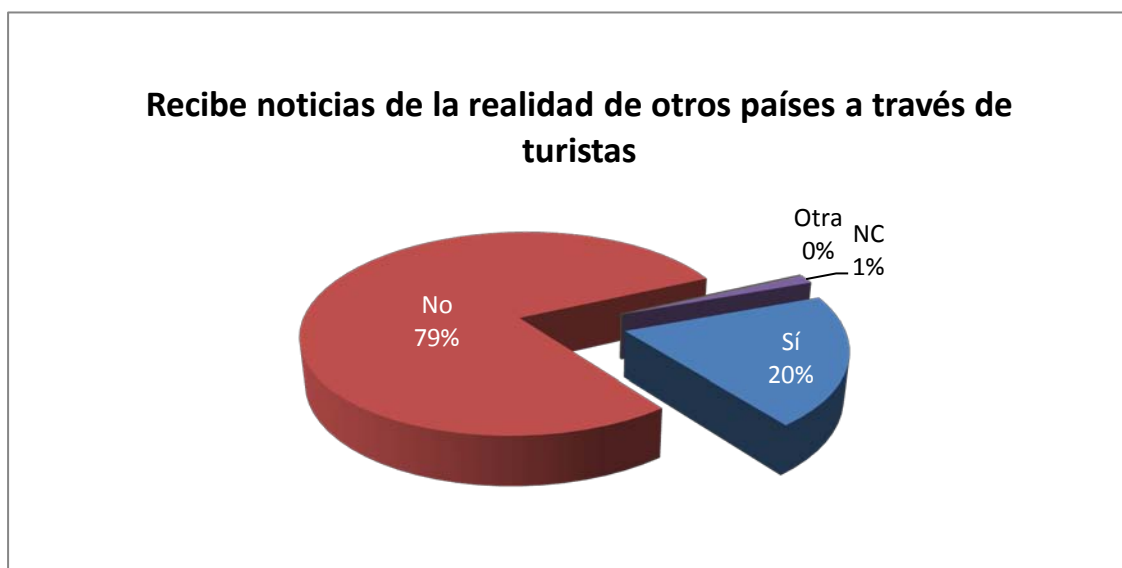
Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5.23.



Fuente: Elaboración propia

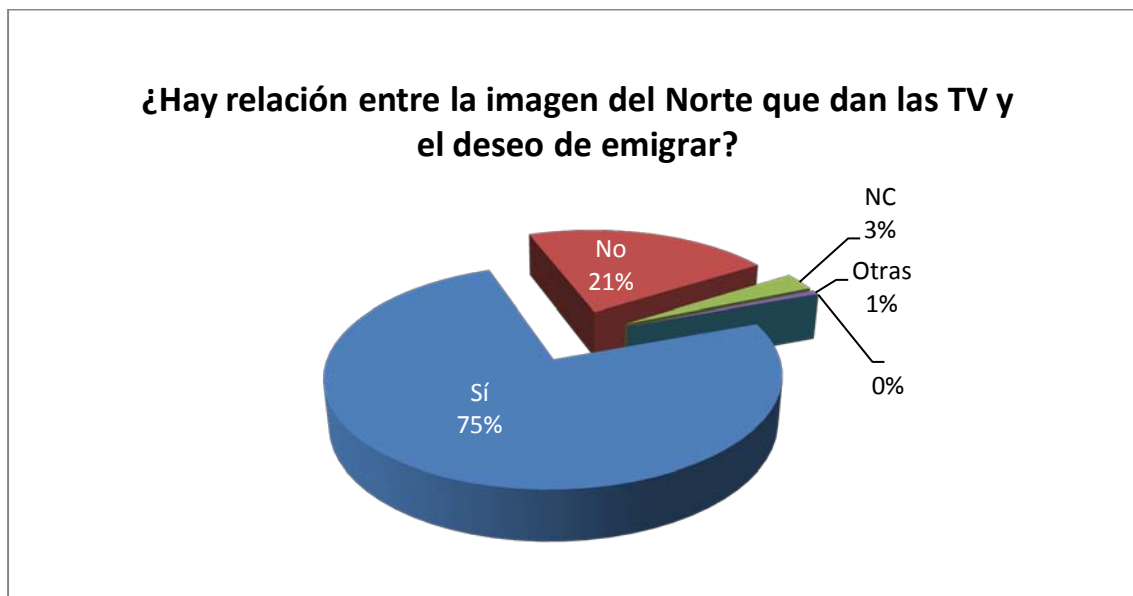
Gráfico 5.24.



Fuente: Elaboración propia

Resulta muy significativo el alto porcentaje de respuestas afirmativas a la pregunta “¿Crees que hay relación entre el Norte que refleja la televisión y el deseo de emigrar?”. Tres de cada cuatro alumnos (74 %) mantiene que sí, mientras el 22 % asegura que no. Entre las afirmativas, suelen ir acompañadas de aspectos como ‘paraíso’ (en tres ocasiones), ‘derechos’, ‘desarrollo’, ‘democracia’, ‘riqueza’ y ‘admirable’; se explica la atracción por la estética, la vida hermosa y sin problemas, las cosas buenas – “toneladas de cosas buenas”– y sólo en una ocasión la palabra trabajo.

Gráfico 5.25.



Fuente: Elaboración propia

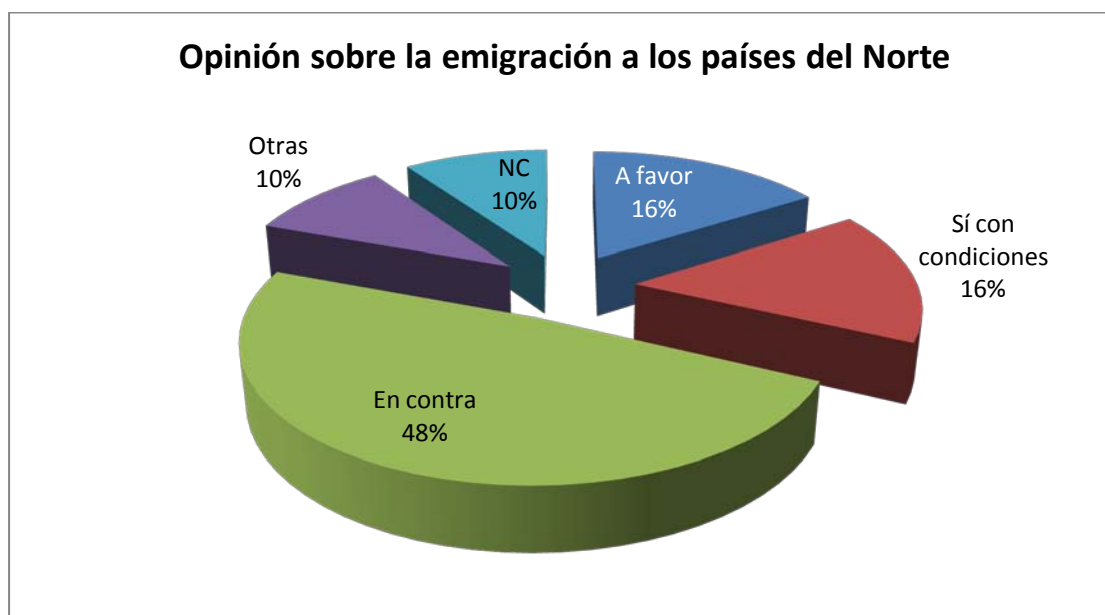
Una mayoría vincula los mensajes mediáticos con el proyecto migratorio: “las TV occidentales provocan en la gente el deseo de emigrar”, como una influencia, un deseo “debido a las imágenes que presenta la TV”, pero también por su estética, que “tiene una influencia considerable sobre el deseo de emigrar”. Este tipo de opiniones se acompaña de términos relacionados con el ‘paraíso’, ‘una vida mejor’, ‘la democracia’, ‘la oportunidad de ganarse la vida’, ‘los derechos’, ‘la ausencia de problemas’ y, por supuesto, la ‘riqueza’. Como ejemplo cito esta respuesta más completa: “La TV del N muestra el desarrollo de los países, una imagen admirable y toneladas de cosas buenas, de manera que cuando la gente ve todo esto desea emigrar”. La ambigüedad sirve también de argumento: “La TV del N desempeña un papel importante en el deseo de emigrar; mostrando el sufrimiento de la gente nos dan ganas de emigrar”. En una ocasión se menciona la pobreza de los emigrantes, y también sólo una vez aparece la palabra ‘realidad’ como desconfirmatoria. Señalamos un grupo de cuatro respuestas significativas porque se expresan desde la Otridad del Sur, como si sólo a ellos afectara el deseo: “Los hombres del S piensan que la imagen del N es verdadera, y que la vida allí es el paraíso”.

En el otro lado, quienes niegan esta visión se basan en capacidad para informarse: “No siempre. Cualquier persona informada puede imaginarse las pesadas dificultades de vivir en el Norte. La clave de la cuestión es que estas dificultades, por penosas que sean, no desvanecen más que en raras ocasiones las dificultades vividas en

el Sur”. También se atribuye la negativa a la convicción de las personas, a las zonas geográficas o a que “la realidad es siempre mala, así que la ocultan para decir que es muy buena”.

La mayor parte de las opiniones favorables a la migración contienen una mención expresa de la cuestión educativa, de los estudios, la formación o la titulación entre sus argumentos (un 10 %), que señalan el Norte en relación a la calidad de la formación, y casi todas matizan para ese caso que la migración es un proyecto por un tiempo determinado. También son abundantes las opiniones favorables que relacionan la emigración con la ‘experiencia’ e incluso con una perspectiva amplia: “En mi opinión, se emigra para buscar el saber, la libertad, el respeto al ser humano, la salud, la educación...”. Entre las respuestas favorables hay adjetivos rotundos como ‘formidable’ o ‘genial’; expresiones algo más vagas: “es la ocasión para tener una hermosa vida” o “es buena porque en los países del N ¡hay igualdad!”; y otras que vinculan la emigración con las diferencias Norte: “es positiva si se emigra a países más desarrollados y negativa [si] es hacia países menos desarrollados”. Un número destacado de respuestas muestran la migración en función del desarrollo personal, la cultura, la oportunidad o la vida feliz, e incluso las hay que mantienen una afirmación: “Pienso emigrar a países del N”. Lo más significativo al respecto está en que sólo en cuatro ocasiones figura entre las contestaciones la palabra ‘trabajo’ y en una, ‘paro’, como si el proyecto migratorio o las ideas relacionadas con la movilidad no incluyeran esa obligación, ese argumento o esta motivación. En dos ocasiones aparece la palabra ‘viaje’, en una como vacaciones, y, en otra, con una visión más amplia: “El viaje es parte del instinto humano, algo que no es fácil ni limitado en el espacio y el tiempo, y es un viaje hacia lo desconocido”.

Gráfico 5.26.



Fuente: Elaboración propia

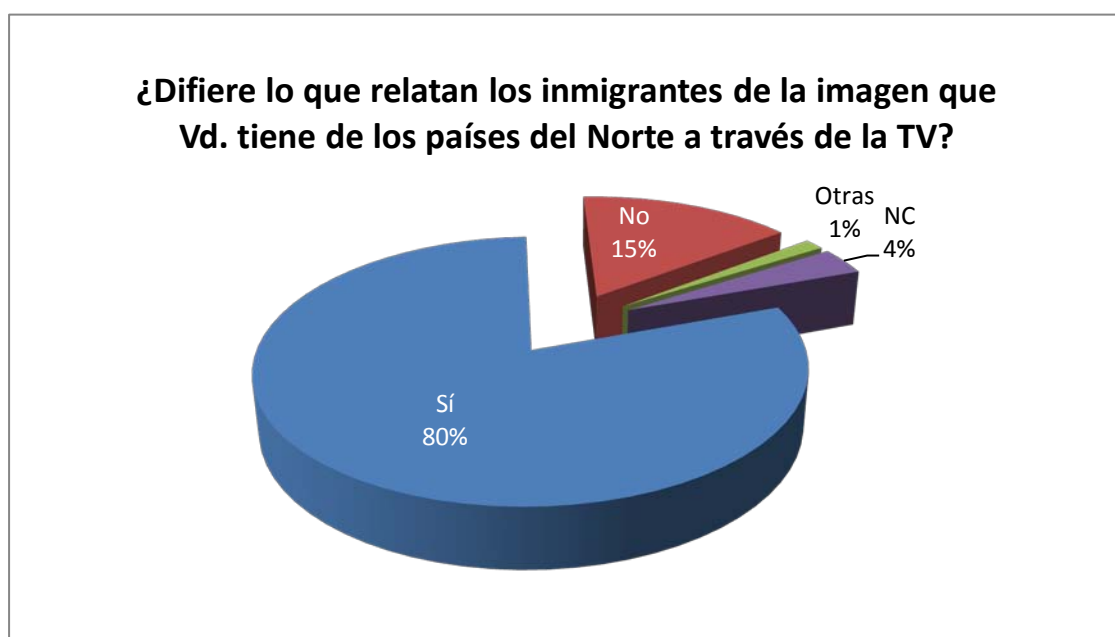
Entre las opiniones contrarias son significativas las que justifican su posición con adjetivos muy negativos, como ‘infierno’, ‘catástrofe’, ‘error’, ‘pesadilla’, ‘horrible’, ‘equivocación’, ‘idea fea’, ‘*chungu*’; 5 veces se califica de ‘grave’, 4 de ‘problema’, en 7 ocasiones figura la palabra ‘peligro’ o ‘peligroso’ sobre todo en relación a la muerte, como ésta: “Es un fenómeno grave y peligroso, especialmente la [emigración] clandestina, que expone a los emigrantes al peligro y les conduce a la muerte. Además, se puede hacer mucho en los países del Sur, ¿por qué no?”. Otras veces, se expresan en clave identitaria como “da una mala imagen de los países de los emigrantes”, “tenemos que estar siempre orgullosos de nuestro país, pues cada país tiene diferencias respecto a los demás”, e incluso por la relación cultural que se establece: “es un fenómeno muy peligroso porque tiene malas influencias en la relación entre el emigrante y su país de origen y entre el emigrante y el país receptor”.

De entre estas respuestas, un total de 9 contemplan la migración como una merma de oportunidades para Marruecos, en la línea de este ejemplo: “Estoy en contra, porque se puede mejorar nuestras condiciones de vida en Marruecos sin pensar en la emigración hacia España”. Se justifica como que “tenemos todo en nuestro país” e, incluso, mostrando un cambio positivo en el país: “En otros tiempos era una gran ventaja porque permitía a las personas adquirir riqueza sin demasiado deterioro, pero ahora es lo contrario”. Incluso se vincula la idea con la extrañeza: “Es una mala

elección; prefiero quedarme en mi país a emigrar y convertirme en extranjero”. Otras contestaciones muestran la interiorización de un discurso que en términos de expresión parece ajeno: “Hay que detener la emigración; de todas maneras, es muy importante”, pero que también figura latente en esta respuesta: “No merece la pena como no sea para no quedarse amargado en casa, lo cual es a menudo el caso. Los dirigentes del Norte, y sobre todo del Sur, la favorecen”. Además de una respuesta ambigua, se encuentra en un solo caso otra referencia a la educación: “Para mí es aceptable si es para estudiar; si no, prefiero mi país de origen.” En resumen, la mayor parte de los encuestados tienen una opinión contraria a la emigración (48 %), mientras que las visiones positivas suman el 32 %, aunque la mitad contempla condiciones y matices e incluso contradicciones.

En cuanto al contraste entre la mediación y las interacciones sociales sobre la migración, expresadas en la cuestión “¿Difiere lo que relatan los inmigrantes de la imagen que usted tiene de los países del N a través de la TV?”, la gran mayoría es sensible a la diferencia: “Sí, muchas [diferencias], y eso se pone de manifiesto en las condiciones de vida de los inmigrantes”, que atribuyen a una experiencia próxima en dos ocasiones. De nuevo, en este sentido, aparece una sola respuesta con la palabra ‘realidad’: “Una gran diferencia; la primera vez que ves las imágenes piensas en la felicidad y en una vida paradisíaca, pero la realidad es lo contrario.”

Gráfico 5.27.

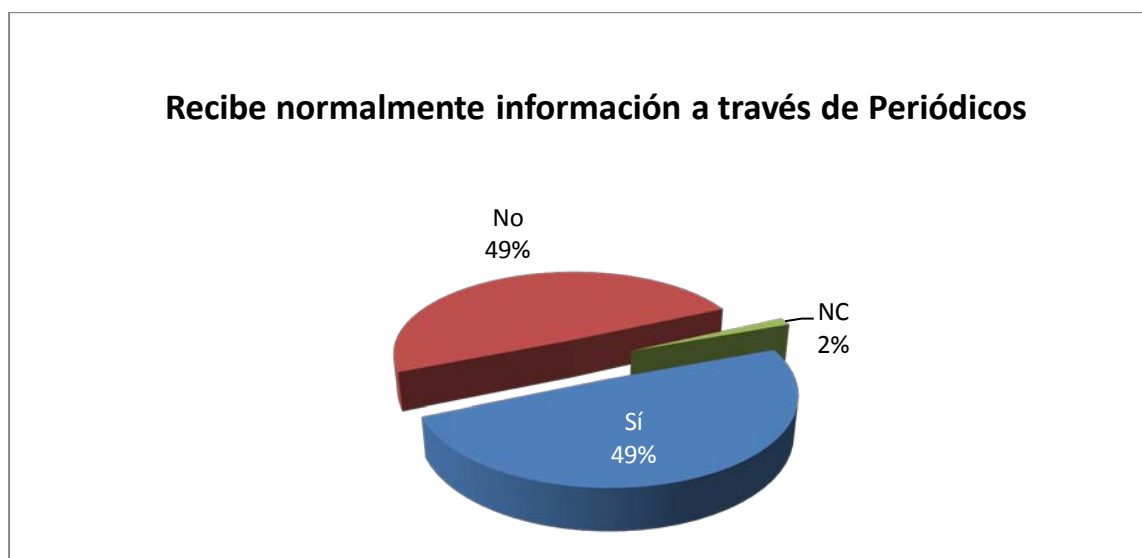


Fuente: Elaboración propia

En cinco ocasiones la diferencia entre las dos visiones la perciben como ‘grande’

o 'enorme', o se explica con más detalle: “[...] los medios, desde Internet a la radio, muestran una vida sencilla y fácil, lo cual es falso. La falta de medios en los países del S es lo que hace emigrar al N, donde los emigrantes encuentran lo contrario”. También ahora hay dos referencias a la ‘realidad’: “[...] porque los emigrantes proporcionan una imagen más real, al contrario que la televisión”, y “[...] porque los emigrantes cuentan la realidad, lo que ellos mismos viven”. Hay otras dos referencias concretas a la televisión en este caso: “[...] lo que se ve en la televisión no es lo que cuentan los emigrantes” y “A veces los emigrantes se ven influidos por la TV”. Encontramos un par de respuestas como que “no hay gran diferencia” o “no hay relación”, además de ésta que incluye los sesgos del relato propio de los migrantes: “No a menudo. Los que hablan verazmente cuentan la realidad tal como es. Los que van por turismo no cuentan nada educativo”. Otro lo atribuye a la personalidad de los migrantes y a su relato: “Sí y no, depende del que cuente: hay quienes dicen la verdad y quienes mienten”. Y como es habitual, también se ha expresado de estas otras formas: “Depende del asunto, pero se puede decir que sí”; o esta otra: “Sí, porque los emigrantes cuentan siempre la verdad, una mala verdad, al contrario que las imágenes.”

Gráfico 5.28.



Fuente: Elaboración propia

5.7.- Derrotero de análisis

La cuestión en la que se ha centrado la investigación teórica, contextual, y el trabajo de campo trata de responder a la cuestión de si los cambios de la imaginación y la creación de valor movilizan hacia otros estilos de vida y operan como elementos de construcción de los valores propios de la subjetividad. El planteamiento adquiere su total dimensión en relación a las migraciones al considerarlas como elementos esenciales para la atracción de la mano de obra –las más precarizada, más desregulada– necesaria para el crecimiento económico de los países del Norte que fomentan estos discursos.

Dado que la cuestión es compleja y central como hipótesis principal de la investigación, será necesario plantear el análisis de forma operativa segmentando sus conceptos, en relación con los que propuse como objetivos secundarios de la misma, objetivos que iré recordando conforme avance con la cuestión. Pero antes, es necesario definir en qué medida el análisis va a operar sobre el conjunto de la información obtenida en el trabajo de campo. Este derrotero se centra en la recopilación de los testimonios de las entrevistas cualitativas y los grupos de discusión, porque su alcance y profundidad trazan mejor las pistas a seguir para profundizar en la cuestión, que se contrastará en ocasiones con los datos y las informaciones obtenidas de las encuestas a los jóvenes estudiantes de Tánger.

5.7.1.- La movilidad y la televisión, orientaciones y procesos

La primera de estas cuestiones hace imprescindible encontrar los nexos o puntos de unión entre el impulso a las migraciones y su relación con los medios de comunicación –y, más en concreto, con la televisión–, en paralelo a los vínculos que se establecen en los procesos comunicativos. Las relaciones entre los conceptos y códigos que los simbolizan deberán permitir trazar un mapa mental sobre el sistema de información, así como su regulación emocional, de cara a la producción de un proyecto migratorio vivido en la subjetividad e incorporado a los procesos sociales y colectivos que se estimulan en los discursos.

Desde las orientaciones psicosociales, ya hemos mostrado cómo la relación entre la emoción y la movilidad alcanza una productividad importante (339), frente a las orientaciones de las expectativas (202) o de las motivaciones (59).

Por ello, abordo en primer momento la *conexión entre la emoción y la movilidad* que con fuerza se expresa continuamente de múltiples formas, en su mayoría positivas e incluso míticas, como parte de un proyecto individual pero también como una sensación colectiva de escape. Las referencias a la movilidad, en su gran mayoría interpretadas desde la emigración –aunque también desde el turismo o la educación, en menor medida– están cargadas de pistas emocionales sobre el proceso.

Las entrevistas son una fuente mucho más productiva de expresiones emocionales, ya sea al nivel personal e incluso a través de descripciones y procesos. Entre los testimonios personales, son más abundantes también los que proceden de las mujeres; especialmente significativo resulta éste de una mujer que trabaja como asistente doméstica y que muestra la ambigüedad de quien ve en el proyecto un sueño imposible: “En mi cabeza me gusta mi país, prefiero no pensar en eso porque sé que no me voy a ir nunca” (E-Mecknes-HE, f28). Tal es la carga emocional, que expresa el nerviosismo de la idea de la siguiente forma: “Si me tengo que ir mejor que me lo digan de la noche a la mañana” (E-Mecknes-HE, f28). Los planes, a veces imaginarios, están presentes a todas las edades de forma que abundan también testimonios de adolescentes como el de una chica de 13 años que simplifica la opción de una posible movilidad hacia el Norte de esta forma: “Me gusta la gente” (E-Ain Chgag-TF, f13).

Los testimonios emocionales sobre la movilidad también tienen incidencia en

uno de los grupos de discusión, el celebrado entre mujeres de Tánger, del que transcribimos algún fragmento de la conversación:

Pero aun así, su opinión no me afecta porque estoy cansada de la pobreza y de la falta de recursos. Además no tengo ni siquiera dinero para comprar medicamentos a mi marido que está enfermo. Por eso, quiero intentar emigrar otra vez por la forma que sea; pidiendo créditos al banco o suplicando a mi hermana que está en Barcelona que me encuentre algún contrato de trabajo. No quiero que mis hijos vivan en la miseria en que he vivido yo y en la que sigo viviendo. (G-Tetuán-SB, f30)

Cómo se nota que S. (G-Tetuán-SB, f30) no pierde la esperanza de emigrar a Europa. (G-Tetuán-MB, f28)

¡Qué tonta eres S. (G-Tetuán-SE, f21)! Cómo has podido dejar escapar una oportunidad como ésta. Yo en tu lugar, no rechazaría esa propuesta que te ofreció tu amiga de ayudarte a emigrar por tan sólo 500 euros. (G-Tetuán-SB, f30)

Como decíamos, en los grupos de discusión masculinos o mixtos hay escasa referencias a aspectos emocionales, pero entre ellas hemos encontrado alguna significativa:

Volviendo a la emigración, yo mismo tuve el sueño de emigrar. No pude hacerlo, pero mis hermanos son emigrantes en Holanda, en España; más de treinta personas de mi familia viven fuera, en Europa. (G-Tetuán-ET, m42)

Y éste otro, en el que la se expresa en sentido de negación rotunda y definitiva, quizá hasta en el sentido de frustración:

Quiero hablar de mí mismo. La emigración como fenómeno no me ha afectado mucho, nunca he pensado en emigrar, ni a Francia ni a España ni a Holanda ni a ningún sitio, me gustaría vivir bien en mi país. Mi madre me contaba que, cuando todavía yo no había nacido, a mi padre le surgió una oportunidad para emigrar a España, pero por algún motivo al final no lo hizo. Durante un tiempo lo estuve lamentando, culpando a mi padre de no haber emigrado, diciendo que por qué no se había ido, que si

lo hubiera hecho yo hubiera nacido allí, habría tenido otras cosas... Pero después de conocer cómo es en realidad la emigración y las situaciones que algunos viven allí, he tachado con una X la idea de emigrar, y la he abandonado. En Europa ahora mismo sólo hay sufrimiento, es la información que nos llega sobre cómo vive allí un montón de emigrantes. (G-Tánger-OH, m22)

Como fenómeno social, se entiende que se trata de un movimiento colectivo, una lógica común de la población con la que afrontar las dificultades de la realidad cotidiana y de la falta de expectativas. Ésta es la razón de que en varias ocasiones haya testimonios que mencionan la idea, el ideal migratorio como una cuestión presente incluso en la infancia, como la única oportunidad de prosperar:

Si coges un niño y le preguntas ¿qué quieres hacer en el futuro?, te contestará que su sueño es emigrar a Europa. La emigración se considera aquí como única solución, está muy arraigada en el cerebro de la gente. (G-Beni Mellal-KF, m25)

Algunos tienen la idea de emigrar plantada en su cabeza, y aunque ven estas cosas no cambian; incluso algunos tienen puestos de trabajo y aun así piensan en irse fuera. Aunque tú les digas a que aquí estarán mejor, no te hacen caso, ellos quieren ir a Europa y nada más. (G-Tetuán-IA, m41)

En los barrios de Tánger, los niños piensan en emigrar. Si a un niño de sólo 10 u 11 años le preguntas si quiere emigrar, te dirá que su sueño es hacerlo. Se van al puerto, lo intentan una vez y les cogen, y cuando los liberan vuelven a hacer lo mismo una y otra vez, hasta conseguirlo un día. Hay otros que, al ver la nueva vida de los emigrantes cuando vienen en el verano, con coche y buena pinta, piensan que en Europa todo es fácil y toman la decisión de emigrar; sueñan con una vida que no tiene nada que ver con la realidad con la que chocarán al llegar. (G-Tánger-IT, f21)

Esa lógica migratoria social se detecta asimismo en una variada muestra de testimonios de interés en los que se vislumbra que son proyectos de largo alcance, fraguados como una trayectoria vital. De entre ellos, resulta significativo del de este

hombre de Beni Mellal, que detalla los planes urdidos durante mucho tiempo:

Si me hubieran ofrecido emigrar, lo habría hecho, porque tuve experiencias. En aquél entonces, cuando intenté emigrar, estudié cómo hacerlo, cómo llegar al puerto de Casablanca y subir al barco, con mapas y todo, para saber si había ha llegado a mi destino o no. El tiempo lo teníamos controlado, y debíamos tener dos juegos de ropa por lo menos; los pantalones vaqueros los ponen al revés con un cuchillo (para salir del camión). Pero fue el destino, Dios quiso que me quedara aquí. Y gracias a Dios he ahorrado dinero y me saqué el carnet de conducir y de vez en cuando con algún taxista. Mi padre me dijo que ganar un puro (limpio) es mejor que mucho ilegal. No lo tenemos, no lo queremos. (E-Beni Mellal-RS, m34)

Por otra parte, la *relación entre la motivación y la movilidad* muestra resultados similares en cuanto a expresividad, abundancia y densidad. Entre las motivaciones, es más frecuente la mención expresa al trabajo y al dinero, dos de los términos en los que se verbaliza recurrentemente las razones de la migración marroquí a modo de argumentaciones centrales del discurso.

Me cuentan que después de la II Guerra Mundial, vinieron europeos a algunos pueblos de Marruecos para llevar a gentes para trabajar en sus países. Después, estas personas volvieron y se notó un cambio económico en sus vidas. Esto motivó a la gente a salir hacia Europa, porque empezó a creer que Europa era un paraíso. En los años 80 todo era fácil: el visado, el pasaporte, etc. Antes, los que emigraban eran los analfabetos o los que trabajaban en los pueblos o en la construcción. En aquella época, Europa era la solución para esas gentes que no encontraban posibilidades de trabajar. (G-Rabat-HR, m40)

Para mí, la causa que empuja a todos los marroquíes a emigrar a España o a Europa o a EEUU, o a morirse en el mar, es de tipo económico. Aquí puedes estudiar mucho y esforzarte, pero al final terminarás trabajando en una empresa y cobrando 200 euros. ¿Quién puede vivir con 200 euros, alquilar una casa y casarse? Además, la vida aquí en Tánger es muy cara, casi como en Europa. (G-Tánger-OH, m22)

Para mí, la pobreza es el principal motivo que puede empujar a los jóvenes marroquíes a emigrar a Europa. (G-Tetuán-SB, f30)

Por el dinero y el trabajo. Necesito trabajar. Mucha gente está sentada en el café esperando, pero nadie te trae el dinero, tienes que ir a trabajar. (E-Ain Chgag-AH, m34)

Como vemos, la argumentación genérica es más compleja de lo que parece, puesto que siempre aparece asociada a la falta de oportunidades en lo local. Como complemento a esta perspectiva, hay también quienes muestran aspectos más singulares. Se trata de aquellos que tienen la oportunidad de observar la sociedad de una forma más alejada de la supervivencia, porque tienen una información más rica, también mayor formación, como es el caso de este profesor de español que trabaja en Beni Mellal plantea el tema desde la falta de libertades y los problemas de la ciudadanía democrática:

Sí, porque si hubiera esas cosas en Marruecos, seguro que la gente no saldría a España o Francia. Por eso es por lo que se emigra a otros lados. Marruecos es un país rico, pero lástima que nuestros responsables no le den importancia a eso. La gente se dice “¿por qué voy a emigrar?” Pero es una lástima de verdad que algunas veces la gente se enfade con el sistema, con el régimen, que manipula a la gente y no da importancia a muchas cosas. Si hicieran ese cambio... Aunque ahora tenemos muchas cosas en Marruecos, hay gente que no quiere emigrar. Aunque estuvieran abiertas las puertas de España o Francia para entrar sin visado, hay gente que se quedaría aquí en Marruecos, porque no tienen ninguna gana de ir a otro lado, porque algunos... no sé cómo explicarte... Eso tiene relación con nuestra personalidad, nuestra cultura más o menos islámica. Se dice que no hay que ir a otras tierras porque no tienen nuestra religión, algo así. (E-Tánger-MA, m30)

En mi opinión, hay dos motivos para emigrar: uno económico, y otro relacionado con la libertad. En cuanto a lo primero, la gente piensa que allí la vida económica es más fácil para resolver sus problemas, hay trabajo, los obreros cobran bien, etc. Y en cuanto a la libertad, aquí la gente se siente restringida, todos la controlan: la familia, la sociedad, el estado, etc. Aunque yo no considero que todas las libertades sean

verdaderamente positivas. (G-Tánger-IT, f21)

En cuanto a *la relación de la movilidad con las expectativas*, predomina una visión negativa que está centrada en la referencia casi sistemática a Marruecos, como un complemento de los discursos positivos sobre la televisión, el imaginario o la mediación. Las visiones negativas de la movilidad van ligadas al discurso sobre las carencias del país en diferentes campos, especialmente el laboral y de la falta de oportunidades, e incluso de un escaso desarrollo.

Vuelvo a la causa de la emigración de aquí, de Beni Mellal, y que creo que es la siguiente: hay muchas personas que estudian y terminan su carrera y cuando se quedan en paro, sin futuro, se convierten en buscadores de oportunidades para emigrar. Hay también personas que puede que tengan un poquito de dinero pero sin horizontes se quedan perdidos; éstos también intentan emigrar, buscan unos 7 o 8 mil euros para comprar un contrato que les facilite tener el visado y luego, a emigrar. (G-Beni Mellal-RA, m20)

Yo pienso que si Marruecos hubiera sido un país desarrollado, ningún marroquí tomaría la decisión de emigrar. (G-Tetuán-AB, f25)

Como en mi país no hay futuro, tengo decidido emigrar a Europa con el fin de sacar adelante a mi familia que vive en peores condiciones de vida. (G-Tetuán-RE, f29)

Aquí en Marruecos, como saben, hay falta de trabajo, hay mucho paro; no hay oportunidades para poder mejorar la vida, y tampoco las tienen los que trabajan, que siempre se encuentran en miseria. Creo que por estas razones han pensado en emigrar y dejar el país. Tampoco podemos olvidar una cosa: en Marruecos, unas pocas personas lo tienen todo, y la mayoría, nada, francamente. (E-Beni Mellal-AH, m26)

Se generalizan las expresiones en las que la limitación de horizontes mentales, la falta de información y de contrastes incrementa el efecto de las expectativas del proyecto migratorio. Es decir, los informantes más cualificados o con experiencia de movilidad detectan que muchos marroquíes no son conscientes de las opciones de vida

en la localidad:

Pero aquí hay gente más pobre y con menos recursos -no solamente económicos sino mentales- que ni siquiera se plantea emigrar, porque no tienen acceso a la información ni al dinero (E-Ouled Yaich-AZ, m46).

Los que no tienen estudios son los que más piensan en emigrar; aquí trabajan el día entero y cobran solamente 7 euros u 8 euros, y cuando se enteran de que en Europa se cobran por ejemplo 30 o 40 euros al día, pues se convierten directamente en personas animadas a emigrar. Dicen que trabajando un año allí pueden ganar lo suficiente para construir aquí una casa. (G-Beni Mellal-YG, m28)

El discurso migratorio no va ligado exclusivamente a las oportunidades de la migración para tener una mejor vida, trabajo o dinero, ya que entre las informaciones recogidas hay muchas que precisan el deseo de movilidad no necesariamente ligado a las expectativas de Occidente. En varios casos hemos detectado que ni siquiera el aumento de la información externa, por ejemplo, sobre la situación de crisis, modifica el deseo o las expectativas que se forjan respecto a Occidente:

A pesar de que Europa está viviendo ahora una crisis económica, sigo pensando que allí hay un trabajo para mí y por tanto, oportunidades de salir de las condiciones de pobreza que me humillan. Por lo que, es imposible quedarme en Marruecos con lo lujosa que es la vida en Europa. (G-Tetuán-SB, f30)

En cuanto a los del Norte, la gente allí trabaja y no hay paro. Todo esto anima a pensar en alguna manera de marcharse allí. (E-Timoulit-SO, f20)

A la hora de analizar la cuestión desde las expectativas, como es el caso en este momento, el tema educativo se convierte en una gran preocupación social desde todos los niveles –tal y como veremos más adelante- ya que también se considera que es un valor añadido para mejorar la oportunidad de las opciones migratorias:

Ahora, sin embargo, la gente se ha vuelto consciente y sabe que para

emigrar y poder trabajar directamente debe tener algún título; porque si emigra sin tener ni diploma ni nada, desconociendo la situación, sólo podrá trabajar en la limpieza o algo similar. (E-Ouled Yaich-AZ, m46)

Dentro de las expectativas migratorias, se incluyen también argumentos más complejos sobre la movilidad relacionados con la libertad, en la crítica al control social, o con la ciudadanía:

Hay otras razones que les impulsan a tomar esta decisión, como por ejemplo, tener más libertades, más oportunidades de educación, mayor bienestar social, menos corrupción, etc. Aquí, hay algunos jóvenes que les interesa emigrar a España sólo para vivir con más libertad como por ejemplo, ir a discotecas, beber vino, salir con chicas españolas, etc. (G-Tetuán-MB, f28)

Así, los tres enfoques de la relación de los impulsos a la movilidad hacia Europa –la emoción, la motivación y las expectativas– consiguen mayor capacidad explicativa por su concentración alrededor de los medios de comunicación y los procesos comunicativos que acompañan la vivencia social de la migración. Pero, dada la densidad de resultados que alcanza la televisión como medio, adquiere una especial relevancia cómo se viven y se detectan los procesos comunicativos vinculados a ella y más en concreto los más productivos, es decir los que relacionan las expectativas con la televisión (143) y los vínculos que se establecen entre emoción y televisión. Esta dualidad resulta significativa incluso en su densidad ya que, en principio, cabría pensar que la televisión –por su suerte de realidad, por sus mensajes y por la capacidad emotiva de la imagen– tuviera mayor peso en la relación. Sin embargo, las expectativas y motivaciones aparecen argumentadas incluso para el caso en que se relaciona con la mediación de la televisión.

De esta forma, buscamos triangular la información anterior con el *proceso comunicativo de la mediación*, bien se exprese con argumentos emotivos o de expectativas, pero en cualquier caso para tratar de valorar el impacto de la televisión sobre los candidatos a la migración de Marruecos.

Dado el peso que en estas vinculaciones tiene la *mediación televisiva* (1.346), cabe suponer que tiene un gran impacto en la sociedad, un tema en el que coincidieron

durante las entrevistas tres profesores de la Universidad de Beni Mellal, que dan idea de los cambios que se han registrado en la vida familiar y social, así como en la idea de emigrar en una comarca en que la movilidad ha registrado un gran impacto en las dos últimas décadas y, especialmente, la vinculada con las redes ilegales de tráfico de personas. La transformación social de esta localidad, tradicionalmente agraria, es espectacular en todos los sentidos ya que el contacto permanente con el exterior proporciona un paisaje más diverso y mestizado.

Si miramos globalmente la sociedad, por supuesto que ha habido cambios, incluso en la manera de vestir. Ven en la tele cómo se viste la gente en otros sitios. Si vas por la calle, te das cuenta de que los marroquíes han adoptado la manera europea de vestir: las camisetas, los vaqueros, incluso las chicas. También ha cambiado la vida cotidiana de la gente. Se hacen cada vez más y más dependientes de la televisión. En cada casa hay una tele. En el pasado, la familia discutía en casa, en grupo, los problemas surgidos durante la jornada e intercambiaba ideas. Ahora, en casa siempre está mirando algo (en la tele). Así que la relación (familiar) que había en el pasado ha cambiado a causa de la televisión. Nos hemos hecho algo pasivos. Por la tarde, se llega a ver la televisión durante dos o tres horas, no hay comunicación entre los padres y los hijos. Yo he comprobado que en casa hay peleas por la tele. Hay familias que pueden comprar varias teles, una para los niños, etc.; esas no tienen este problema. (E-Beni Mellal, IK, m 41)

Pienso que la televisión tiene un impacto no sólo sobre los estudiantes sino en toda la sociedad. En los estudiantes un poco más porque son jóvenes y piensan en el futuro. Hay muchos jóvenes de esta zona de Beni Mellal que viven en una zona rural y que pueden pensar que la emigración es una manera de mejorar sus vidas. El impacto de la televisión es un impacto fuerte. (E-Beni Mellal-MN, m47)

Creo que hay una influencia muy importante de la televisión, especialmente sobre los jóvenes, porque a través de ella llegan a creer que un día se irán a Europa, ya sea a España, Italia u otro país, y que harán realidad sus sueños. (E-Beni Mellal-FM, f39)

Una comparación siempre presente en los testimonios de los informantes surge

cuando se plantea la fuente informativa de las ideas e imaginarios que concurren en un deseo o un proyecto migratorio concreto. Los comentarios y fuentes son numerosos, en sentidos diversos y a veces contradictorios, que muestran el reflejo del proceso de negociación social que se detecta y que, en la codificación del material del trabajo de campo, se registra a través de la *relación entre la interacción y la televisión* (187).

Aparte de la televisión, tampoco la vuelta de los emigrantes de vacaciones a Marruecos con coches de lujo refleja la realidad de las sociedades europeas. Mis vecinos, por ejemplo, cuando vienen de vacaciones a Tetuán en agosto, siempre quieren dar la impresión a todo el mundo de que en Europa les va de maravilla, trayendo muchos regalos a su familia, comprando lo que quieren, etc. (G-Tetuán-AB, f25)

Para mí, tanto las imágenes que muestra la televisión occidental sobre el alto nivel de vida en Europa, como la forma en que regresan los marroquíes de vacaciones a nuestro país, me empujarían a emigrar porque sé muy bien que ganar dinero en Europa no es fácil, y que una vez ahí me sentiría humillada y marginada. Puede que algún día me entren ganas de descubrir ese “paraíso terrenal” con el que muchos marroquíes sueñan, pero va a ser como turista y nada más. (G-Tetuán-SE, f21)

Este contraste de estas informaciones surge en relación a la información directa, la mayor parte de las veces fruto del contacto con migrantes de retorno o de vacaciones en procesos comunicativos de *interacción* en los que está la posibilidad de conocer la aventura y sus resultados, en la valoración de sus protagonistas y a través del relato de experiencias. De hecho, para muchos se trata de la principal fuente de información de la vida en Europa, aunque también de desinformación, porque alrededor de estas narraciones hay juegos de realidad, exageraciones, y también el deseo de confirmar la experiencia positiva que contaron otros o que se muestra en la televisión. Las conversaciones son fuente también de un impulso emocional hacia la movilidad, como puede verse en algunos de estos fragmentos.

Por eso no me quiero ir yo a España. Aunque sea así, yo me quiero ir, porque dicen que al otro lado hay mucho dinero, y aquí no hay dinero, la gente no trabaja. Están todos sentados, ninguno trabaja. Todos los que están sentados allí su conversación es que se van a ir a España en patera.

(E-Mecknes-HE, f28)

Los que vienen de Europa dicen que allí se vive muy bien, que tienen buena vida, que están con mucho dinero, y eso es lo que me mueve a irme allá. (E-El Hayeb-RS, f23)

Los vecinos me lo cuentan. Un vecino se fue por siete mil euros y trabaja nada más que seis meses al año. Trabaja seis meses y vuelve aquí. Tiene contrato de seis meses. (E-Ain Chgag-AH, m34)

En muchos casos, son visiones irreales o míticas –a las que volveremos más adelante– pero que también sufren un contraste por la experiencia propia, por la misma interacción en la que se obtiene una impresión muy diferente de la situación de los migrantes, del tránsito y del resultado de un proyecto de alto valor social. Por este motivo son abundantes las informaciones que detectan la participación activa de los migrantes en la construcción y reconstrucción de las visiones positivas de su estilo de movilidad. Los hablantes detectan en muchos casos el engaño, el ocultamiento y la versión imaginativa de la experiencia que les llega a través de las interacciones sociales.

Muchas emigrantes que vienen de España no cuentan la verdad de lo que les pasa ahí. Lo que dicen es: “Tengo esto y esto”, aunque en verdad no tienen nada; han sufrido mucho, pero no lo cuentan. Les resulta muy difícil asumir que su experiencia ha sido un fracaso. (G-Tánger-KA, f22)

Sin embargo, los emigrantes hablan siempre sólo de cosas positivas. Han escapado de una (mala) realidad y para mostrar que no han fracasado cuentan historias alejadas de la verdad, dan una visión color de rosa de sus experiencias. Sin embargo, yo he viajado a muchos países extranjeros y me he encontrado muchas situaciones distintas de las que nos refieren; las he visto en Francia, España, Italia, Chequia, Chipre, EEUU, Alemania, etc. (G-Rabat-SH, m37)

Sí, depende de las personas. No todo el mundo cuenta lo que pasa allí, algunos refieren cosas imaginarias e increíbles que no tienen nada que ver con la realidad. Si vas a Europa, encontrarás una realidad muy diferente. (G-Tetuán-AB, m48)

Estos mismos emigrantes participan en la difusión de una imagen errónea

sobre la situación en Europa, siempre dicen “estamos ahí muy bien, lo pasamos bien en discotecas, en el trabajo, en todo”, etc. (G-Beni Mellal-KF, m25)

Hay mucha gente que no dice la verdad de lo que pasa allí. Algunos hablan de cosas superficiales, y solamente de lo bueno. En la realidad sólo un 5% de los emigrantes está realmente, y el resto me parece que no cuenta la verdad. Si investigas y preguntas a más gente, descubres que los otros te han mentado. Pero que conste que también hay gente que dice la verdad. (G-Tetuán-IA, m41)

Como las fuentes de información son muy numerosas y variadas, es fácil detectar los engaños y las narrativas idílicas, como decíamos, pero eso ocurre con más frecuencia entre la gente más formada o la que ha tenido más contactos, mayor movilidad o una experiencia propia. Estos informantes son los que relativizan la experiencia y la matizan aunque no siempre de forma clara y sincera ante sus vecinos y familiares.

En cuanto a la imagen que tenía antes de ir allí, podemos decir que es la misma que me encontré al llegar; nunca tuve la imagen de una Europa extremadamente desarrollada, con derechos humanos y todo eso, porque siempre miré a Europa con ojos críticos; no la veía como la mayoría de la gente, para la cual en la otra orilla sólo hay desarrollo, una vida mejor, derechos humanos y unas cuantas cosas más. Esta imagen no la tenía. No sé por qué, por los estudios o no sé. (E-Beni Mellal-AH, m26)

Yo no he emigrado, pero conocemos la realidad de los emigrantes a través de lo que nos cuentan los familiares, porque cada familia de aquí tiene algún miembro fuera, en Europa. Lo que sabemos de fuera es lo que escuchamos de la gente que vuelve, de aquellos que han vivido allí. (G-Beni Mellal-MH, m24)

Hay quienes que cuentan cómo viven allí, hablan de las dificultades y de los grandes problemas que tienen, mientras que otros mienten. Dicen que viven en una casa como no sé qué, que tienen un trabajo no sé qué, que cobran mucho cada mes y que viven a un alto nivel, etc. Pero si preguntas a otras personas que los conocen, descubrirás que lo que dicen

no tiene nada que ver con la realidad. (G-Tetuán-ET, m42)

Algunos vuelven en verano con coche, cuando la realidad es que han pasado el año durmiendo debajo de un puente. Pero no pueden reconocer que no tienen casas y que duermen así. (G-Tetuán-IA, m41)

En general, todos coinciden en señalar que el relato de los migrantes retornados o de vacaciones es una narración del éxito ya no sólo en su oralidad sino que también lo difunden con su presencia. Hay ocasiones en que la crítica a esas narrativas recoge la sospecha de que el éxito rápido puede tener otro origen, es decir, que en ocasiones no se debe al trabajo y a las posibilidades de vida y de dinero en Europa, sino a otras actividades:

Yo conozco a una amiga que emigró a España con un visado turístico, y en un plazo de tres años volvió de vacaciones a Tetuán con una suma de 20.000 euros. Me planteó la idea de irme con ella a España, consiguiéndome un contrato de trabajo por tan sólo 500 euros pero no acepté su propuesta porque puede que esté trabajando en el tráfico de drogas o en la prostitución, por eso, ha podido ahorrar en poco tiempo esa cantidad de dinero. (G-Tetuán-SE, f21)

Dado que el grueso del trabajo de campo se ha realizado durante los años 2008 y 2009, cuando ya se había iniciado la crisis económica en Estados Unidos y Europa – junto a otras transformaciones en los discursos que comentaremos en el siguiente apartado–, se produce un mayor realismo en los discursos de los migrantes, al igual que el que se expresa en las cadenas de televisión a la hora de reflejar la situación de los extranjeros en Europa. Ahora se ven más afectados por el paro o la falta de recursos; un freno dada la gran inversión inicial para realizar su proyecto.

Tengo amigos emigrantes que me cuentan estas cosas. En la cafetería me han dicho algunos, de manera sincera, lo que han estado sufriendo estos últimos meses. Creo que el ha venido a causa de la crisis económica en España y en el mundo entero. Las circunstancias están obligando a los emigrantes a hacer un relato realista, ya no hablan tanto de sueños y cosas así. Últimamente veo que la mayoría de los jóvenes habla con mucha sinceridad sobre la realidad de lo que se vive allí (G-Tetuán-ET, m42)

Sí, dicen que el trabajo allí es muy duro, que lo pasan mal. Hay muchos que aquí venden todo lo que tienen para irse para el otro lado, y que cuando llegan allí no encuentran nada. Para ellos es muy difícil y muy duro, lo pasan mal. (E-Ain Chgag-AH, m34)

En el actual contexto, las situaciones que reflejan los hablantes son más diversas en cuanto a la vinculación entre la movilidad, el trabajo y el dinero. Pero también se detecta que el interés en la migración no es sólo laboral o económico sino que es una aspiración a un modelo de vida difícil de obtener en Marruecos:

Hay muchos que se van con contratos ya hechos. Y una vez que están allí, una vez que termina el contrato están tan contentos y tienen bastante dinero, en lugar de regresar a su país, que tienen que hacerlo, se van en casa de alguna familia para quedarse pero ya no están en regla. Se quedan allí porque no quieren regresar para no tener la vida que tienen aquí. (E-Azrou-RN, m35)

Una vez que hemos comparado los procesos de mediación y de interacción por su impacto en la movilidad, volvemos a la mediación televisiva para recorrer las orientaciones que despiertan. Así enlazamos con la primera idea de la emoción, para triangular los *nexos entre televisión, emoción y movilidad*, que se mostró con elocuencia productiva (339). Los testimonios para esta relación son muy descriptivos y, en general, incluyen visiones positivas, idílicas del destino de la migración.

Al ver las bonitas imágenes que transmite la televisión europea me entran ganas de emigrar a Europa porque no quiero seguir viviendo en la miseria y en la pobreza. (G-Tetuán-RE, f29)

Yo, es cierto que, en muchas ocasiones, al ver esas bonitas escenas que la televisión nos transmite sobre los países europeos, me entran ganas de descubrir y de vivir en ese mundo fantástico con que muchos sueñan, pero rápidamente con que recapacito y pongo mis pies en el suelo, porque prefiero mil veces irme a un país árabe en el que se habla el mismo idioma que hablo yo, y en el que el uno no puede sentirse extraño, que emigrar a un país europeo donde muchos emigrantes sufren por el racismo y la xenofobia. (G-Tetuán-MB, f28)

De la misma forma operamos con las vinculaciones que hemos localizado entre

la *televisión, las expectativas y la movilidad* (202), ya que producen unos resultados más complejos en que hay elementos significativos ya no sólo relacionados con los OBJETOS CRÍTICOS de la investigación sino también con el conjunto de variables definidas como por ejemplo la ciudadanía:

La gente sencilla ve este mundo y directamente se decide a emigrar. Y los que están en buena situación económica ven la vida democrática y también deciden ir a vivir allí. (G-Rabat-HR, m34)

Quisiera decir que, según lo que se ve en la televisión, según lo que se lee en los periódicos, yo no creo que sea perfecto al cien por cien, porque los jóvenes que deciden marcharse, emigrar, creen que Europa es el paraíso. Pero después, cuando llegan allá se encuentran con una situación que es irreal, diferente a la que ellos imaginaban. Así que verdaderamente hay algo que atrae la atención de la juventud marroquí que decide emigrar. (E-Tánger-MS, m46)

Todavía resta por realizar una tercera operación en este sentido, la de recorrer las relaciones entre la *emoción, la motivación y la movilidad* (59), entre las que se encuentran elementos discursivos comunes a los anteriores, pero en esta ocasión relacionados con las imágenes televisivas.

La televisión española da una imagen llamativa, muy atractiva, de la vida en España. La gente ve que todo está bien, incluso el trabajo. Esto les hace decidir emigrar. (G-Tánger-OS, m23)

La imagen que ofrecen las cadenas de televisión sobre los países del Norte no es verdadera porque intentan sólo mostrar lo bonito de Europa. Entonces, esto puede repercutir en la mayoría de las ocasiones en la toma de decisión de emigrar de cualquier individuo que se pueda encontrar en una situación precaria. (G-Tetuán-MB, f28)

Las direcciones más interesantes en que se conectan todos estos elementos las que resumimos a continuación, como el cierre de un círculo de vinculaciones que hemos desgranado en las últimas páginas:

a).- En primer lugar, las que se establecen entre la *mediación televisiva y las expectativas de movilidad* que resultan representativas en la mayor parte de los sentidos

repassados hasta ahora, precisamente cuando se observa un cambio de discurso sobre la migración, fruto de la situación económica pero al que también se hacen impermeables quienes tienen una firme idea de movilidad.

Creo que todavía no hemos llegado a esta conciencia. Me parece que mucha gente no va a aceptar fácilmente la idea de no emigrar, porque pueden decirse: “Si hay crisis en Europa, también la hay en nuestra tierra, y hay grados de diferencia, así que es mejor vivir la crisis allí que aquí”. Creo que la gente que tiene intención de emigrar no va a cambiar de idea por lo que digan los medios sobre la crisis. (G-Tetuán-HB, m40)

b).- En segundo, lugar las que relacionan la *mediación televisiva* y la *emoción de movilidad* en la que se localizan una variedad de expresiones de todo tipo, negativas y positivas, que también son muy productivas en las encuestas ya analizadas. En este último caso, conectan a menudo con el imaginario de Occidente siempre en visión positiva, y a menudo ligada a la negativa de Marruecos o del Sur, un tema que se profundiza en las relaciones de contraste de las hipótesis secundarias de la investigación.

La televisión muestra solamente lo más atractivo de Europa: los edificios, las playas, la gente, los coches, la buena vida, las fiestas, etc. Lo que conduce, en demasiadas ocasiones, a que la mayoría de los espectadores marroquíes que viven en la miseria y en la marginación, piensen en emprender de cualquier forma la aventura de emigrar para encontrar el paraíso con que tanto han soñado. (G-Tetuán-AB, f25)

Las televisiones dan una falsa idea de la vida en Europa. No saben que no es tan fácil como sale en la tele. Las antenas parabólicas han dado a los jóvenes una idea falsa de Europa. (E-Mecknes-AN, m42)

De las vinculaciones que se establecen entre los procesos comunicativos, las orientaciones y la movilidad, entramos ahora a detallar las que se registran entre la *interacción a través de Internet* y la *emoción de movilidad*. Se trata de una relación de muy baja densidad (2), en gran parte porque no se ha cuestionado directamente ni en los grupos de discusión ni en las entrevistas en profundidad, pero sí en las encuestas a estudiantes universitarios, de las que proceden la mayor parte de los códigos que aporta Internet. Sin embargo, esta vinculación muestra otro tipo de conexión de los medios y la

comunicación con la movilidad que resulta muy descriptiva ya que se trata de un modelo de interacción comunicativa diferente y cuya importancia va en crecimiento.

Y como otros motivos para emigrar, conozco unos amigos que han emigrado gracias al chat, han conocido chicas a través de un chat y se han enamorado; luego ellas han venido a Tánger, se han conocido muy bien y después se han ido todos. Estas personas pasan todo el día en el cibercafé, no tienen nada que hacer, no tiene ni trabajo ni nada, han dejado los estudios. Piensan que ahí van a encontrar una vida fácil ahí, y más cuando viene la chica para recogerlos. Cuando ven estas cosas, otros hacen lo mismo y entran en el chat. (G-Tánger-YB, m23)

Internet también se utiliza mucho ahora para comunicar con el resto del mundo y también para posibilitar la inmigración. Hay muchos matrimonios que se hacen entre chicos y chicas marroquíes con chicos y chicas europeos, porque Internet es una forma directa de comunicación. Ahora con Internet en un cibercafé, con una cámara, puedes hablar directamente con un amigo o amiga, siempre por muy poco dinero, y puedes tener un contacto directo. Pienso que es una forma de comunicación entre los agentes, y también de emigración. (E-Beni Mellal-MN, m47)

A través de estas direcciones y referencias, en la selección de los distintos enfoques de los testimonios y las evidencias, hemos tratado de mostrar que el sistema de información sobre la migración se ve afectado por la mediación y la recepción de la televisión pero también por las interacciones sociales que actúan como elementos revalidadores de los contenidos, así como también -aunque en menor medida- por la experiencia. En ocasiones, se utiliza la comparación directa de conocimientos de las dos procedencias.

Pues la belleza de la naturaleza de España. Me dicen hay que maravillosos monumentos históricos, y veo lo mismo en la tele. (E-Ouled Yaich-ZH, f15)

No creo que la televisión sea la única cosa para explicar la emigración de la gente. La televisión es una cosa pero no es el todo. Pienso que también está el aspecto económico y social, que es muy fuerte. [...] La televisión

puede jugar un papel, pero no el único. (E-Beni Mellal-MN, m47)

De hecho, resulta llamativo el juego de confirmación positiva que se expresa continuamente como referencia a aquello que no se conoce directamente e incluso cómo a menudo se pueden utilizar las mismas manifestaciones para invalidar o apoyar los argumentos sobre la idea de la vida cotidiana en el Norte.

Bueno, la verdad es que no hay mucha diferencia, porque nosotros confiamos en nuestras cadenas televisivas, ya que los documentales que vemos enseñan la misma realidad que nos cuentan los emigrantes. O sea, problemas como la adicción a las drogas, el vagabundeo... Hay quienes comen de la basura. Éstos lo vimos en la TV y también nos lo comentó mi hermano. (E-Timoulit-RT, f44)

Nuestras fuentes son los medios de comunicación y los propios emigrantes cuando vuelven en vacaciones. Los emigrantes hablan de una vida rosa en Europa, y cuando están allí puede que lleguen a pensar en volver por las dificultades que viven. Me parece que tienen una visión doble y contradictoria. (G-Rabat-MA, m40)

Yo en cambio, por lo que me muestran las cadenas de televisión sobre Europa y por lo que me cuentan mis compatriotas al volver a Tetuán para pasar las vacaciones, estoy dispuesta a abandonar mi país debido a la situación precaria en la que me encuentro. Soy capaz de emigrar a Europa para no seguir en la miseria y en la marginación económica en la que vivo. (G-Tetuán-SB, f30)

En muchos testimonios se detecta un deseo de confirmación que tiene doble sentido, del que participa la televisión pero también las interacciones. A veces, para expresar que la propia aventura migratoria ha existido y que goza de la misma credibilidad que los medios o, también, en dirección opuesta: que las imágenes de la televisión cuentan con un respaldo en la realidad, que esos mundos, esos 'paisajes mediáticos' tienen consistencia y densidad. Hay numerosos ejemplos de ello en la transcripción de las entrevistas, especialmente para los públicos más juveniles o para los

habitantes del mundo rural aislado y falto de contrastes. A la pregunta sobre si lo cuentan los amigos migrantes en su retorno a Marruecos tiene parecido con las imágenes que muestran las televisiones, hay varios ejemplos afirmativos de los que seleccionamos estas respuestas:

Se parecen mucho. Me traen fotografías, como pruebas de cómo viven allí. Me quedo alucinado. (E-Ain Chgag-AH, m34)

Sí es muy parecido. Veo que trabajan allí y en la tele también trabajan. (E-Azrou-RN, m35)

O, por ejemplo, al cuestionar si el informante, un joven de 15 años, cree que Europa es tal y como aparece en la televisión, responde: “Me parece que sí. No sé”. (E-Ouled Yaich-AZ, m15). Entre estos aportes fundamentales hay un juego de confirmación y desmentidos, complejo y ambiguo, en el que la subjetividad selecciona las informaciones y proyectos que conducen su atracción hacia los mundos opulentos del Norte y hacia los deseos y proyectos de movilidad.

Las cosas buenas que nos cuentan los emigrantes de Europa ya lo sabemos todos, lo sabemos a través de la televisión. Las cosas malas que cuenta el emigrante no se ven en la tele. (G-Tetuán-IG, m40)

En estos relatos se detecta también el temor al fracaso en un ocultamiento intencionado a pesar de que el imaginario se alimenta a través de diferentes procesos comunicativos. Por eso, tiene interés la interpretación de este hablante:

No cuentan lo que les pasa porque su orgullo les impide hacerlo. Es una mala costumbre, una noción errónea del orgullo... (Risas). (G-Tánger-YB, m23)

Pero todavía más, en la intervención de esta mujer que había regresado a Marruecos de vacaciones, después de vivir en Zaragoza y trabajar como camarera durante cinco años.

Sí, lo he contado, pero nadie te cree aunque lo cuentes. Hasta que no llegan allí y pasan lo mismo que he pasado yo, nadie te cree aunque lo cuentes. (E-EL Hayeb-ZH, f34)

En el transcurso de esta entrevista, que se desarrolló en un ambiente cotidiano, alrededor de la televisión, y en la que participaron varios miembros de la misma familia, las contradicciones y confirmaciones alrededor de la información fluían por ámbitos diferentes. De una parte, la propia emigrante de vacaciones mantenía que su padre – residente en España desde hacía treinta años– no le había contado nada de su experiencia ni de las dificultades: “Sí, a veces decía que se vivía mejor allí que en Marruecos, pero nunca lo contaba todo”. (E-EL Hayeb-ZH, f34). Después de su entrevista, en la que afirmó que su dura experiencia la comunicaba a todos los de su alrededor, pregunté a su cuñada sobre el tema, con la siguiente respuesta: “Nunca me ha dicho nada, nunca me ha contado nada”. Después la migrante residente en Zaragoza intervino de nuevo (E-EL Hayeb-ZH, f34) para decir: “Aunque se lo cuente no se lo va a creer nunca”.

5.7.2.- Los modelos televisivos, la identidad y la interculturalidad

A la hora de indagar sobre si el modelo televisivo de Occidente –como emisor de mensajes hegemónicos, unidireccionales, patriarcales y eurocéntricos– influye en el proceso decisorio de los candidatos a la migración, hemos buscado la comparación entre los tres principales modelos de producción televisiva a los que tiene acceso la población marroquí para establecer relaciones entre ellos, así como sobre la identidad y la interculturalidad. El análisis lo realizamos desde el contexto de recepción de la televisión, respecto a las cadenas occidentales, árabes o marroquíes, porque en él coincide tanto este aspecto como también el de la toma de decisiones de la aventura migratoria con el objeto de diferenciar si los contenidos mediáticos tienen un impacto diferencial.

En primer lugar, la *televisión árabe* –de la que ya hemos detallado el juego de intereses y de posiciones ideológicas a las que se debe– que destaca por las visiones positivas que le acompañan (243). De hecho, para este caso hemos detectado un menor impacto de las visiones críticas, sobre todo respecto a la cadena Aljazeera que ha irrumpido en fecha más reciente entre los consumos televisivos con una gran fuerza y también credibilidad social especialmente entre el público masculino y urbano.

Encuentro que Aljazeera da a los espectadores lo que esperan. Me da la impresión de que Aljazeera es un gran partido político y de que su audiencia está compuesta por militantes que comparten los valores que defiende. Aljazeera defiende las causas árabes y lo que sientes tú mismo. (G-Tetuán-IG, m40)

Sí, Aljazeera muestra la realidad, no como otras cadenas. Aljazeera enseña todo a la gente. Hay gente que no sabe nada y tiene que saber. Gracias a Aljazeera hemos visto y sabido lo que pasó en Gaza, nos permitió vivir en directo aquellos sucesos. (G-Tetuán-IA, m41)

La vinculación identitaria y emocional de las audiencias con el producto televisivo de factura árabe ha ido en incremento en los últimos años y especialmente a partir de 2001, cuando comienza su difusión masiva transnacional. En el caso de Marruecos no se trata de un consumo generalizado hasta 2003, fecha de la invasión de

Irak que –junto a otros acontecimientos políticos internacionales y la creciente demonización del mundo islámico– ha jugado a favor de la adhesión a la cadena qatarí.

Pongo un ejemplo sencillo: la guerra en Afganistán o en Irak, y últimamente en Gaza, la única cadena que estaba emitiendo la realidad de aquellas guerras era Aljazeera. En aquellas fechas estuve viendo la BBC y ahí no encontré nada, ni tampoco en Al Arabia, pero en Aljazeera he visto todo y en directo. La verdad es que Aljazeera en ese contexto ha mantenido un discurso representativo de las víctimas, y en aquellos momentos era para mí la cadena que verdaderamente transmitía la realidad. (G-Rabat-MA, m36)

Así se comprende mejor cómo en el análisis de este grupo de televisiones los vínculos identitarios (39) aparecen mejor situados que los que se refieren a la interculturalidad (28). De hecho, la posición de la cadena en la cuestión de Gaza es el principal elemento de diferenciación ideológica que detectan los informantes.

Por ejemplo, el discurso de Aljazeera se adapta según los eventos. Cuando hay un acontecimiento popular, se adapta a la visión popular y reivindica lo que reivindica la gente. La mejor cadena para mí es Aljazeera, mejor que Al Arabia o Al Iraquia; ésta última ha adoptado un posicionamiento pro americano en la cobertura de la guerra sobre Irak, justificando la invasión iraquí; también ha explicado la guerra sobre Gaza por los misiles de los palestinos y no por el embargo puesto por los israelíes y la colonización, que es el origen de todo que ha sucedido. (G-Rabat-HR, m40)

La mejor cadena para mí es Aljazeera, mejor que Al Arabia o Al Iraquia; ésta última ha adoptado un posicionamiento pro americano en la cobertura de la guerra sobre Irak, justificando la invasión iraquí; también ha explicado la guerra sobre Gaza por los misiles de los palestinos y no por el embargo puesto por los israelíes y la colonización, que es el origen de todo que ha sucedido. (G-Rabat-HR, m40) En los medios árabes encuentras dos corrientes: pro-americano y antiamericano. Y si vemos Aljazeera y Al Arabia, podemos considerar que Al Arabia es el brazo del ministerio de asuntos exteriores de Arabia Saudí, y Aljazeera, del de Qatar. Qatar a través Aljazeera ajusta cuentas con muchos países del

Golfo, con Arabia Saudí, con Kuwait, con Emiratos Unidos, etc. Es un medio de presión. (G-Rabat-HR, m40)

Entre los elementos identitarios destaca su asociación con la religión en muchos casos: “Aljazeera tiene un poco... la tendencia islámica” (G-Rabat-MA, m40) que, en su vertiente política, comienza a llamar la atención del Estado marroquí con desaprobación porque se traduce en una creciente arabización de Marruecos, a la vez que supone un giro hacia Oriente, mientras la política exterior trata de acercarse a Europa.

Y se nota mucho en el comportamiento de la gente, influye hasta en los estilos de la vida. Aljazeera ha influido muchísimo por ejemplo el tema del “chita”, ha hecho que mucha gente simpatice con Hizbullah e Irán, y por esto Marruecos se ha alertado contra esta tendencia islámica. Antes la gente normal no sabía que había sunitas y chiitas; ahora lo saben todos. (G-Tetuán-IG, m40)

Quizá los discursos más críticos sobre Aljazeera se relacionan en el fondo con ese peso islámico, por su contenido ideológico, y por la estrategia panarab de la cadena.

Mirad, en el mundo de los medios de comunicación hay evidencias: cuando dices que Al Arabia representa una visión es evidente, porque cada cadena representa una ideología. Pero podemos, por ejemplo, preguntarnos si Aljazeera habla de lo que pasa en la base militar americana en Qatar; es una cosa normal y no debería acusarlos. Cada institución mediática quiere difundir una ideología o apoyar un poder, y nosotros debemos entenderlo dentro de este marco. De lo que podemos hablar es de profesionalidad, ya que las nociones de verdad y libertad son cosas relativas. (G-Rabat-SH, m37)

Respecto a la movilidad, resulta muy llamativa la baja incidencia que muestra en cualquier categoría y análisis la asociación con las etiquetas del código árabe, que en ninguna relación llega a aproximarse siquiera a los valores registrados para la televisión marroquí, a pesar de que el consumo de las cadenas árabes y su valoración es muy positiva. Un testimonio de un informante –muy crítico con Aljazeera– daba esta explicación al respecto.

Los canales occidentales por lo menos te muestran realidades, pero en los

árabes sólo aparecen “flashes”, no te cuentan las cosas claras; me refiero a las riquezas de los países y tal. Es porque tienen miedo de que si muestran los bienes y ventajas de un país, todos vayan a emigrar allí. Actualmente, ¿por qué ha aumentado la emigración? Porque los países europeos son los que les llevaron (motivaron) a emigrar, porque las televisiones mostraban a la gente de allí con coche y con casas. O sea, que la realidad la muestran las cadenas occidentales, mientras que las marroquíes o las árabes no enseñan cosas concretas. (E-Ouled Yaich-AZ, m46)

En clave intercultural, las cadenas occidentales enfocan la cuestión de la migración desde el enfrentamiento cultural que se registra en las sociedades de acogida en la mayor parte de los casos.

En segundo lugar, *la televisión de Marruecos* destaca por su bajo consumo pero, sobre todo, por las visiones negativas (184) que acumula en diferentes aspectos como en la credibilidad. Esta crítica es generalizada en el país en todos los sectores y niveles y se refleja en un bajo consumo y referencias a los contenidos con laguna excepción del consumo familiar e informativo a título de ilustración. Las opiniones menos críticas proceden en general de mujeres con menor grado de conocimiento de la realidad política y social. En general, hemos detectado un cúmulo de opiniones sobre la falta de conexión entre las imágenes de la televisión pública y la realidad, algunas veces con expresión idéntica.

Los medios de Marruecos te dan noticias muy generales que no reflejan bien la realidad. (G-Rabat-MA, m40)

Las cadenas marroquíes no muestran estas realidades. (G-Tetuán-IA, m41)

Presentan el mismo contenido, son aburridos y no tratan gran cosa. Te desvían de la realidad. Por ejemplo, si se producen hechos importantes, te sacan una noticia por alguna parte para desviarte la atención, nada más. (E-Beni Mellal-AH, m26)

En esa política de desviación de la atención, un contenido frecuente de la

televisión nacional es la emisión de imágenes sobre actividades oficiales y visitas del Rey, así como sobre su vida familiar.

En las cadenas marroquíes no hay nada de eso, sólo noticias locales: por ejemplo, un accidente en una empresa, un cambio en el gobierno, una visita real y otras que no sigo. (G-Tetuán-IG, m40)

Sin embargo, resulta llamativo que la televisión pública no haya difundido imágenes ni se haya hecho eco de la boda bígama del Rey Mohamed V este mismo año 2010 que es un clamor social en Marruecos. En diferentes ocasiones durante la realización del trabajo de campo, a las preguntas sobre las razones de esta omisión por parte de la televisión, siempre hemos obtenido una respuesta unánime: los informantes mantienen que no ha sido necesario, ya que todo el mundo sabe que se ha vuelto a casar, que tiene una segunda esposa. Una justificación que busca la evasión antes que la crítica, quizá en relación con el fuerte control social y político que existe sobre las opiniones respecto a la monarquía, para las que hay un límite legal, con penas de cárcel, incluso para los medios de comunicación.

En términos de identidad, las referencias son menores para la televisión marroquí de las que se registran para las cadenas árabes o para las occidentales. También las expresiones sobre su interculturalidad son prácticamente inexistentes y, en todo caso, negativas. Los temas que aborda la televisión pública están alejados de los intereses de la audiencia en la mayor parte de los casos, aunque hay informantes que detectan un cambio en la orientación de su política informativa.

Las cadenas marroquíes no transmiten la realidad, no emiten películas que sean realistas, como por ejemplo las que puedes encontrar en los CD que se venden de manera clandestina en los barrios de Casablanca. No las emiten porque reflejan verdaderamente lo que pasa, porque hablan de los pobres y de los jóvenes rebeldes, que se drogan, que roban, etc. Estos son los problemas reales y no los que ofrecen las televisiones de nuestro país. (G-Beni Mellal-RA, m20)

En la televisión marroquí hay programas que intentan reflejar la realidad. 2M, por ejemplo, ha ido con sus cámaras a una zona de difícil acceso cerca de Asilah, y ha realizado un reportaje sobre las mujeres embarazadas y las dificultades que encuentran para dar a luz, porque no

hay medios de transporte para llegar al hospital. Sin embargo, los periódicos han criticado a 2M, porque ha ganado mucho dinero gracias a estas mujeres que han querido participar y que han permitido que se las grabara en situaciones muy íntimas, sin darles nada a cambio. (G-Beni Mellal-AB, m30)

Sin embargo, hay algunas cadenas de televisión que han mejorado su forma de transmitir los hechos, mostrando al espectador una verdadera imagen de la realidad vivida. Por ejemplo, 2M, una de las cadenas de televisión nacional, hoy en día, emite algunos programas de investigación muy interesantes que tratan temas de la realidad actual de Marruecos. Pues, en varias ocasiones, han emitido reportajes que reflejan la mala situación de muchos marroquíes que no tienen ni siquiera el más mínimo derecho de tener, por ejemplo, agua potable y luz. (G-Tetuán-AB, f25)

Los informantes muestran una huída hacia otros consumos mediáticos, en mayor coincidencia con los intereses subjetivos e identitarios y que aportan además una mayor vinculación emocional.

Por eso, para saber cosas de nuestro país, la mayoría de los marroquíes se refugia en las cadenas internacionales. En este punto tienen ventaja, aunque no se sabe si lo hacen por profesionalidad o por otros motivos. En nuestras cadenas las noticias siempre están maquilladas, no hay espontaneidad en los comentarios. Por el contrario, si una cadena española ofrece un documental sobre Marruecos, lo sigo de principio a fin. Seguro que enseña cosas que nuestras cadenas ocultan. (G-Tetuán-IG, m40)

Nos escapamos de las cadenas marroquíes porque en ellas no encontramos nuestra identidad. Además, no ofrecen contenidos que nos interesen mucho; la política de acercamiento no existe, tratan cosas que están muy lejos de nosotros, de nuestra realidad y de nuestras preocupaciones. A mediodía, cuando hay más 30 millones de marroquíes esperando las noticias, emiten, por ejemplo, que una asociación ha distribuido cosas en un sitio, que a unos les han regalado maletas, a otros les han arreglado los dientes, etc. , temas que no son los que nos interesan en primer lugar. Me parece que es sólo propaganda oficial, y sientes que

tú y tus preocupaciones no se reflejan ahí. Te sientes marginado, al contrario que al ver otras cadenas árabes, donde se reflejan los asuntos que te preocupan. (G-Beni Mellal-MH, m24)

También se muestra muy baja la incidencia del imaginario y la movilidad en relación a la televisión marroquí aunque algunos son muy significativos dentro de la ambigüedad con que vive el fenómeno migratorio el gobierno marroquí pero que, tradicionalmente, ha sido de exaltación de los migrantes.

Los medios marroquíes no tienen ningún discurso, en el verano empiezan a decir bienvenidos a nuestros emigrantes, etc., mientras en los medios españoles por ejemplo mostrarán las pateras. (G-Rabat-MA, m36)

La ambivalencia se refleja también en los metarrelatos sobre los migrantes también contradictorios, aún dentro de la misma cadena, pero que indican una evolución hacia posiciones más críticas y más realistas de la experiencia.

También nuestras cadenas hacen lo mismo. Por ejemplo, Atlas nos presenta siempre a emigrantes marroquíes que han tenido éxito. Los graban de manera superficial, en sus despachos de Francia, Holanda, etc., siempre con rascacielos y cosas buenas y bellas. El canal marroquí Atlas no lleva sus cámaras y hace programas sobre las situaciones difíciles. (G-Tetuán-IA, m41)

Nuestros medios y nuestras televisiones no hablan mucho de la emigración, hay un programa que se emite en cadena "Atlas", es el único que trata la vida de los emigrantes marroquíes en Europa, esta cadena de pocas programas empezó a mostrar la vida de algunos emigrantes, sus casas, sus condiciones de vida, algunas veces enseñan cómo viven en chabolas. Menos esto la misma cadena se va siempre al centro de París, y elige un emigrante marroquí que ha podido tener un sitio en la sociedad francesa, y nos muestran su trayectoria, su éxito con su proyectos, su buen nivel de vida, etc. Este tipo de programas puede dar imágenes no incorrectas sobre la vida real de todos los emigrantes fuera (G-Beni Mellal-RA, m20)

Los medios de nuestro país no lo tratan de la misma manera. Aunque tenemos miles de emigrantes en España y Europa apenas se interesan por

ellos; sólo hacen programas superficiales sobre el asunto y sobre emigrantes de clase alta. Esto se aprecia claramente en la cadena Atlas, donde nunca he visto programas que enseñen a los emigrantes que duermen bajo los puentes. Por el contrario, las cadenas españolas sí tratan estos casos, y casi diariamente. (G-Tetuán-IA, m41)

Los cambios en el sistema de discursos lo han detectado los informantes primero en las cadenas transnacionales y, a remolque, en las cadenas marroquíes, y en sus testimonios los vinculan con la crisis económica internacional.

Los medios están enfocando la crisis mundial. Y lo que muestran influye en muchas personas, haciéndolas cambiar de idea sobre la emigración. Ahora está llegando información verdadera sobre Europa, sobre la gran crisis económica que está sufriendo, y la gente ya no está dispuesta a arriesgar su vida. Esta crisis ha permitido a los jóvenes replantearse la idea de emigrar. (G-Tetuán-ET, m42)

Sí, hasta las cadenas marroquíes han empezado actuar de esta manera, mostrando la realidad de los emigrantes. Y creo que lo hacen por razones políticas y por la presión de Europa sobre Marruecos para frenar la emigración, que está obligando a Marruecos a convertirse en un gendarme de fronteras. (G-Tetuán-HB, m40)

Luego, una vez que apareció la crisis económica en el mundo, 2M presentó un reportaje muy importante sobre la miserable situación en la que se encuentran muchos emigrantes marroquíes en España. Es como si quieren hacernos llegar de una manera indirecta que en España, no hay nada que merece emigrar y que nos olvidemos, de una vez, de esta idea. (G-Tetuán-AB, f25)

Y en tercer lugar, respecto a la *televisión occidental*, además de las referencias señaladas a la hora de establecer las relaciones con el impulso a la migración, es significativo que su visión es contradictoria y ambigua en cuanto a los contenidos y su alcance, con un ligero dominio de las visiones positivas (382).

Las películas y series de televisión te transmiten una imagen de Europa

como una sociedad ideal y civilizada, todo fácil, con buenos valores, todo organizado, donde hay respeto, etc. Parece un mundo muy atractivo, aunque a veces te das cuenta de que aquella imagen no es real al cien por cien. (G-Rabat-SH, m37)

Si analizamos la recepción de las televisiones occidentales desde la credibilidad, las ideas negativas (135) sobre sus contenidos son abundantes y, en cierto sentido, coinciden con la misma visión idealizada que reflejan del mundo propio, de Europa y el Norte. En esta cuestión, las contradicciones se registran precisamente por este predominio y por su influencia.

Creo que la TV nos da siempre una imagen de lo que pasa en muchas partes del mundo, no nos da la verdadera imagen, la verdadera realidad de Europa. Por ejemplo, hoy en día Europa está en crisis, muchas personas pierden su trabajo, muchas personas encuentran dificultades en su vida diaria, hipotecas, etc. Sin embargo, esta realidad pocas veces la encontramos en la TV, sólo vemos una Europa de Barça y de fútbol y, bueno, de festivales, de ciudades bonitas y otras cuantas cosas más. La verdadera imagen no aparece. (E-Beni Mellal-AH, m26)

Pienso que lo que dice la televisión europea es más sincero que lo que dice la marroquí. (E-Mecknes-HA, m46)

Sólo que los países desarrollados siempre quieren mostrar una buena imagen, mientras nos esconden lo que son de verdad. (E-Ouled Yaich-AZ, m46)

Entre las referencias a la interculturalidad para las televisiones occidentales, en términos negativos (39), en su mayoría los testimonios coinciden en la clásica división Norte y Sur de la producción discursiva de la Otredad, pero también se conecta con el pasado histórico –para el caso de España– y con los imaginarios coloniales. En este aspecto, la cuestión es más peliaguda, ya que la población de origen marroquí residente en España es muy numerosa pero no tiene una atención por parte de los medios de comunicación generalistas.

A través de los medios captamos una imagen de Europa positiva en general, pero los mismos medios ofrecen una imagen negativa sobre nosotros, de pobreza, analfabetismo... Pero la verdad es que tienen

democracia y oportunidades para el trabajo. En pocas palabras: los medios nos dejan una buena imagen sobre Europa (G-Tánger-KA, f22)

Al observar detenidamente las informaciones que las cadenas de televisión españolas ofrecen a la opinión pública española sobre Marruecos, se da cuenta de que nuestro país es sólo noticia cuando se trata de asuntos conflictivos que le oponen a España en temas como el terrorismo, la emigración ilegal, el tráfico de drogas, la cuestión de la pesca o los contenciosos de Ceuta y Melilla y el Sáhara, o cuando se trata de hablar de problemas sociales que tienen lugar en Marruecos como la condición femenina, la falta de libertades y de derechos humanos o el aumento del peso de los partidos islamistas en el escenario político marroquí, privando así a la opinión pública española de una imagen más realista de los cambios profundos que está experimentando en la actualidad nuestro país, tanto a nivel económico, político como social. (G-Tetuán-AB, f25)

El terreno de la identidad es complejo y ambivalente, como se muestra en la afición al fútbol –que figura en diferentes ocasiones a lo largo del trabajo de campo–, que precisaría de un análisis más detallado sobre el mestizaje identitario que produce el mundo del fútbol y que sólo se podría explicar en función del concepto de ‘comunidades imaginadas’.

Aquí no se recibe muy bien la televisión española; antes las buscaba para ver la liga y seguir al Barça y al Madrid, porque soy de Barça, pero ahora las televisiones árabes están empezando a comprar los derechos de difusión. Por esta razón, y por el idioma, ya no se ven mucho las cadenas españolas en esta zona. (G-Beni Mellal-YG, m28)

Los temas más recurrentes relacionados con la cuestión identitaria de estas cadenas occidentales, como mencionamos antes, guardan relación con la forma de vestir, un campo en el que se difumina la frontera de lo público y lo privado, y que genera una gran controversia no sólo en Europa sino también en Marruecos.

En nuestra zona, y gracias a Alá, vemos que todavía mantenemos nuestras costumbres y principios, aun no hay mucha influencia de Europa. En cambio, en otros lugares como las grandes ciudades, sí

influye a través de la TV: en la forma de peinarse, de vestirse, etc., o sea, ellos también imitan en vez de buscar en lo profundo de Europa, en el desarrollo que las ciencias han alcanzado. Nosotros imitamos las apariencias. Éste es el error: nosotros no tenemos fe científica en el interior. (E-Timoulit-RT, f44)

Las críticas de los informantes en el tema identitario al analizar las televisiones occidentales están muy focalizadas como respuesta a la presentación y relato ideológico de esta producción informativa a la hora de tratar cuestiones como los conflictos o los discursos sobre el terrorismo internacional.

Pues, en varias ocasiones, cuando por ejemplo ocurre en España algún atentado o asesinato, la televisión española siempre es la primera en culpar a los marroquíes y acusarles de ser terroristas y asesinos. (G-Tetuán-AB, f25)

Los medios occidentales tienen todos el mismo enfoque: por ejemplo, califican a cualquier palestino de terrorista, mientras que los israelíes son inocentes y solamente se defienden. (G-Rabat-MA, m40)

En cuanto a las otras cadenas, la mayoría francesas, sigo sus noticias solamente para compararlas, porque ofrecen una aproximación diferente. El ejemplo más significativo fue la guerra de Gaza: no hubo un mismo enfoque ni una mínima relación entre las dos maneras de informar sobre ella. (G-Tetuán-IG, m40)

Entre las singularidades del análisis del caso de la televisión occidental desde la recepción en Marruecos destaca un cambio en la densidad de los códigos de la familia PROCESOS, ya que el valor acumulativo más importante es para la etiqueta expectativas (84) que predomina sobre la de emoción, a diferencia del resto de los grupos de televisiones agrupadas desde la producción, como televisión marroquí y televisión árabe.

Pues, como tenemos a familiares ahí (refiere a Europa), sabemos que esto sólo es propaganda, porque para vender programas tienen que hacerlo de manera que llamen la atención del consumidor. Pero el que ha estado ahí y ha visto la verdadera situación, dirá que lo que aparece en la TV no existe. (E-Timoulit-SO, f20)

La relación entre los procesos comunicativos de la mediación (60) y la interacción (137) tiende a cerrarse en un círculo de realimentación confirmatoria, a la que ya hemos hecho referencia dentro del análisis de los PROCESOS comunicativos, y que para el caso de la televisión occidental, hay un predominio de las interacciones, es decir, de las conversaciones y relaciones cara a cara.

Para mí, la televisión nos muestra una visión completamente real del alto nivel de vida de los países europeos. Mediante las imágenes que pueden transmitir la publicidad, los programas y las series entiendo que España, por ejemplo, se considera como uno de los países de mayor estabilidad económica y en el que el uno podrá mejorar fácilmente sus malas condiciones de vida. Aquí, en Tetuán, la idea que tienen la mayoría de los jóvenes sobre España está basada, sobre todo, en lo que ven a través de su televisión. Pero, también a través de la llegada de los emigrantes marroquíes de vacaciones a Tetuán, en coches de lujo cargados de muchos regalos para la familia. Al verlos, siempre me da la impresión de que han encontrado lo que andaban buscando. (G-Tetuán-SB, f30)

Tanto en relación al imaginario (319), como detallaré más adelante, como en conexión con la movilidad (251), a la que ya nos hemos referido, la presencia de las televisiones occidentales es grande y representativa. De hecho, son las vinculaciones más significativas en este campo, especialmente si se recuerda lo improductiva que resulta la televisión árabe respecto a estos dos códigos de los OBJETOS CRÍTICOS.

Los medios europeos, por su parte, han contribuido a desarrollar la imagen perfecta de Europa para los emigrantes en general, y más en esta época de parabólicas. (G-Rabat-MA, m40)

Los medios europeos tratan los inmigrantes de una manera muy superficial, pero se activan según circunstancias políticas e ideológicas, por ejemplo cuando se acercan las elecciones. Algunos son algo diferentes, apoyan la integración, destacan aspectos positivos de la inmigración, pero la imagen general que transmite los medios europeos es negativa, hablan de personas de segunda categoría. Hay excepciones pero en general lo negativo domina en sus discursos. (G-Rabat-SH, m37)

Sí, podemos decir que la TV también les da esta imagen de una Europa

bonita, de promoción social, de derechos. Especialmente de derechos, porque cuando hablas con la gente, aquí en Marruecos, siempre hacen referencia a Europa: si estuviéramos en Europa, eso no pasaría, si estuviéramos en España, no tendríamos que esperar tanto tiempo para sacar un billete cualquiera. La TV desempeña un papel importante en eso. (E-Beni Mellal-AH, m26)

Vemos por tanto, que la vinculación de la movilidad y el imaginario se mantiene de forma clara y positiva con la mediación de la televisión sobre todo para la de producción occidental, por encima no sólo cuantitativamente sino también cualitativamente de las demás cadenas. Los informantes enriquecen esta comparativa en sus propios discursos recogidos durante la realización del trabajo de campo. De ellos, hacemos referencia a dos por lo descriptivos que resultan sobre la relación entre los flujos comunicativos de la televisión de diferentes procedencias cuando abordan la cuestión migratoria.

El tema de la inmigración se trata de manera diferente entre los medios europeos y los marroquíes. Los medios marroquíes hablan de los emigrantes marroquíes de manera positiva, los muestran como fuente de riqueza, en general ofrecen un discurso positivo sobre la emigración, mientras los medios europeos venden la inmigración como un fenómeno negativo y solamente transmiten noticias negativas. (G-Rabat-SH, m37)

Me parece que las cadenas árabes tratan el tema de emigración desde los problemas que sufren los emigrantes, como xenofobia, racismo, etc. Por el contrario, las cadenas españolas y europeas lo analizan desde el punto de vista de la seguridad, las amenazas, etc. La única imagen que ofrece las cadenas marroquíes es la llegada de emigrantes con coches cargados de cosas. (G-Tetuán-IG, m40)

El *contexto del consumo televisivo* alcanza importancia en la diferenciación según el origen de la producción. La televisión árabe está bien considerada para su consumo familiar (21) y el social (18), a pesar de que es frecuente que los hombres la vean en las cafeterías –ámbito reservado de modo exclusivo al mundo masculino excepto en algunas ocasiones en grandes ciudades– y hablen sobre sus contenidos y

sobre política. De hecho, gran parte de la visión positiva que se recibe de este grupo de cadenas a través de los hablantes se debe a los debates que genera en este contexto.

Yo veo la tele con mi familia y a la hora de la comida, cuando nos reunimos todos. La mayoría de las veces vemos programas familiares o religiosos, porque no puedes poner la cadena que te gusta a ti para que la vea la familia. Pero después de estos horarios veo la tele solo y pongo la cadena que me gusta porque puedo seguirla con más libertad. Durante la comida con la familia no puedes poner cadenas (extranjeras) porque no respetan las tradiciones de nuestra familia, al contrario que Aljazeera y las televisiones marroquíes. Pero eso es solamente durante la media hora de la comida; luego cada uno pone lo que quiere en su habitación, y en mi habitación pongo películas y todo lo que me gusta. (G-Tetuán-IA, m41)

Ocurre algo similar con la televisión pública marroquí, cuyos contenidos –por razones morales y de costumbres– se adaptan al consumo familiar (15) por encima del social (11), a pesar de que no cuenta con una buena valoración colectiva sobre su producción y mensajes.

Antes de tener la parabólica, veía la primera y 2M, las dos marroquíes; con la parabólica empecé a ver las cadenas que ofrecen documentales y películas, como MB1, MBC 2, MBC4, ACTION, TNT, etc. Veo también Aljazeera y más cuando está mi padre en la casa, aunque no me gustan mucho las noticias. Pero Aljazeera documental sí me gusta mucho, y la sigo siempre cuando puedo. (G-Tánger-KA, f22)

Antes de la llegada de Aljazeera confiábamos en la BBC, que era la radio dominante en todo el mundo árabe, y también en la televisión marroquí, que era la única cadena de noticias. La televisión nunca transmitió la realidad completa, todo bueno y ya está. Antes de la llegada de la parabólica veíamos televisiones las francesas TVF1 y TVF5. Y ha venido Aljazeera y les ha quitado el sitio a todas. Por ejemplo en mi pueblo, que está en los alrededores de Beni Mellal, la gente sigue más el fútbol en Aljazeera deporte o en ART, y precisamente la liga española. También siguen las noticias de Aljazeera, pero con tanto fracaso político de los árabes la gente se empieza ya a sentir aburrida de todo. Cuando veo estas

noticias con mi madre, ella se aflige mucho de ver lo que pasa en Irak y en Palestina, y me pregunta si no hay nadie que pueda arreglar estas injusticias. (G-BM-AB, m30)

En cambio, el consumo de la televisión occidental ha registrado un retroceso – especialmente en ciudades del Norte como Tánger o Tetuán, donde era una práctica habitual–, primero como consecuencia de la irrupción de las televisiones árabes, que también han desbancado el mayoritario acceso a los canales franceses del pasado; después, por el descenso paulatino de la influencia española y por la pérdida del dominio del idioma; y finalmente, este año, a causa del cambio en el modelo tecnológico de emisión de las cadenas españolas, al implantarse la TDT.

Me acuerdo de que, cuando éramos pequeños, con mi tía veíamos mucho las cadenas españolas, la primera y otras que se cogían en aquella época. Y así hemos seguido hasta hoy. Pero también vemos las cadenas marroquíes: la primera y 2M. Con la llegada de la parabólica, veo MBC2, que emite películas. También vemos Aljazeera Deporte y Aljazeera Noticias, especialmente cuando mi padre está en casa. (G-Tánger-IT, f21)

Yo, como he dicho, sigo las cadenas españolas por cercanía geográfica y conocimiento de idioma, pero siempre veo las noticias de varias cadenas; esto me permite oír distintas interpretaciones. (G-Tetuán-HB, m40)

No tenemos parabólica ni digital ni nada, no por razones materiales, sino por otros motivos. Pero con mis amigos o con algunos miembros de mi familia veo otras cadenas, como MTV, cadenas francesas, otras temáticas que emiten películas... (G-Tánger-OH, m22)

En el caso de la televisión occidental la dimensión social (144) que aparece ligada a su consumo está más relacionada con las prácticas y las interacciones sobre la recepción. En cambio, en el contexto familiar (10), a causa de las razones que antes hemos expuesto, es poco representativa.

5.7.3.-La apropiación de los mensajes desde el contexto de la recepción televisiva

Los vínculos entre la producción televisiva en sus diferentes formas y la identidad de los migrantes es un tema que hay que valorar desde el contexto de la recepción de los mensajes y a través de la visión de los informantes en cuestiones relacionadas con el etnocentrismo de la construcción discursiva sesgada y unidireccional por parte de los grupos audiovisuales. De esta forma, tratamos de completar el retrato del contexto de emisión de la migración para el caso de Marruecos.

Hemos repasado ya algunos aspectos singulares de la relación identitaria con los productos televisivos, sobre todo entendidos desde las claves culturales que determinan la producción de los mensajes y su relación con la recepción. Las dificultades para la comprensión del mundo que se registra por la creciente división surgida del premonitorio ‘choque de civilizaciones’ de Huntington tienen sus consecuencias en el realineamiento de las audiencias alrededor de determinados estilos de producción informativa que segmentan aún más el panorama mediático.

Creo también que los medios europeos filtran la influencia del orientalismo cuando hablan del mundo árabe o de Marruecos, y muestran que la civilización occidental es perfecta mientras la nuestra se presenta como atrasada (G-Tánger-YB, m23)

Pero en clave de una división que se registró en el desarrollismo, hay testimonios que dibujan claramente una geopolítica etnocéntrica alrededor de los conceptos Norte y Sur, que reagrupan los imaginarios y los estereotipos. En este código, Marruecos se desplaza hacia el Sur, hacia África, pero sólo cuando Europa se viste de Norte.

Sí, seguro que hay diferencias. En la TV no sé, porque cuando muestran a Europa, sólo aparecen las cosas bonitas, mientras cuando se trata de los países del Sur siempre vemos los barrios marginados, muy sucios, o sea una situación muy miserable. En cuanto a los del Norte, la gente allí trabaja y no hay paro. Todo esto anima a pensar en alguna manera de marcharse allí. (E-Timoulit-SO, f20)

Por supuesto que hay diferencia, porque los del Norte son desarrollados, en cuanto a su cultura, sus ciencias y su economía, mientras los países del Sur viven en miseria, hay analfabetismo, o sea, están en perigeo (en el punto más bajo). (E-Timoulit-RT, f44)

Según lo que vemos en la TV y lo que nos cuentan, España es uno de los países desarrollados. No es como el nuestro, que es tercermundista. España, según lo que nos cuentan, es un país rico. Pero la riqueza es la riqueza del alma y de la mente. (E-Timoulit-RT, f44)

Sí, los de Europa viven mejor que los de África. (E-Mecknes-HA, m46)

(E-Mecknes-AN, m42) Sí, siempre se habla del Norte y del Sur. Del Norte rico y del Sur pobre, y se ve que hay una gran diferencia entre ambos. (E-Mecknes-AN, m42)

A través de los medios captamos una imagen de Europa positiva en general, pero los mismos medios ofrecen una imagen negativa sobre nosotros, de pobreza, analfabetismo... Pero la verdad es que tienen democracia y oportunidades para el trabajo. En pocas palabras: los medios nos dejan una buena imagen sobre Europa (G-Tánger-KA, f22)

Recordaremos, además, cómo todas las diferentes cadenas agrupadas por zonas geográficas de producción presentan deficiencias, según su audiencia, en temas como la identidad en el que curiosamente refleja mejores resultados el grupo de las televisiones árabes (39) que la pública marroquí (32) y, como es lógico, que las occidentales (23) – como ya hemos analizado anteriormente. Respecto a la interculturalidad, tanto el grupo de las árabes (23) como el de las occidentales (22) superan en evaluación positiva a las marroquíes (9).

En la cuestión identitaria, es necesario realizar una parada para abordar la cuestión de género en dos dimensiones concretas que son centrales en este estudio, las televisiones y la movilidad. En general, las codificaciones relacionadas con la identidad de género son bajas en este estudio a pesar del planteamiento que incluía esta perspectiva pero desde luego son significativas para mostrar muchas realidades de la situación de las mujeres en ese país.

Resulta interesante analizar los códigos procesados según el sexo de la persona

informante ya que para el caso de las mujeres sube significativamente el código emoción cuando se vincula con movilidad (74) y con televisión (62). En relación con la televisión y su consumo, hay diferencias significativas en el análisis del material recopilado: la más significativa, sin lugar a dudas, es que las mujeres declaran un consumo más bajo de la televisión árabe (48) que respecto a los otros grupos de cadenas, así como que esta diferencia es significativa. También que el consumo de las televisiones occidentales (68) aparece muy equiparado con el que practican de la televisión marroquí (63), así como que en los tres grandes grupos de cadenas hay vinculaciones con la movilidad, a diferencia del patrón general que no se registra coocurrencia con los códigos de árabe.

Respecto al impacto de la mediación televisiva, sin embargo, resulta llamativo que la alta incidencia que para otros campos tiene el código emoción, en este caso se aproxima bastante a los resultados de las expectativas. Así, los vínculos de la mediación de la televisión con la emoción (61) arrojan resultados superiores, pero reducen la brecha con las expectativas (52). El otro dato significativo relacionado con el proceso de información de las mujeres que han participado en el estudio se encuentra en que está muy equiparado el de la mediación de la televisión (70), respecto al que se registra a través de las interacciones (68) y que esto mismo se confirma cuando se busca la conexión de ambos datos con la movilidad (para la mediación televisiva arroja 62 resultados, mientras que para la interacción suma 63).

Para el caso de la movilidad, los códigos casi siempre se refieren a los proyectos migratorios o a la valoración de la experiencia en términos generales pero los argumentos se expresan en clave emocional, por encima de las motivaciones o las expectativas, en términos generales. Puede que ello guarde relación con el hecho de que las mujeres informantes de este estudio, al igual que en general sus conciudadanas, tienen patrones mayores de arraigo, que les aleja de proyectos próximos de movilidad. En ocasiones, lo expresan como si se tratara de una opción muy alejada de sus posibilidades: “No, me gusta más mi tierra, no podría vivir allá. Ni aunque estén mis hijos fuera” (E-Ain Chgag-ZS, f51). El arraigo es un modelo que frena la emigración, por falta de recursos no sólo económicos sino también mentales.

El nivel educativo y la formación contribuyen a una visión más amplia de las opciones y expectativas en el país, como es el caso de esta enfermera de Mecknes (E-Mecknes-AA, f28): “No, no. Yo podría ir a Europa porque hay demanda para mi

titulación. Pero no quiero irme para trabajar allí. Hace un año mi marido hablaba de emigrar a Canadá, pero yo no quiero”. Se trata del fragmento de una conversación en familia, ante la pantalla de televisión, en la que se descubren otros patrones que limitan la movilidad y que están asociados al género. Su padre (E-Mecknes-AM, m57), de profesión profesor, muestra en su testimonio que asume las pautas culturales que limitan la movilidad de las mujeres, así como sus opciones frente al matrimonio, para el que no son consultadas:

La primera vez que uno vino a pedir su mano, decía que la quería llevar a Canadá. No la conocía. Era un taxista que vive al lado y que me dijo que conocía a mi hija, que le parecía seria, y que había un hombre que se quería casar con ella para llevarla a Canadá. Yo le dije que no, pero hablé del asunto con ella, y me dijo que no: “Yo quiero quedarme en mi país”. Le aseguro que las chicas no quieren irse. (E-Mecknes-AM, m57)

La movilidad femenina, como otros asuntos que afectan a la toma de decisiones de las mujeres, están sometidas a un fuerte control patriarcal y social que se expresa en los discursos, especialmente en los masculinos.

Porque las niñas no piensan en ir a otra parte, al extranjero. Las niñas están unidas a su madre. A los chicos les da igual. Debido a ellas hemos cambiado. (E-Mecknes-AM, m57)

Sólo en dos casos hemos encontrado proyectos individuales de migración en mujeres de forma directa, aunque eran planes hipotéticos y expectativas sin concretar. Uno de ellos es el de una mujer que se siente liberada de su compromiso familiar y matrimonial gracias a la bigamia de su esposo: “Sí que me iría, dejaría a mi marido porque tiene otra mujer joven” (E-Azrou-FN, f55). Esta mujer también recordó un plan anterior para su migración al Norte: “Estaba deseando irme a casa de mi hijo pero cuando me faltaba sólo un papel para irme lo mataron. Me quería ir para ver a mi hijo pero también para trabajar allí”. (E-Azrou-FN, f55). Al margen de este caso, los demás están vinculados a los planes matrimoniales, que en ocasiones rozan el terreno de los sueños:

Me gusta lo que traen de Europa, si voy a Europa me gustaría trabajar... si puedo casarme con un europeo, si se convirtiera al Islam; si no es así, no. (E-EL Hayeb-AA, f23)

La movilidad femenina se ejecuta según un plan muy concreto, como el de una joven de zona rural cuya valoración de Occidente es tan positiva en todos los aspectos que incluye un hipotético marido, al que trataría de agrupar en Europa: “Sí, me iría para hacer los papeles y luego me lo llevaría” (E-El Hayeb-RS, f23). La chica completa su plan con el refrendo de su madre: “Todos, todos nos queremos ir. Aunque mi madre dice que, una vez que me case, deje a los hombres que se vayan y que yo me quede aquí”. (E-El Hayeb-RS, f23). Sin embargo, el margen de decisión y autonomía de las mujeres –no sólo respecto a la migración sino también respecto al matrimonio– está estrictamente controlado en el ámbito familiar, como relata esta chica de Mecknes, que respondió a mis preguntas con las ambigüedades de quien precisa negociar con su realidad y termina haciéndolo en clave de humor. Había encontrado un novio que no aprobaba su familia, una decisión ante la que no cabe alternativa:

Mi familia me ha dicho que como no tiene dinero que no me case [con él]. Yo lo quiero, pero ellos no. [...] Tengo que escuchar lo que me dicen. [...] Cuando se lo he dicho a él no le ha gustado nada. [...] Yo quiero a mi novio y voy a intentar casarme con él. Mis padres quieren a alguien que tenga dinero y él no tiene. El dinero no lo es todo. [...] Espera un poco, que voy a obligarlos a que me dejen casarme, ya verás tú... [risas]. [...] Vaya amor, no quieren. Como no lo quieren no me quiero calentar la cabeza. Ya he llorado bastante. Ya no lo quiero, sólo me quiero casar con él, y el amor ya vendrá. Realmente me quiero casar con él por salir de mi casa, porque mi madre siempre me está calentando la cabeza “dame dinero, dame dinero” y ya estoy harta, por eso quiero irme de mi casa. Me caso, estoy con él uno o dos meses y si no quiere que sigamos que se vaya a dar un paseo y yo me voy por otro sitio. Yo no me quedaría con un hombre si no es bueno, que se vaya. (E-Mecknes-HE, f28)

En este contexto, nos sorprendió que un profesor de la Universidad de Beni Mellal criticara –durante los días del trabajo de campo en esa localidad– los planes matrimoniales con extranjeros que, dentro de una estrategia migratoria y gracias al acceso a Internet, lograban establecer algunas alumnas, ya que no comprendía que se pudieran casar con alguien a quien no conocían. Lo cierto es que los matrimonios pactados entre familia, al margen de las mujeres y sin conocimiento de los novios, son la norma todavía, y más aún en zonas rurales. Sin embargo, una profesora de la misma

Universidad entendía que el proceso forma parte de los logros para una mayor libertad de las mujeres:

Creo que es una forma de libertad; ahora, ellas son libres para encontrar una información o para consultar sitios web. Ir a los cafés a consultar por internet es una forma de libertad. (E-Beni Mellal-FM, f39)

En cierto sentido, afirmaba que este tipo de comunicación consigue unas transformaciones y cambios sociales que, en el caso de la televisión, no pasan de la simple influencia:

No puedo dar una respuesta clara y neta, pero ciertamente las mujeres se ven muy influidas; sin embargo, no creo que haya cambiado mucho el rol de la mujer, es la impresión que yo tengo. (E-Beni Mellal-FM, f39)

De hecho, el principal freno para la igualdad de la mujer parece que tiene un marcado acento cultural y un gran peso de la tradición. Es el enfoque que limita la percepción de esos avances, que se interpretan a veces desde la cultura ajena, remitiéndolos a la Otredad y dibujándolos como un modelo ajeno al de la cultura propia.

Aquí se portan mejor que en Europa. Aunque hay algunos que se portan mal con la mujer y los hijos. (E-Ain Chgag-FZ, f30)

Sí, las mujeres europeas viven mejor que las mujeres aquí. (E-EL Hayeb-AA, f23)

La mayoría de las mujeres marroquíes tienen grandes dificultades y no estudian. En España no, la mayoría estudia y ayuda a sus hijos a que estudien. (E-Ouled Yaich-ZH, f15)

Los detalles sobre las prácticas cotidianas reflejan el control patriarcal sobre multitud de aspectos relacionado con las mujeres. Entre ellos, claro está, el del consumo de televisión, que se ve determinado por los gustos y exigencias masculinos.

Yo también soy adicta a la televisión. Con mi madre debato mucho y precisamente sobre las películas. Pero cuando viene mi padre ya no podemos ver nada, porque él pone Aljazeera Deportes. Cuando todo el mundo se acuesta, voy buscando cadenas que ofrezcan películas. (G-Tánger-IT, f21)

Al igual que Imán, mi padre con el deporte no nos deja ver nada; ha comprado todas las tarjetas para ver los partidos codificados. Pero cuando veo la televisión con mis hermanos, entonces hablamos sobre los contenidos. (G-Tánger-KA, f22)

Lo más importante para mi es que cuando termino de ver algún programa televisivo lo comento siempre con mi marido, aunque raras veces éste comparte conmigo mi opinión, sobre todo, cuando se trata de informativos. (G-Tetuán-MB, f28)

Los temas relacionados con la imagen de las mujeres, el respeto a las costumbres o la influencia extranjera están cruzados de discursos de control de una forma sistemática. Algunos resultan muy significativos, como los de este hombre de Azrou que consideraba imposible que su mujer fumara: “Ella lo aprendió desde pequeña y eso ya se queda en ella. Mi mujer no fumaría porque sería dinero que quita para mis hijos”. (E-Azrou-RN, m35). Tampoco concebía que cambiara su forma de vestir: “Una persona ya mayor que se va a Europa y vuelve vestida a la europea con las costumbres de allí, se reirían de ella porque dirían: mira esta persona mayor, qué es lo que está haciendo. No sentaría muy bien”. (E-Azrou-RN, m35).

El sistema pesa incluso sobre adolescentes seducidas por la ropa europea que les gustaría lucir aunque “con mangas largas”. (E-Ain Chgag-TF, f13). Junto a esto está, por supuesto, el tema del pañuelo cuyo uso ha aumentado en estos últimos años de influencia árabe e islámica y que, sin embargo, durante la realización de las entrevistas que se grabaron en cámara de vídeo, en tres ocasiones diferentes mujeres se lo quitaron para aparecer en pantalla. El tema complejo permite plantearse si guarda relación con la imagen de las presentadoras de las cadenas de televisión árabes que no aparecen nunca cubiertas en el plató.

Para terminar por este recorrido por la situación de las mujeres y los cambios registrados en función de la recepción de la televisión transnacional y de las migraciones, muestro tres ejemplos del trabajo diferentes y controvertidos de algunas pautas del trabajo femenino:

Veo con mis hijos la tele y cuando tengo que hacer un trabajo salgo, los dejo delante de la tele y cuando termino vuelvo otra vez a mirarla. Pero mi trabajo está antes que todo. (E-Ain Chgag-FZ, f30) La mujer hace de

todo, es ministra, médica. Las mujeres en Marruecos han llegado a ser más activas que los hombres, incluso en la escuela las niñas son mejores. Si va a la facultad de Medicina, se ve que la mayoría son mujeres. (E-Mecknes-AM, m57)

Las chicas jóvenes son las únicas que trabajan. Algunas salen con los hombres y traen dinero, porque no encuentran trabajo. Muchas no quieren trabajar en las casas, prefieren hacer eso que trabajar en la casa. Ese trabajo es un trabajo fácil y fregar los platos no [ríe]. Nada más que se ponen en posiciones y cogen dinero [ríe] y yo no, tengo que fregar, limpiar. En verano esas chicas recogen mucho dinero porque salen con los que vienen de Francia. Delante de mí una chica fue con uno de estos que vienen de Francia y le dio cien euros. Es una chica joven, me dijo que la esperara cinco minutos, estuvo un rato con él y volvió con cien euros. Se fue a su casa, se duchó, se puso guapa y fue a verlo. ¿Para qué va a trabajar? (E-Mecknes-HE, f28)

5.7.4.- Las expectativas de vida en Marruecos frente al imaginario y los ‘paisajes mediáticos’

La vivencia de las expectativas de vida en Marruecos, sobre las que se ha profundizado antes, precisan también de la comprensión del *imaginario* y los ‘paisajes mediáticos’ que muestran las cadenas transnacionales, como mundos de la opulencia, el consumo y el bienestar de los que también hemos aportado datos y testimonios que ahora resumimos en función de dos de los conceptos centrales de esta tesis.

El imaginario fruto de las interacciones resulta en ocasiones confirmatorio de los mensajes televisivos, y vincula la información al terreno de la experiencia, con calidad de testimonio.

Todos los que vienen de Europa vienen con dinero. Y los que estamos aquí trabajamos un día y diez días no trabajamos. (E-Ain Chgag-AH, m34)

La hija de mi hermano se fue a Italia hace un año. Vino este verano y me dijo que estaba muy bien, que le gusta mucho Italia. (E-Ain Chgag-HL, f50)

De la familia política de mi hermano se fueron todos fuera y dicen que están muy bien en el extranjero. (E-Ain Chgag-HL, f50)

Los que se han ido dicen que es mucho mejor vivir fuera que aquí, pero como yo no conozco lo de fuera... (E-Ain Chgag-HL, f50)

En relación con los medios de comunicación, el imaginario se construye a través de imágenes con apariencia de realidad, que producen en quienes las ven una impresión vívida, a partir de la cual que se forjan muchas ideas sobre cómo es el mundo del Norte. De hecho, en sus relatos y expresiones se recoge ese espíritu de realidad ilusoria.

Veo las películas extranjeras y me atrae aquel mundo, tienen cosas bonitas, creo que la gente en Europa vive mejor. (E-EL Hayeb-AA, f23)

En general, lo que ofrece la televisión de occidente atrae; es la manera como presenta la cultura y la vida en general. (G-Tetuán-IA, m41)

Se imaginan que en Europa se encuentra la solución de todo. (G-Beni Mellal-MH, m24)

Los discursos mediáticos sobre la migración también reflejan la dualidad, la división del mundo por oposición y contraste entre Norte y Sur y que, referida a la movilidad, muestra estampas irreconciliables como la que describe este informante de Rabat:

Los medios han dibujado dos mundos: el que producen emigración y el que la recibe. Hablan muy bien de los países de recepción, mientras que presentan a los de origen de los emigrantes como un mundo de miseria y guerras civiles, etc. Si los medios hablan del “paraíso” de Europa, ves avenidas limpias y muchas cosas buenas, cosas que están de verdad en Europa, pero que no hay ninguna garantía de que los emigrantes puedan vivirlas y disfrutarlas. (G-Rabat-MA, m40)

Tanto éste, como los anteriores testimonios, contienen ideas que reflejan cómo se ha ampliado la visión del mundo y se ha ensanchado el horizonte con la percepción de otras oportunidades, pero también un imaginario a modo de ‘reencantamiento del mundo’.

Los medios tienen un gran efecto sobre la población marroquí. En lo que concierne a la economía, el modo como ven el mundo... [A través de] la televisión, la gente conoce la existencia de otras tierras, Europa, América, lo que pasa en otros lugares del mundo. Los medios son un tipo de comunicación, como una ventana abierta al mundo entero. (E-Beni Mellal, IK, m 41)

No es solamente Europa, es también Arabia Saudí, el Golfo, se ve siempre como el paraíso. Por ejemplo, en Emiratos Árabes se han desarrollado en etapas grandiosas, pienso que es mejor que Europa. Incluso los europeos que van allí dicen que es grandioso. (E-Mecknes-AM, m57)

Sí, todo me parece bien y bueno. Si no existiera Francia, España, América... todo esto sería una mierda de vaca. (E-Ain Chgag-AF, m62)

En este juego de negociación con el mundo de la globalidad, que asoma por las pantallas de la televisión y que se confirma en las interacciones, hay una recreación de la experiencia de movilidad –que también entronca con el pasado de la expansión árabe y el espíritu nómada– en el que se engrandece la visión de los que participan en el proyecto.

Resulta significativo que el relato de la aventura migratoria está cargado de calificativos como ‘sueño’ (31) –al igual que ya se mostró en las encuestas realizadas en Tánger– y el mundo del que regresan o hacia el que se aproximan se designa con el nombre de ‘paraíso’ (54). Los hombres y mujeres que participan de la experiencia han llegado a tener la consideración de ‘héroes’ y todavía en muchos casos la mantienen.

Los que conocen cómo viven realmente en Europa o los que han vivido cierto tiempo en el extranjero, tienen una visión, es normal, porque saben la realidad; sin embargo, los que no tienen estas experiencias, ven a los emigrantes como héroes y los tratan con especial respeto, porque recuerdan que emigraron siendo pobres y ven que han vuelto en buena posición, que han ayudado su familia, que han luchado, que han estudiado, que han conseguido cosas gracias a su experiencia de emigración. Así los ven y, de esta manera, creen que Europa es un paraíso y una tierra de soluciones, y que si alguien quiere cambiar su realidad tiene que emigrar. (G-Rabat-HR, m40)

Los emigrantes marroquíes tenían un gran consideración por su país; cuando volvían en verano todo el mundo les respetaba, se hablaba bien de ellos, eran personas consideradas. Ahora, ya da igual que vengan o no, nadie les echa cuenta, porque son demasiados, y además una mayoría ha fracasado. Además, cuando vienen, todo se encarece, así que todos les piden que se queden en Europa... (Risas). (G-Tánger-YB, m23)

Como estás en Europa ya eres rica. Trabajes o no trabajes ya eres rica. (EL Hayeb-ZH, f34)

El emigrante está bien considerado, y esta consideración aumenta cuanto más tiempo tarda en volver. (G-Tetuán-AB, m48)

Pero también según su bolsillo, (risas), porque si alguien viene sin dinero, quién va a interesarse por él. Además, algunos de los que vuelven

se convierten en un problema para el pueblo de donde salieron. (G-Tetuán-IA, m41)

Los cambios migratorios también provocan una reevaluación de la identidad en el retorno, en el que no siempre resultan bien parados. Los perfiles de los migrantes retornados se analizan a menudo con diferentes patrones y de ellos surgen las ambigüedades y contradicciones. Hay en general una visión negativa cuando se comenta desde el cambio de costumbres o a través de la introducción de patrones culturales ajenos.

Son gente sin patria, sobre todo los que vienen por un mes. Encuentran que la casa no se ha construido, que su madre está enferma, su hijo en la cárcel, deben llevarse a su prima... No pasan las vacaciones, tienen una vida amarga. (E-Mecknes-AM, m57)

Y otros no han aprovechado su experiencia de emigración para nada, y cuando han vuelto se han encontrado peor y se han ido enganchando a la droga. Éstos no tienen la cabeza bien amueblada. (G-Tetuán-IA, m41)

Desde el contacto con los migrantes de regreso, bien de vacaciones o en el retorno definitivo, las interacciones no sólo resultan productivas como fuente de información, dentro del juego de la confirmación o negación, sino también el denominado 'efecto demostración', un patrón de consumo en el que se insertan como una clase superior y que constituye uno de los elementos que reúnen más referencias en la recopilación de testimonios. El modelo se ejemplifica en la palabra 'coche' (123) como la síntesis del beneficio de la movilidad, aunque suele ir acompañada de 'casa', 'ropa' o 'cosas'.

Esas ideas vienen sobre todo de los que vuelven, de todos los que han emigrado, de los que han tenido la oportunidad de ir a Francia, España o a cualquier país europeo y en poco tiempo vuelven con coches, dinero, vestidos de lujo... Eso les hace pensar que la vida en Europa es fácil, que es cuestión de poco tiempo mejorar su situación. (E-Mecknes-AN, m42)

La mayoría de los que piensan en emigrar es para poder volver con un coche. También los hay que lo emigran para salir de una mala situación económica. Y otros emigran aunque tengan recursos económicos, solamente por emigrar. Pero la mayoría emigra para volver con un coche

fantástico... (G-Tetuán-AB, m48)

Aquí en la zona rural no tenemos de nada. Queremos comprarnos muchas cosas pero no nos lo podemos permitir (E-El Hayeb-RS, f23).

De la misma forma, la asociación del dinero con los mundos del Norte, con el imaginario de Occidente y con la movilidad es un tema recurrente. Como palabra, 'dinero' (181) aparece en multitud de contextos referidos al éxito de la migración, al proyecto, a la falta de expectativas en Marruecos y a la confirmación de la riqueza de Europa.

Y con respecto a Europa, la TV enseña que hay mucho dinero, que son ricos; eso es lo que ve la gente que la desconoce, la gente que nunca ha estado ahí. (E-Ouled Yaich-AZ, m46)

En paralelo al trabajo, figura la falta de expectativas laborales en Marruecos (52) o las referencias a las dificultades de promoción profesional y personal por el entramado de lógicas de poder que impiden su avance.

Aquí cuando uno obtiene la licenciatura ya no puede trabajar en cualquier cosa, y si no le sale algo relacionado con su carrera, se quedará sin trabajo: la gente no quiere trabajar en cualquier cosa, dicen: "Tenemos la licenciatura o el doctorado y no podemos trabajar en cualquier cosa", esto les complica realmente la vida. (G-Tánger-KA, f22)

Perdemos a nuestros genios porque no se les deja trabajar en lo suyo. A una persona que debería trabajar en un laboratorio se le mete en una oficina, para que no critique. Así que se irá de nuevo al extranjero. Este es el otro problema. (E-Mecknes-AA, f28)

Me presenté a muchos concursos, pero no logré nada. Siempre tienes que dar sobornos para aprobar y poder trabajar. (E-Timoulit-RT, f44)

Pero también es recurrente el desarrollo de argumentos relacionados con la ciudadanía, la libertad, los derechos humanos o la democracia, sobre los que se ha elaborado un imaginario de comparación frente a la realidad cotidiana del país.

Sí, atraen las imágenes que transmite la televisión sobre ese mundo y,

más aún, lo relacionado con los derechos humanos. (G-Tetuán-IA, m41)

Yo veo que lo atractivo está más en los derechos humanos y en la vida política. En Europa, si un político protagoniza un escándalo, lo primero que hace es dimitir, pero aquí no. Queremos que las cosas pasen de la misma manera en nuestro país. Pero está claro que la imagen económica también influye. (G-Tetuán-HB, m40)

Todo es cuestión de visión. Tengo por ejemplo una visión de Europa como profesor, pero otro profesor puede tener otra visión. Para mí, por ejemplo, Europa es la modernidad, la democracia, los derechos humanos... Pero otro profesor que tenga una ideología diferente te puede decir que Europa es el colonialismo. Pienso que es una cuestión también de discurso, de visión personal o política. (E-Beni Mellal-MN, m47)

La libertad de expresión, el periodismo entendido como un valor democrático y ciudadano, figura también entre las preocupaciones de algunos informantes, que muestran un imaginario positivo de Occidente, acompañado del habitual negativo de Marruecos, no siempre contrastado con otras fuentes de información.

En Europa el periodismo es además un auténtico poder, y el periodista tiene gran autoridad. Aquí un ministro es sagrado, no puedes hablar de él. Allí sin embargo puedes criticarlo todo y sacar a la luz sus cosas malas sin problemas. (G-Tetuán-IA, m41)

Sí, pero no debéis olvidar que entre los periodistas importantes de aquellas cadenas hay marroquíes, una gran mayoría de periodistas marroquíes han emigrado a estas cadenas: están en Aljazeera, en Al Arabia, en Dubái, en ART, etc. Todos los que tienen un nivel alto han emigrado. Por eso, las cadenas marroquíes se han quedado sin grandes periodistas. (G-Tetuán-ET, m42)

Frente a esta imagen de democracia y ciudadanía de España y Europa, los sistemas de diferencias que se construyen en la frontera y su blindaje no se entienden por parte de los informantes como temas contradictorios con las promesas de Occidente,

sino sólo una construcción fronteriza del encuentro y la convivencia. Quizá porque se vive desde las promesas de los mensajes mediáticos.

Me gustaba lo que veía en la tele, yo también quería emigrar a Europa. Pero lo he pasado muy mal, porque no tenía papeles, no podía conseguir trabajo. Pensaba que era otra cosa, y ahora... (E-EL Hayeb-ZH, f34)

Fue por el atractivo de lo que veía en la TV. Quiso irse allí para ganar dinero, pero cuando al llegar se enfrentó a la realidad, quiso volver. [...]. Fue a través de las redes que trabajan con la migración ilegal aquí en Beni Mellal. (E-Timoulit-SO, f20)

La falta de documentación y de permisos, la diferencia en el acceso a los derechos en el paraíso de la ciudadanía, la exclusión y las nuevas distancias respecto al sueño que se habían marcado son temas recurrentes, pero expresados más en términos de un estigma propio que de un dispositivo de otredad. El conflicto de los ‘papeles’ (24) se convierte a menudo en un recurso discursivo imprescindible de la Otredad que da pie al debate sobre el sistema y las alternativas políticas.

Un inmigrante clandestino, si llega a Europa, vive una vida muy difícil, casi como esclavo. En España, por ejemplo, puedes tener papeles, pero te dan residencia con “año blanco”, es decir, sin derecho al trabajo. Otros luchan con todas sus fuerzas para conseguir al menos 6 meses de trabajo, a fin de poder renovar el permiso de residencia. Todos los emigrantes marroquíes viven en España en circunstancias difíciles y también en Italia. (G-BM-RA, m20)

Desde mi punto de vista, España, o a veces el consulado, cometen un gran fallo, porque si no ofrece vías para que esta gente llegue a España de manera legal, se provoca que lleguen de manera ilegal, con la patera. Por eso se dice que si España o el consulado de cualquier ciudad de Marruecos permitiesen a la gente llegar a España con el visado normal, seguramente se rebajaría el aumento de los emigrantes ilegales. (E-Tánger-MA, m30)

Las promesas mediáticas de la integración en el consumo y otros estilos de vida, las vacaciones, llevan a contrastes crueles como el que expresa este capataz de una finca agrícola, que ha visto cómo los jornaleros apuestan por la aventura de la integración en

los paisajes mediáticos

Sí, porque la gente que se va allá viene siempre cargada de muchas cosas y vienen de vacaciones. Nosotros aquí no tenemos vacaciones. La gente que se va y se mueren en pateras les dicen en España que por qué se van para allá, pero es que aquí en Marruecos no tenemos para comer, no tenemos nada. (E-Ain Chgag-AF, m62)

La referencia a las pateras (17) como modelo migratorio marroquí está también presente en los testimonios de los informantes como un símbolo de las dificultades, las trabas y la frontera, casi siempre asociado a la muerte.

Esa idea de emigrar a España con pateras es como echarse a la muerte. (E-Mecknes-AN, m42)

La última vez trajeron a dos que se fueron en patera, los trajeron muertos. (E-Mecknes-HE, f28)

A pesar de que el cruce del Estrecho o el embarque en un cayuco han convertido a la frontera Sur en uno de los puntos más arriesgados del planeta y que más vidas se ha cobrado, las políticas comunicativas no han aportado soluciones a la cuestión. La única campaña para la prevención de la migración ilegal en origen que ha realizado España ha seguido el mismo modelo comunicativo unidireccional y difusionista. Se trata de un vídeo titulado *Mensaje en una botella* y no parece que haya tenido mucha difusión en la zona de mayor migración clandestina del país, Beni Mellal, en la que a pesar de las entrevistas y el grupo de discusión realizado –con un total de 18 informantes– sólo hay una referencia a la misma:

Un amigo me ha traído un CD que contiene unas cartas de un africano describiendo su situación y su trayectoria hasta llegar a Europa, y la verdad es que ha sido un viaje terrible. (G-Beni Mellal-AB, m30)

El mensaje preventivo no asoma con frecuencia a las pantallas de televisión, que muestran las pateras como un recurso narrativo de carácter emocional para atraer a las audiencias, pero recientemente se ha convertido en un discurso regulatorio que tiene más que ver con la crisis económica y la falta de trabajo en Occidente que con la mejora del sistema de información de los candidatos a la migración.

Empezamos a percibir la parte más dura de la emigración cuando los medios de comunicación dieron a conocer los dramas de los emigrantes que se ahogaban en el Mediterráneo, y cuando vimos llegar a Marruecos a personas de África subsahariana para intentar pasar al otro lado. (G-Rabat-MA, m40)

Acerca de lo que ha dicho mi amigo sobre el doble enfoque con que se presenta el mundo de la emigración, me gustaría señalar que últimamente las cadenas ya han empezado a mostrar las pateras de muerte y los cayucos, están informando sobre los efectos de la crisis mundial en la vida de los emigrantes, y hemos visto cómo el paro ha subido mucho. (G-Tetuán-HB, m40)

La idea se complementa con otro conjunto de discursos en que se refleja un cambio en la política migratoria, una diferencia que se muestra como la percepción de un cambio discursivo muy reciente.

Los medios de comunicación europeos hablan ahora de nuevas leyes de extranjería y de sanciones a la gente que no tiene documentos, y más con esta crisis. Lo hacen para intentar frenar en lo posible la emigración hacia sus países (G-Tánger-YB, m23)

Sí, eso ha pasado recientemente con el ministro del Interior español, que ordenó la detención de un cupo fijo semana de emigrantes marroquíes ilegales, y muchos de ellos han sido expulsados. La medida se ha concentrado en los marroquíes, porque es más fácil enviarles de vuelta; la expulsión de un emigrante ecuatoriano o de un venezolano es más cara. (G-Tetuán-ET, m42)

El Estado español ofrece ahora beneficios económicos a aquellos que están establecidos allí para que regresen a sus países de origen. Esto significa que la emigración ha llegado a un punto crítico, que ya no puede recibir a más emigrantes. (G-Tetuán-HB, m40)

Los medios tratan ahora la inmigración bajo la presión de la Unión Europea, empiezan a dar una imagen negativa para que no emigre la gente. Y me parece que es un discurso político más que otra cosa. (G-Rabat-MA, m40)

También en los testimonios se detecta cómo ese cambio influye en la aplicación de nuevas políticas legislativas, en las expulsiones y las repatriaciones, tanto por parte de Marruecos como –especialmente– en el caso de la Unión Europea.

Eso también es porque hay un acuerdo entre Marruecos y la Unión Europea; he oído que las autoridades marroquíes recogen a estos expulsados e incluso a los de origen argelino. (G-Tetuán-IA, m41)

Al emigrante, sea de la raza que sea, ya no lo quiere nadie en Europa. Ahora enfocan el tema de la emigración desde la seguridad. Antes de que se construyera la Unión Europea, se necesitaba a los inmigrantes, y ahora que está construida ya no quieren a nadie, ni a inmigrantes árabes ni a inmigrantes marroquíes (G-Tetuán-AB, m48)

Esta riqueza de matices y de percepciones expresadas se ha logrado exclusivamente durante la realización del trabajo de campo en los grupos de discusión que se han desarrollado como un campo de expresión más propio e íntimo, gracias a que actuó de conductor de los mismos un periodista marroquí. La recopilación de la información muestra que, para buena parte de las audiencias marroquíes, especialmente las masculinas y urbanas, hay un juego de intereses políticos que se esconden detrás de los discursos de la regulación del fenómeno migratorio, un juego de intereses en el que quedan atrapados los migrantes por parte de los Estados y gobiernos de las dos orillas del Estrecho.

Marruecos está cerca de Europa, lo que genera un gran movimiento migratorio. Y, por otra parte, se está esforzando para que se le considere un vecino privilegiado de la Unión, motivo por el que está respondiendo a las demandas de los europeos para que colabore en temas de inmigración. (G-Rabat-HR, m34)

Los medios europeos tratan los inmigrantes de una manera muy superficial, pero se activan según circunstancias políticas e ideológicas, por ejemplo cuando se acercan las elecciones. Algunos son algo diferentes, apoyan la integración, destacan aspectos positivos de la inmigración, pero la imagen general que transmiten los medios europeos es negativa, hablan de personas de segunda categoría. Hay excepciones pero en general lo negativo domina en sus discursos. (G-Rabat-SH, m37)

En los grupos también se habla con más detalle y profundidad de otras estrategias discursivas sobre la xenofobia y el racismo, las cuestiones identitarias que se transforman en conflictivas y complejas por los estereotipos que genera la Otredad y por el contacto intercultural.

Ahora hablan más de los problemas y de los brotes de racismo que están invadiendo Europa con esta crisis. Y de igual manera lo hacían al referirse a Europa y América como sociedades perfectas, países limpios, con todo bien regulado, que recibían bien a los extranjeros y que convivían con ellos, etc. Una imagen ideal en general. Pero últimamente, con esta crisis, el discurso ha cambiado totalmente. (G-Tánger-OS, m23)

El tema me parece que está relacionado con cuestiones de identidad. En Holanda temen que con más inmigración puedan convertirse en un “país islámico”. En Francia puede que 50% de su población sean musulmanes. Entonces, los europeos se plantean la cuestión de la identidad, y les preocupa. (G-Rabat-MA, m36)

Hace un tiempo en Francia una persona entró en una guardería y mató a cuatro niños. Los medios dijeron que el autor de la masacre era un argelino; luego precisaron que no era así, sino que su familia era de Argelia, y finalmente aclararon que el hombre era un francés de origen argelino, nacido y criado en Francia. (G-Rabat-HR, m40)

En este contexto, detenemos el análisis para entrar con mayor profundidad en dos cuestiones discursivas de interés. Por una parte la inclusión en los discursos de expresiones como ‘inmigrante’/‘inmigrantes’/‘inmigración’ por parte de los informantes, en las que en ocasiones se detecta una asimilación completa de los intereses de los países del Norte, de sus estrategias discursivas, o bien un punto de vista ajeno. Hemos detectado un total de 59 ocasiones en que se utiliza el prefijo ‘in-’ en las exposiciones y debates que tienen distintos sentidos.

En primer lugar y de forma mayoritaria el uso del prefijo ‘in-’ (21) coincide con el lugar de enunciación del discurso –el de los medios desde la producción– que recogen los informantes, como muestro en algunos ejemplos seleccionados que figuran a

continuación: “Antes, los medios españoles hablaban de la convivencia entre sus nacionales y los inmigrantes”. (G-Tánger-OS, m23). La posición es común en los testimonios, que muestran también una introspección de los valores y puntos de vista, como en este caso sobre una cadena privada española: “Pero he visto en la cadena española Cuatro cómo viven algunos inmigrantes, precisamente marroquíes”. (G-Tetuán-IA, m41); y de forma genérica sobre los medios “En cuanto a la imagen, los medios europeos muestran al inmigrante marroquí como una persona sucia, mal vestida, a veces salvaje, ladrón, etc.”. (G-Rabat-MA, m40).

Los medios españoles hablan de los inmigrantes con más frecuencia que los de Francia, Italia u Holanda. Además, en Holanda las condiciones para los inmigrantes son mejores que en España, dan más importancia a los inmigrantes y le ofrecen más posibilidades de vivir bien. Un inmigrante en Holanda tiene mejor futuro que en España donde, si no tienes residencia, ni siquiera encuentras algo para comer. (G-Tetuán-IA, m41)

En segundo lugar, también como la reproducción de los discursos políticos de todo tipo: “Me parece que ahora hay una política europea común hacia la inmigración”. (G-Tetuán-HB, m40), “Estas diciendo lo que dice Sarkozy: la inmigración selectiva”. (G-Rabat-MA, m40), “Pero hay fuerzas políticas de izquierdas en Europa que ven de manera positiva la inmigración, y dicen que necesitan estas personas”. (G-Rabat-SH, m37). Hay muchos ejemplos de esa reproducción que incluyen matices críticos pero que también suponen una incorporación de valores ajenos.

Hay dos discursos sobre la inmigración: el de la derecha y el de la izquierda. La derecha extrema habla desde la identidad, por ejemplo, en Francia hablan de “les marseilles”, mientras los de la izquierda no hace esta consideración. (G-Rabat-MA, m36)

Sí, quieren que Marruecos controle la inmigración. (G-Rabat-MA, m40)

Ahora se habla de la inmigración en Europa como problema, y más con esta crisis mundial, y me parece que podremos llegar ver una inmigración al revés, es decir hacia el sur. (G-Rabat-HR, m40)

Prefieren a los inmigrantes procedentes de países que ya son miembros

de la Unión Europea. Ahora dicen “los nuestros, los europeos, han de ser los primeros. (G-Tetuán-IG, m40)

Eso si eres un inmigrante legal; si no, es muy difícil, porque hay nuevas leyes más duras, y la policía detiene a muchos que no lo son. (G-Tetuán-HB, m40)

No, porque en España se ve al inmigrante marroquí y se piensa en la historia de Andalucía, o en que los marroquíes reclaman Ceuta y Melilla... (G-Tetuán-HB, m40)

En tercer lugar, se registra también una ambigüedad de posiciones, de puntos de vista, una indefinición, e incluso un cambio de orilla en la enunciación “Ha surgido una nueva crisis a la que se enfrentan los inmigrantes” (G-Rabat-MA, m36). Tal cambio de posición que produce incluso Otredad, la misma que reciben en los mensajes mediáticos y políticos:

Un inmigrante clandestino, si llega a Europa, vive una vida muy difícil, casi como esclavo. (G-BM-RA, m20)

Ahora la gente sabe que en Europa hay inmigrantes que no trabajan y que solamente cobran el paro, y que hay otros que roban para vivir. (G-Tetuán-IG, m40)

Como cualquier familia marroquí, me he relacionado con el tema de la inmigración a través los familiares que emigraron hace mucho tiempo a países europeos. (G-Rabat-SH, m37)

Se nota la inmigración en nuestro barrio a través, por ejemplo, modelos de personas que han emigrado antes y estaban sin posibilidades y han vuelto o vienen en las vacaciones con un buen estado... (G-Rabat-MA, m36)

Internet también se utiliza mucho ahora para comunicar con el resto del mundo y también para posibilitar la inmigración (E-Beni Mellal-MN, m47)

En cuarto lugar, señalamos el reflejo en los testimonios de una visión desde la globalidad de los movimientos de población, una perspectiva que tiene mayor valor

cultural y respeta la historicidad y el contexto de los flujos que circulan en doble sentido por una misma dirección única:

Las imágenes que transmiten los medios de comunicaciones sobre los emigrantes /inmigrantes son variables, y algunas son verdaderas. Pero cuando transmiten hechos negativos, por ejemplo cuando hay un accidente o un fuego o algo similar, y más si detrás de ello hay un inmigrante, los medios concentran sus discursos sobre los inmigrantes y concluyen que están detrás de todas las catástrofes. Los inmigrantes realizan acciones buenas, pero los medios no las destacan, se dedican solamente a cubrir lo negativo del colectivo inmigrante. Puede que detrás existan motivos ideológicos, para que no haya más inmigrantes. (G-Rabat-SH, m37)

En cuarto lugar, se detecta, en algunas ocasiones, las menos, un discurso que refleja un destino más reciente de Marruecos en las migraciones, el de espacio de tránsito: las lógicas de la seguridad y control de la Unión Europea y la implicación de Marruecos en un papel de guardián ha terminado condenando a los subsaharianos a quedar atrapados entre dos mundos, especialmente en las grandes ciudades como Rabat o en la puerta del Sur, en Tánger. Los testimonios dan cuenta de la condición de ‘inmigrantes’ de estos hombres y mujeres que llegan desde la zona negra de África.

Últimamente la televisión ha mostrado imágenes de inmigrantes subsaharianos que viven en cajas de cartón, lo que parece indicar que los medios quieren mostrar una cierta realidad. (G-Rabat-MA, m36)

En cuanto a la inmigración, quiero decir que aquí en Tánger es precisamente donde se ve el impacto más negativo, aquí hay muchos emigrantes subsaharianos que buscan oportunidades para emigrar de una manera u otra. [...] Este fenómeno ha sido producido por la emigración y Tánger es un lugar de tránsito. (G-Tánger-OS, m23)

Por último y en contraste con las posiciones anteriores, prestamos atención al grupo de control que se ha incluido en la investigación formado por periodistas y sobre el que continúa el análisis para comparar el resto de los resultados. Como mencionamos en el capítulo “De las coordenadas y del método”, las entrevistas a tres periodistas de la zona Norte del país –en concreto, de las ciudades de Tánger y Tetuán– se planificaron

para indagar en las diferencias que se registran en la producción de sus discursos, dado que ellos mismos participan también de la elaboración de noticias en la prensa local y que, en cualquier caso, conocen muchas estrategias del oficio y de los medios de comunicación. La presencia del prefijo 'in-' alcanza la misma dimensión (e incluso mayor densidad) que en el resto de entrevistas y grupos de discusión

En los años sesenta donde no había televisión ni nada, la llegada de los inmigrantes a Europa fue poca y ordenada. Ahora hay una rabia, pienso que los medios de comunicación han jugado un papel muy grande como provocadores de la inmigración. (E-Tánger-OA, m41)

Me parece que la inmigración es algo mundial, global. Cada país tiene su emigración. También España en una época tuvo su emigración a Francia o Alemania para trabajar. Puede ser que la emigración sea un fenómeno internacional. Así que no sólo los marroquíes emigran, también los franceses y los españoles emigran a otros países para mejorar su vida, para hacer muchas cosas que no se encuentran en sus países. (E-Tánger-MA, m30)

Ésta es una puerta para pasar hacia Europa, por eso intentan muchos inmigrantes cruzarla para realizar sus sueños. El fenómeno de la inmigración es muy antiguo y no está solamente en Marruecos sino en todas partes del mundo, la mayoría emigra por motivos económicos o para aprender otras cosas, otros para estudiar, etc., en general existen diferentes motivos para emigrar. (E-Tánger-MS, m46)

Otros aspectos singulares del grupo en cuestión están referidos a la movilidad (41) que en relación a Occidente también es destacada (24). En términos de experiencia propia (20) es muy alta respecto a los demás informantes sea cual sea el método de indagación. Este valor parece que tiene mayor relación con el hecho de que se trata de entrevistas realizadas en Tánger (aunque uno de los periodistas trabaja en Tetuán, su localidad natal). Los patrones de movilidad en esta zona del país son muy superiores aunque también muestran otras movilidades, menos frecuentes, dentro del propio Marruecos (5) –de carácter profesional- ya que, como hemos comentado, salvo para la migración rural-urbana el perfil nacional es muy bajo en desplazamientos relacionados con los viajes, los negocios o el turismo. La visión de este grupo sobre las migraciones es más compleja a la hora de citar motivaciones y resultados:

Hay otras gentes que aunque están en buena posición –a veces, no hablo de toda la gente– quieren emigrar para buscar lo que no han encontrado en su país. Y no hablo solamente de los marroquíes. Eso es en todo el mundo. (E-Tánger-MA, m30)

La verdad es que lo que quieren los emigrantes de Europa solamente son bienes de consumo y fortuna, sí. No han traído de Europa nada, al contrario que los irlandeses que emigraron a Estados Unidos y que ayudaron a su país natal en la democracia y en los asuntos económicos. Aquí sólo ha habido una copia de (la sociedad de) consumo y nada más. (E-Tánger-OA, m41)

Este periodista tangerino, como conocedor también de la sociedad marroquí y de otras conexiones con la producción informativa del otro lado del Estrecho, comentaba uno de los elementos más desestabilizadores de los efectos de la migración en su país:

Me encontré un amigo mío, periodista español, que es fotógrafo, que me dijo un día que un inmigrante que vuelve a su país con un coche cuatro por cuatro o un jaguar, un coche muy caro, produce un choque en la población local. Todos creen que si ellos emigran a Europa van a traer el mismo coche. Esta es la idea. Los emigrantes no dicen la verdad a sus paisanos. (E-Tánger-OA, m41)

En los testimonios de estos periodistas sí se detecta en algún momento cuáles son los elementos de peso en la agenda mediática que contribuyen a una construcción imaginaria desproporcionada de las posibilidades de la movilidad y la migración hacia Occidente: “Las informaciones de Marruecos son espectaculares, como la inmigración, el narcotráfico, la droga, cosas como esto [estas], que son productos que atraen a la audiencia”. (E-Tánger-OA, m41). Su visión crítica de los medios de comunicación es similar a otras registradas hasta ahora en relación al imaginario del Norte, mientras que para el caso de la televisión marroquí muestran el efecto negativo de un estilo informativo perjudicial a largo plazo.

Es verdad que estos medios emiten imágenes no verdaderas, pienso que es un error contar con los medios de comunicación para conocer la verdad de aquella realidad; hay películas y programas que hablan de una vida maravillosa pero en verdad la realidad es distinta y la gente ahí sufre

muchas dificultades. (Tánger-MS, m46)

Por ejemplo, los medios de comunicación de Marruecos son del Estado. Dan una imagen de Marruecos tan bonita que el otro no la cree. [Por tanto] no dan una buena imagen de Marruecos. (E-Tánger-OA, m41)

Sin embargo, en muchas ocasiones sus testimonios son tan ambiguos y contradictorios como los generales en la crítica al sistema de poder y a los cambios registrados en el país. Por ejemplo, este periodista mantiene en un momento de la entrevista un reconocimiento hacia la apertura registrada en los últimos años en el país, para mostrarse mucho más duro a continuación en aspectos fundamentales de la política y la ciudadanía.

Sí, mejor. Hay muchas cosas que han avanzado. Más o menos hay democracia para hablar en los periódicos. Más o menos han cambiado. Queramos o no, Marruecos ha cambiado. (E-Tánger-MA, m30)

Pero es una lástima de verdad que algunas veces la gente se enfade con el sistema, con el régimen, que manipula a la gente y no da importancia a muchas cosas. Si hicieran ese cambio... (E-Tánger-MA, m30)

No somos todos iguales, pero nuestros responsables no son responsables de verdad con la gente. Por eso se dice que somos el Tercer Mundo en estos aspectos. Otro ejemplo: cuando hay gente que se muere, el gobierno responsable da dinero para ayudarles. Pero en Marruecos, aunque el gobierno ayuda a la gente, no da la suficiente. Por estas cosas da una imagen fatal. Pero tiene cada cosa un lado oscuro y un lado menos oscuro. (E-Tánger-MA, m30)

El grupo de control de periodistas arroja diferencias en las codificaciones de sus testimonios en algunos aspectos significativos. Entre ellos y al respecto, muestran una imaginario de Occidente (9) con valoración positiva (7) muy alta y con una escasa o casi nula crítica (negativo 1). Los discursos positivos son equivalentes a los recogidos aquí con anterioridad, mientras que el más negativo está vinculado con la herencia colonial.

Nuestro subdesarrollo es culpa de España y Francia, porque en el pasado dejaron a la gente ignorante, hicieron cosas fatales aquí en Marruecos. Sobre todo Francia y España. Pero hablo de antes, no de ahora. (E-Tánger-MA, m30)

Muchos de los aspectos señalados por los periodistas coinciden con el discurso general que se mantiene en el país sobre las transformaciones que como consecuencia de las migraciones, la apertura política y la mejora de la situación económica. La similitud permite vislumbrar la evolución del imaginario que para el caso de las expectativas sobre Marruecos resulta un balance complejo. Como es habitual, el balance es complejo y diverso. Pero lo más llamativo es que se expresa lleno de matices, contrastado y paradójico como en estos ejemplos que se destacan a continuación y que resultan más elocuentes si se repasan los destacados del grupo de control de periodistas.

En la actualidad la gente ha vuelto a tener alguna esperanza, porque han cambiado muchas cosas. Uno ya puede hablar libremente, y se puede mantener una familia. Las circunstancias son otras y se pueden hacer muchas cosas. Pero en el asunto del trabajo todavía hay un poco de nepotismo. (E-Ouled Yaich-AZ, m46)

Sí, cambio social sí ha habido, porque éstos han podido salvar a sus familias, pero impacto cultural no lo creo. Quizás a nivel de indumentaria y cosas similares, tal vez pudo cambiar un poquito, pero en el nivel propiamente cultural, no. Son gente de pueblo, del campo, mantienen la misma cultura que recibieron en el pasado. (Mecknes-AN, m42)

Mira, en Marruecos... ¿qué te voy a decir? La gente vive por encima de sus posibilidades. El país se va desarrollando, pero el nivel de vida de la gente no mejora de igual modo, porque tiene que satisfacer las necesidades de sus hijos. Se han producido muchos cambios: la globalización de una parte, la crisis de la economía por otra. O sea, el nivel de vida en Marruecos es estable. Sí que ha habido cambios a nivel de la economía del Estado, pero la gente sigue igual. En la TV ves que hay de todo, pero uno no tiene capacidad para avanzar a la velocidad de la corriente. En cuanto a las libertades, pues hay cambios. Como dicen, hay libertad, pero está controlada. Sí, tienes libertad, pero disimulada. En

la TV aparece que hay una cierta libertad pero, lógicamente, tienes que saber lo que dices, antes de decirlo. (E-Ouled Yaich-AZ, m46)

Por tanto, se puede concluir que existe una gran diferencia entre las percepciones registradas sobre las expectativas de vida en Marruecos y las visiones fruto del imaginario sobre Occidente como un discurso social mantenido fruto tanto de las mediaciones como de los efectos confirmatorios de las interacciones y las experiencias. Sin embargo, se trata de una relación contradictoria en la que no siempre se mantiene claramente una visión polarizada y en la que, además, se añaden de continuo matices que permiten relativizar las experiencias conforme los cambios sociales y las transformaciones se van detectando en el país. Los procesos discursivos están de continuo matizados con fuerza, probablemente por efecto del control social y político que existe en el país sobre estos temas que se reconocen a menudo como complejos por la ciudadanía en función de las posiciones ambiguas de los discursos políticos.

5.7.5.- El imaginario y la movilidad, la subjetividad migratoria

El mundo de la subjetividad, el imaginario y la movilidad que forman una parte rica y nutritiva de las ideas de los migrantes y de sus planes, contrasta en profundidad con la idea de las razones exclusivamente económicas de los movimientos de población. Las teorías que mantienen que la migración se explica por los supuestos de la racionalidad económica tienen en el material recopilatorio del trabajo de campo muestras evidentes de posiciones muy diferentes y de versiones que contradicen esta hipótesis.

Sí, hay una contradicción. Muchas veces encontramos que algunos ya tienen trabajo y pueden hacer cosas y emigran. Eso, personalmente, no lo puedo comprender. No sé, tú vas y te compras un contrato que cuesta más o menos 10.000 euros, o más, cuando con esa pasta podrías trabajar, hacer algo, montar algún negocio o algo así... Pero dejas el país y emigras... (E-Beni Mellal-AH, m26)

Las cifras que se barajan como costes del proyecto son exorbitantes para la economía marroquí y no garantizan el éxito de la operación ni la realización de la promesa. Sin embargo, dentro de la lógica social que tiene asumida la movilidad como un proyecto positivo y deseable se incorporan los inconvenientes como una parte más del proyecto sin detenerse a valorar otras opciones.

Me han dicho que le costaría mucho hacer los papeles pero que dando doce mil euros se los podrían arreglar. Puede comprar los papeles para quedarse en Bélgica. (E-Mecknes-HE, f28)

Un vecino se fue por siete mil euros y trabaja nada más que seis meses al año. Trabaja seis meses y vuelve aquí. Tiene contrato de seis meses. (E-Ain Chgag-AH, m34)

Antes de casarme, he intentado muchísimas veces emigrar a Europa para sacar adelante a mi familia, pero me pedían 5.000 euros para cruzar el Estrecho en patera, y yo no los tenía ahorrados. (G-Tetuán-SB, f30)

Los efectos de la desinformación y de la manipulación mediática limitan las

posibilidades de una decisión racional, crean falsas expectativas, alimentan sueños que no se cumplirán y repercuten sobre las posibilidades y proyectos propios de la sociedad y las familias marroquíes. En este sentido, comienza a registrarse un discurso crítico sobre los efectos del contagio de la movilidad como valor social pero estas visiones sólo se registran, como en otras ocasiones, entre las personas con mayor formación o con más experiencia de movilidad.

Debes saber que esos 140.000 dirhams no son suyos, se los ha prestado la familia: uno le ha dado 20.000 dirhams, otro 30.000 y otro 40.000, porque les ha dicho que va a irse a Europa y que va a trabajar y que les devolverá el dinero después. Este es el problema con el que se encuentra la mayoría de los emigrantes. Hay algunos cuya familia vendió todo lo que tenía para mandarle a Europa, pensando que allí el dinero estaba tirado por el suelo y que, cuando llegase, les mandaría el doble o el triple. (E-Ouled Yaich-AZ, m46)

Tengo un amigo mío que pagó 10.000 euros para obtener un contrato, y cuando lo tuvo se fue a Barcelona. En verano nos contó que aunque estaba con su familia y tienen dinero, la vida allí estaba mal, y más para aquellos que no tienen ni documentos ni dinero. (G-Tánger-OH, m22)

Compraron contratos para irse a trabajar... A un amigo mío le costó un contrato casi 140.000 dirhams, y a otro 90.000, y cuando llegaron al extranjero, el contrato que tenían no era válido. O sea que tuvieron que buscarse un trabajo. Y como necesitaban comer, alquilar un lugar donde vivir, etc., entonces no ahorraron ni siquiera el dinero que les costó ese contrato. (E-Ouled Yaich-AZ, m46)

Todo ello se realimenta en flujos convergentes y confirmatorios desde las interacciones, multiplicando la difusión y alcance de una desinformación que implica a localidades enteras, con merma de los ahorros colectivos y de la familia. Al margen de las cifras concretas, la desproporción de la inversión en trabajo y esfuerzo es impresionante: “Por aquí hay personas que trabajan casi 6 años para pagar un contrato que le garantice la emigración” (G-Beni Mellal-KF, m25). Aunque también hay ejemplos que lo expresan en términos de desposesión: “Hay muchos que aquí venden

todo lo que tienen para irse para el otro lado, y que cuando llegan allí no encuentran nada”. (E-Ain Chgag-AH, m34). Las víctimas son, desde luego, los que menos recursos y capacidad de análisis tienen, los más sensibles a las promesas de compatriotas que participan igualmente en el juego de la desinformación y la manipulación.

Hay algunos que no saben nada. Dicen: “Si alguien quiere irse, allí hay un señor que le llevará”. O sea, que Fulano viene, reúne a la gente que quiere irse y se la lleva. Y si durante el traslado aparecen problemas, ¿qué pasa? Pues que como ya le habían dado el dinero por adelantado, se ven obligados a marcharse. Hay otros que no anticipan el dinero y cuando llegan allí y ven cómo les tratan, se vuelven. Muchos de los que conozco se fueron y regresaron dicen: “Vaya problemas que hay allí”. Hay algunos que con sólo ver la altura de las olas se asustan y se vuelven. (E-Beni Mellal-RS, m34)

La irracionalidad económica de muchas de estas decisiones parece estar más impulsada por un clima de euforia colectiva, de emoción que conduce a la promesa de otro mundo y que rara vez se detiene o se afronta con el sentido común y el realismo necesarios.

Si tuviera los doce mil euros me iría pero con los papeles en regla. Con ese dinero no me iría en una patera. (E-Mecknes-HE, f28)

Sólo la información precisa y veraz sobre la realidad de la vida de los migrantes en los mundos opulentos del Norte, sobre el devenir cotidiano de los trabajadores y ciudadanos, puede contribuir a las decisiones racionales al respecto.

5.7.6.- Los estilos de vida subjetivos y la racionalidad económica

Por último, queda por contrastar el impacto de los estímulos de las industrias culturales sobre la identidad, la subjetividad y el imaginario como elementos movilizados desde motivaciones no materiales para los proyectos migratorios. La construcción de la subjetividad y el desarrollo de los deseos y de un proyecto de vida propio se apoyan en los mensajes mediáticos y en las promesas de los imaginarios, que despiertan opciones mejores que las de la realidad cotidiana y el contexto local. En ese sentido, los resultados del trabajo de campo dibujan una apertura de factores explicativos complejos relacionados con motivaciones inmateriales que se expresan en testimonios de todo tipo, aunque también en términos económicos.

Hay otras razones también, por ejemplo, la gente que está aquí a veces pueden hacer muchas cosas que no puede en su país, ejemplo no solamente por falta de dinero, sino también por el sistema. Cuando no hay democracia, no hay un sistema que respete al otro por su trabajo y no solamente por su dinero; porque el dinero es importante pero no lo es todo. Hay otras razones para que la gente emigre. (E-Tánger-MA, m30)

El problema de la gente con capacidades es que no encuentra posibilidades de desarrollarlas. (G-BM-KF, m25)

Tampoco podemos olvidar una cosa: en Marruecos, unas pocas personas lo tienen todo, y la mayoría, nada, francamente. (E-Beni Mellal-AH, m26)

La mayoría trabaja para ahorrar dinero con el que comprar un contrato e ir a España. (E-Beni Mellal-AH, m26)

El modelo de movilidad se apoya también en otras necesidades producidas por deficiencias del país como las que se registran en el sistema educativo. Durante la realización del trabajo de campo, el total de entrevistas realizadas a personas sin estudios fue de 11, algunas como este hombre de zona rural que fue un solo día de escuela, a los diez años, y que la abandonó para trabajar: “El padre me dijo que tenía que ir al colegio o a trabajar para darles de comer. Así que preferí trabajar para darle de comer a mis padres”. (E-Ain Chgag-AH, m34). Al igual que se mostró en el caso de las

encuestas, en las que la valoración más positiva de la movilidad estaba relacionada con los estudios, en el resto del trabajo de campo también hay numerosos ejemplos.

Las expectativas se vinculan en muchos casos con la idea de una formación superior, en un tipo de movilidad que rompe la imagen de la migración laboral: “Me iría a estudiar, no para trabajar” (E-Ain Chgag-TF, f13), al igual que otra chica dos años menor: “Porque quiero terminar mis estudios allí” (E-Ain Chgag-KF, f11), algo que la adolescente argumentaba con un espíritu crítico que no se reflejó en el resto de la entrevista y que en su expresión parece ajeno: “Aquí no me enseñan bien”. (E-Ain Chgag-KF, f11). La insistencia en la división entre los dos tipos de movilidad ha resultado recurrente; “Solamente para estudiar, y volver a Marruecos para trabajar. Yo quiero estudiar allí y trabajar aquí”. (E-Timoulit-SO, f20). De hecho, parece que en las argumentaciones se va perdiendo progresivamente la laboral, pero también hay una valoración positiva muy superior de la formación en el extranjero que se acompaña de otros imaginarios positivos:

Han estudiado lo mismo que mi hijo. Y es que los marroquíes o los africanos tienen más confianza en los extranjeros que en sí mismos. Incluso cuando se trata de coches o camisas. A veces compran una camisa marroquí y dicen “¡Vaya, me he equivocado!”. (E-Mecknes-AM, m57)

También hay motivos que empujan a los estudiantes a emigrar; fíjate todavía cobramos la misma beca que cobraban los estudiantes de 1975. (G-Tánger-YB, m23)

Un marroquí cuando decide emigrar tiene dos motivaciones: la económica o el estudio. Y los efectos de la emigración se ven en la vida del emigrante mismo, en su mejora económica respecto a la sociedad de origen. (G-Rabat-MA, m36)

El imaginario de la movilidad se ha transformado hacia valores más subjetivos, a veces fruto de la crítica a la realidad de las expectativas nacionales y argumentando en otros términos, en función de necesidades de realización personales que sólo en la huída hacia el Norte pueden tener resultados. Todo ello, alimentado una vez más por los imaginarios que calan con más fuerza en los jóvenes.

Mi hijo se fue solamente tres meses, y después volvió. Pero tengo otro,

más pequeño, que sueña con marcharse allá. A pesar de todo, sueña con irse, con un contrato o por matrimonio. Ha abandonado los estudios. Para él, Europa es otro mundo, un mundo de ensueño, el paraíso. Y es porque ve a los jóvenes de su edad que vienen con coches, lujo, dinero, que le llevan con chicas, con música. Por eso los jóvenes quieren abandonar el país e irse allá. (E-Mecknes-AM, m57)

Es como esa varita mágica que justo al llegar a Europa les permite ganarse la vida fácilmente y volver con dinero a su país. Y no sólo es volver, sino además salvar a toda una familia, pues uno que logra acertar en su vida es como el tren, que puede arrastrar al resto de la familia. (E-Mecknes-AN, m42)

Creo que van a realizar el “sueño americano”, que una vez allí tendrán trabajo, dinero, que ayudarán a su familia, que harán esto y aquello. Pero una vez allí sufren un shock para integrarse, para mejorar, para hacer realidad sus sueños, porque la realidad es una cosa, y la televisión, lo que ellos ven en los medios de comunicación, es otra completamente distinta. (E-Beni Mellal-FM, f39)

Creo que los jóvenes marroquíes no tienen una idea real, pero sería necesario hacer una investigación. A veces discuto con mis estudiantes y la mayoría de ellos quieren emigrar. A pesar de que no tiene una idea de la vida real de allí. Respecto a Europa, creen que aquello es el paraíso, la buena vida, el dinero, la vida de lujo. (E-Beni Mellal, IK, m 41)

Entre las visiones positivas de la movilidad se detecta en aumento las que relacionan la experiencia con el turismo, como un modelo de ascenso social y que además, entronca con tradiciones mediterráneas y culturales muy valoradas desde el punto de vista identitario.

Marruecos hace siglos que es un país no sólo de emigración sino también de intercambio. Los marroquíes desde hace siglos viajan por el Mediterráneo, en África, en el mundo árabe, y pienso que [emigrar] está en la misma tradición. Pero ahora lo hacemos más hacia Europa y Estados Unidos porque son zonas más atractivas en todas las formas: en

la economía, en la cultura, en la técnica y otras cosas. (E-Beni Mellal-MN, m47)

Esta idea de movilidad en términos de turismo se expresa en zonas rurales de forma idéntica a las urbanas, como dice este hombre, capataz de una finca agrícola: “No, para irse a Francia o a España tendría que saber el idioma. Si fuera para irme de turismo me iría con mi hijo o mi hija, pero para vivir no” (E-Ain Chgag-AF, m62). Esa movilidad sin estigma asociada a los mundos opulentos se detecta en diferentes grupos sociales y de edad: “Quiero viajar como turista”. (E-Ouled Yaich-ZH, f15). Las dificultades económicas y, todavía más, las de la frontera, sesgan muchos de estos proyectos: “Hice un intento para conseguir un visado turístico, pero me lo denegaron”. (E-Timoulit-RT, f44). Pero los deseos se mantienen vivos aunque en muy pocos casos hemos detectado patrones de movilidad turística como experiencias propias: “He visitado diferentes países como Francia, España, Inglaterra...” (G-Rabat-MA, m40). En este sentido, también hay un imaginario mediático de referencia, unas interacciones, y una expectativa que los acompaña:

Algunos medios europeos venden una buena imagen de Europa para los turistas por ejemplo, pero esta imagen la recibe todo el mundo, incluso aquellos que quieren emigrar. Pero últimamente han empezado a difundir ejemplos muy lamentables de la vida de los emigrantes (G-Tánger-IT, f21)

Puede que algún día me entren ganas de descubrir ese “paraíso terrenal” con el que muchos marroquíes sueñan, pero va a ser como turista y nada más. (G-Tetuán-SE, f21)

Europa ahora es para una visita turística, para saber lo que hay allí y ver las cosas buenas, pero para vivir, es muy difícil ahora, ¡oh mi querida Tánger! (G-Tánger-KA, f22)

Entre las interacciones no hemos mencionado hasta el momento las que se reciben fruto de la presencia de turistas en el país que es muy numerosa, especialmente en las ciudades más emblemáticas. Entre los informantes hemos detectado casos en que valoran la diferencia cultural como disuasoria de cara a un potencial estímulo para la movilidad:

Pienso que los turistas no juegan este rol provocador para emigrar como

los inmigrantes. Los inmigrantes influyen más porque están directamente ligados a la población. (E-Tánger-OA, m41)

Sin embargo, el retorno de los migrantes durante el verano se muestra como la movilidad deseada, la que no sólo está ausente de estigma sino que contiene promesas de integración en la sociedad del consumo, de las experiencias, de los modelos de vida alternativos y del ocio. Es una visión confusa de la migración que se expresa respecto a los marroquíes que salen al extranjero y tienen una visión de la experiencia que no sólo está determinada por las necesidades laborales:

Aquí, hay algunos jóvenes que les interesa emigrar a España sólo para vivir con más libertad como por ejemplo, ir a discotecas, beber vino, salir con chicas españolas, etc. (G-Tetuán-MB, f28)

Estos relatos proponen modelos en muchos casos muy alejados del mundo cotidiano de Marruecos, y quizá por eso se viven con la emoción de lo extranjero y diferente, a pesar de que realmente hagan referencia a un encuentro con una compatriota:

Cuando era pequeño, me gustaban aquellos momentos en verano cuando volvían de vacaciones las chicas emigrantes; me gustaba verlas e intentaba hablar con ellas. (Risitas). (G-Tetuán-IG, m40)

Se nota la inmigración en nuestro barrio a través, por ejemplo, modelos de personas que han emigrado antes y estaban sin posibilidades y han vuelto o vienen en las vacaciones con un buen estado... (G-Rabat-MA, m36)

Casi todos los imaginarios turísticos también pivotan sobre el Norte o, en menor medida, al mundo árabe relacionado con la religión, en un tipo de 'turismo religioso' del que no hemos detectado ningún proyecto concreto más allá de un deseo. Junto a ello, sí hay muchas referencias del creciente 'turismo nostálgico' que se ha convertido en una fuente de ingresos y desarrollo en muchos lugares del planeta que son emisores de migración. La vuelta de los migrantes dibuja otro patrón de movilidad e incluso la vida en movimiento:

Hay muchos emigrantes que no han conseguido documentos y que no trabajan. Pero aunque sus familiares les llaman para que vuelvan, ellos se

niegan y mantienen la idea de quedarse allí. (G-Tetuán-IA, m41)

Sí, hay muchos emigrantes que vienen aquí en el verano y después de pasar sus días de vacaciones, cuando deciden volver a España, empiezan a pedir préstamos de sus familiares. Y yo no lo entiendo esto, pues si no tienes dinero ¿por qué te vas fuera? (G-Tánger-YB, m23)

La reconstrucción identitaria tras la experiencia migratoria es a veces ambigua y compleja, describe esos patrones de movilidad de ida y vuelta, del espacio de los flujos.

El inmigrante, cuando pasa un cierto tiempo, comienza a decir que va a volver a su país, pero cuando llega a Marruecos y pasa 4 semanas, dice también: “Bueno ya estoy harto, vuelvo a emigrar...” La verdad es que conozco a personas que no saben lo que quieren realmente, hacen todo lo que pueden para emigrar a Europa y cuando llegan ahí empiezan a plantear su vuelta. (G-Rabat-HR, m34)

AHORA ¿DE DÓNDE ERES, DE AQUÍ O DE ALLÍ? Yo, de los dos [sonríe]. Aunque lo he pasado muy mal, me gusta España, vivir allí y venir aquí de vacaciones. (E-EL Hayeb-ZH, f34)

Son estilos de vida que llevan en paralelo estilos de imitación así como también la sensación de que esa experiencia se prolonga a través de los ‘paisajes mediáticos’ y de las interacciones, como otra forma de integración en los mundos del consumo.

Aunque no hemos emigrado, vivimos sus experiencias gracias a este contacto diario y a las cosas que nos cuentan. No conozco muchos sitios, pero me siento como si viviese allí. (G-Tetuán-IA, m41)

Yo todavía no he podido viajar fuera. Pero sigo el tema muy bien a través los medios de comunicación. (G-Rabat-MA, m36)

El territorio está plagado de llamadas emocionales de los medios de comunicación y se completan de aspiraciones que permiten a los sujetos escapar del contexto, despegar de los criterios de subsistencia e incorporarse a los nuevos estilos personalizados de la sociedad de consumo, a la medida del instante y de los deseos, ajeno al futuro que escriben las circunstancias, a una vida escrita de antemano e inamovible.

Ha surgido una nueva crisis a la que se enfrentan los inmigrantes; la podemos llamar “la crisis de la modernidad”. La sufren aquellos a los que les ha gustado el modelo europeo transmitido por los medios de comunicación y que, cuando llegan allí, se enfrentan con otra realidad. La crisis surge cuando el personaje se esfuerza de parecer europeo, pero se ve señalado con el dedo, se ve considerado como “otro” y “diferente” sólo por su rostro “muy árabe” y “muy musulmán”. Se enfrenta a una contradicción: quiere ser como el otro y el otro no le ha aceptado. (G-Rabat-MA, m36)

La gente ve en la televisión cómo se vive en la libertad, y eso les atrae mucho. Entonces imaginan que pueden lograr allí una vida fácil y realizar sus sueños. (G-Tánger-KA, f22)

Con mi oficio encontraría enseguida trabajo en Europa y ganaría mucho dinero. (E-Mecknes-HA, m46)

Hay otras razones que les impulsan a tomar esta decisión, como por ejemplo, tener más libertades, más oportunidades de educación, mayor bienestar social, menos corrupción, etc. (G-Tetuán-MB, f28)

El Norte atrae a los emigrantes principalmente por los derechos humanos y las leyes. (G-Tetuán-AB, m48)

Yo creo que lo que más atrae es la estabilidad y la seguridad social. (G-Tetuán-IG, m40)

6.- BALANCE, RUMBO Y PERIPLO

Este derrotero no acaba aquí, abre un nuevo rumbo hacia las preguntas, las cuestiones e interrogantes acumuladas durante estos años sobre las migraciones y los efectos de la comunicación, con más curiosidad si cabe que el principio de abrir esta investigación.

La *ubicuidad* y la *asincronía*, el espacio de la movilidad y la comunicación, impuestas por los flujos globales sólo tiene una forma de comprensión a su medida: desde el desplazamiento que trazan los que se han incorporado a la apertura y que con sus estelas y su velocidad desdibujan la territorialidad que los oprimía. Los nómadas de Deleuze y Guattari (1995), los vagabundos de Bauman (1999), los turistas de Augé (1997) y Urry (2004), o los viajeros de Clifford (1995) tratan de ganar la partida con movimientos sistemáticos, caóticos, de doble sentido, en múltiples direcciones –con su desorden– a las lógicas impuestas por la aceleración y las múltiples conexiones del espacio de los flujos. La suya, a vista de pájaro, es otra mirada al mundo más próxima a la abolición del poder del espacio; se dirige hacia la creatividad de la resistencia, a la interpretación subjetiva, hacia la oportunidad de establecer un diálogo con las instancias de la autoridad desde el empoderamiento, porque ya se sabe que el territorio ahora no brinda seguridad ni protección: sólo en el instante en que se logra el cruce en los nodos de la aceleración que desmaterializa.

Los migrantes no se desplazan a un lugar concreto, no se encaminan al Norte, a Occidente, al Centro, a Europa; se dirigen a una idea, a la fluidez de los deseos imaginarios, al encuentro con el dominio simbólico, al espacio subjetivo en el que esperan encontrar los paraísos prometidos. Si antes el lugar, el territorio y el espacio expresaban el reconocimiento en una lógica del poder ligado a lo físico, ahora que terminaron esos días se ganan los del tiempo en forma de libertad, de experiencia, de vida, de cruces generativos, de estilo de consumo, de enriquecimiento imaginario y de

movilidad. Lo viven con el riesgo de la emergencia, frente al mundo de la protección y la seguridad racionalista, con la ambivalencia como única estrategia para reducir la incertidumbre. Y también, claro está, escapan de la realidad cotidiana, de la falta de oportunidades, del paro, del control y poder territorial.

Como quiera que, como decía Balandier (1996), el desorden actúa por contagio y ha alcanzado a los símbolos y al imaginario, ahora que la virtualidad nos ha desanclado del suelo y lleva nuestro cotidiano al espacio de los flujos, lo próximo y lo privado se puede vivir en la distancia y la lejanía del lugar. Los encuentros fluidos y paradójicos que nos proporcionan la tecnología, la multiplicidad de los contactos, pueden servir también para desdibujar la visión de conflicto y diferencia con que se analiza la interculturalidad. Todo esto me permite vislumbrar que, simultáneamente a la aceleración del mundo en sus dos dimensiones, se pueden producir más visiones en la *ubicuidad* y la *asincronía* que desde el conflicto y la diferencia porque la diversidad y el encuentro, en la fluidez, borran con seguridad el desafío, la oposición, la frontalidad.

Complejo es este mundo de la investigación que conduce por derroteros tan desconocidos, que abre una serie interminable de puertas en las que no están las respuestas, en las que cabe la sospecha de que los itinerarios recorridos no siempre dirigen a una solución, sólo a nuevas cuestiones. Visto desde arriba, desde la globalidad del primer movimiento de proximidad hacia el objeto de la investigación y hacia los interrogantes, está la sospecha de que sólo en los entrecruces de miles de movilidades, en el lugar de la *ubicuidad* y la *asincronía*, en el territorio de los imaginarios, en sus estelas, tiene sentido una nueva comprensión de la imágenes fijas, del encorsetamiento con que miramos el mundo.

Y en la imaginación se alimentan nuevas ideas, pensamientos del mundo, posibilidades insospechadas que sólo existen en el movimiento. Ahí en el intercambio y la negociación compleja con la diversidad que ha orientado este trabajo, en la idea de que la mezcla y la fusión productiva resuelve las diferencias y se abre la complejidad, se encuentran otra serie de cuestiones que todavía –como las que vendrán en el futuro con cada uno de los desplazamientos y encuentros–, quedan por indagar y que es necesario compartir.

Ahora en el momento del balance, hay que dar cuenta de que el enfoque en el objeto de estudio de esta investigación estaba anclado al espacio de la posición que ocupamos. La fuerza de la evidencia lo ha llevado al lugar disuelto por los flujos, con

menos gravedad que la geografía clásica, que ya no existe pero que nos ayudó a orientarnos; ahora que nos descoloca, se reconstruye en el contacto y el intercambio. Sin embargo, son una muestra de que los ‘paisajes mediáticos’ son tan poderosos que, al igual que estimulan diásporas, generan conflictos fruto del retrato sesgado con que nos dibujan el mundo. Y ya que las narrativas identitarias nos permiten reinventarnos, como hacemos a diario, es necesario confiar en la productividad generativa de los imaginarios personales y colectivos, en otras posibilidades de experiencias del entendimiento.

Es cierto que el mundo de las ‘tecnologías del yo’ de Foucault (1998) o de Balibar (2005) nos da la oportunidad de subvertir el orden establecido, de cambiar la predeterminación que los discursos y relatos nos marcan. Es uno de los espacios más singulares de la dimensión política de los sujetos en busca de alternativas a una construcción comunicativa al margen de sus necesidades, deseos y espíritu; de otro entendimiento cultural y social que bordea las intenciones y los proyectos de los mercados subvertidos de tecnología. También lo es que, aunque en su empeño parece que diseñan un mundo único de homogeneidad, al mismo tiempo y contradictoriamente con su ambiciosa normalización de la expansión de los mercados, se ven obligados a negociar con la realidad necesaria de la diversidad cultural. De la misma forma desde la localidad, el espíritu creativo solo puede expandirse hacia afuera, hacia la diversificación y el mestizaje.

A vista de pájaro, no cabe duda de que las imágenes son diferentes, están entremezcladas y en movimientos del mañana, ahora o ayer, en la gravedad pesada del pasado, en una dimensión comprensiva contra las diferencias del estatismo, del poder aferrado al espacio, del lugar en el mundo que nos amarra la imaginación. Las mezclas, la hibridez, el criollismo, el mestizaje, el nomadismo son una fuente de riqueza infinita que no hemos sabido aprovechar hasta que la incertidumbre irresoluble lo hizo irremediable y olvidamos las certezas que un segundo después, dos horas o un año, no valdrán un ápice. Sin espacio vagamos en el territorio creativo que nos engrandece, que nos realimenta hacia un ‘reencantamiento del mundo’ –como propusieron Ritzer (1999) o Maffesoli (2009b), y que quizá haga necesaria una patafísica, al gusto de Baudrillard (2002), una ciencia de las soluciones imaginarias a la altura de los nuevos devenires.

Estos flujos no están exentos de riesgo del que ya advirtió Thompson (1998) que, sobre el campo ideológico de la subjetividad, se cierne en la recreación y la dependencia de doble dirección de los *mass media* y el desanclaje desubicador de tanto

simbolismo transnacional y, todavía más, del que con tanta persistencia de este modelo comunicativo terminaría disolviendo la subjetividad hasta engullirla. Pero en esto, como en tantas otras cuestiones, nos salvamos a nosotros mismos en el imaginario y la expansión de los horizontes del camino. Está todavía por saber si el 'reencantamiento massmediático' de Martín-Barbero (1995), pivotará hacia los deseos de las corporaciones, del consumo o de los sujetos. De momento queda claro que la expansión de los flujos los reconduce por vías diferentes a las predeterminadas a causa de la creciente importancia de la transversalidad, de las vías en que circulan de Sur a Sur, de Este a Oeste, con que circulan los productos culturales. Así se puede comprender que Marruecos queda más cerca de Colombia que de España y que la geopolítica de la comunicación se expande por itinerarios sin trazar pero siempre a la búsqueda de nuevas audiencias. La *ubicuidad* de las imágenes se funde en los contextos para dar paso a los mestizajes sin fronteras que, a menudo, desdibujan historicidades de gran peso.

Las paradojas posmodernas permiten que la movilidad blanca, cosmopolita y carente de estigma realice itinerarios negados para los candidatos a la migración. Así, parte de estos textos están redactados desde el propio Marruecos, El Salvador, Chile o Guinea Ecuatorial, lugares desde los que se puede confirmar las transversalidades que fluyen en la comunicación interactiva en trayectorias que rara vez siguen el Norte colonial. Los jóvenes guineanos chatean con más frecuencia con colombianos, rusos y brasileños que con familiares y amigos; los marroquíes conversan con egipcios y mexicanos; en El Salvador los trabajadores de los *call center* atienden llamadas de Canadá y Estados Unidos, mientras que en Chile mantiene vivos contactos con argentinos y franceses. Son las formas cotidianas de reconstruir la comunicación transnacional en direcciones de reconocimiento de los diferentes, en las mismas en las que ahora se abren vías para otro orden de la comunicación.

Desde que se generalizó y se expandió el proceso de mundialización de la cultura gracias a la densidad de los flujos de los medios y de la movilidad personal ha transcurrido un corto periodo de tiempo, pero ya se ha generado una suerte de resistencia transnacional a las direcciones impulsadas por los capitales y las empresas, a la desterritorialización de García Canclini (2004). Aunque lo hemos descubierto tarde, la nueva cartografía no deja lugar a dudas: sólo se puede orientar en el olvido del etnocentrismo investigador y en la ignorancia del nacionalismo metodológico. El planteamiento más rico está en cómo se mezclan, se negocian y se funden los flujos con

los contextos, en la interrogación de por qué dentro de la desorientación de los cruces seguimos estableciendo la línea hacia el Norte como único campo de reconocimiento, ahora que está claro que ya los hilos de los ‘paisajes mediáticos’ no se mueven desde Europa o Estados Unidos y que, como mucho, son no más que el lugar de un nexo singular. Seguimos una vez más a Appadurai (2001) en su apuesta por adaptar una visión plural y sin coordenadas como óptica de las comunidades imaginadas, de la propia imaginación, de la reconstrucción de lo social y de las aspiraciones colectivas. Es la única posición desde la que se vislumbra cómo ven el mundo en otras regiones.

La modernidad y sus efectos, como mantiene Martín Barbero (2004), nos cambian el mapa cognitivo y racional con transformaciones del emborronamiento de fronteras del conocimiento y la vivencia. De la misma forma que García Canclini propone la globalización imaginada (1999) como una visión diferente para comprender estos fenómenos con preguntas y narrativas sobre las estrategias de la economía y su centralidad en la organización de lo social y en las prácticas subjetivas.

En este texto confluyen una complejidad abundante de tramas y vertientes discursivas: las de los grandes grupos audiovisuales en escala transnacional, las nostálgicas del poder de la televisión estatal, las de las interacciones y copresencias, las que se registran en la distancia de las comunicaciones interpersonales, las de las confesiones y diálogos de las entrevistas, los discursos sociales producidos en los grupos de discusión, los mensajes académicos investidos de solidez, rigidez y poder, las que recorren la lectura de este documento y la que se ha trazado con el tecleo del ordenador. Todas ellas tratan de contribuir a esa visión compleja del mundo desde la Otredad y la distancia, sin olvidar la advertencia de Appadurai (1999) sobre las rupturas que se registran entre la expansión y nuestra contención; entre la globalización del conocimiento y su viceversa y, sobre todo, sobre la resistencia que ella misma impone a su crítica. A fin de cuentas, lo emergente y lo imaginario cobran un nuevo significado como marco de los efectos de las paradojas del tiempo y la desmaterialización de la realidad, entre la multiplicación de los riesgos y en los esfuerzos por su contención.

Todo esto nos ha hecho percibir que en Marruecos, como en otros lugares del planeta, las miradas también son diversas y contradictorias. No siempre responden a los deseos neocolonialistas con que se conciben, no exclusivamente a su imposición comercial, porque la hegemonía ya no tiene un centro y una periferia. Como mucho alcanza a una representación recreada, reencantada, de un sistema de valores y

significados que se ha desordenado como el mundo, en el que más perdidos están los que diseñan y fortalecen las agendas con sus sesgos.

Pero es cierto, a la vista de los resultados, que las representaciones persistentes parecen responder a un imaginario posnacional confuso e indefinido por la resistencia del poder a abandonar su hegemonía. Con ellas se difunden todavía estereotipos e imágenes recreadas por la vía de una comunicación excluyente y unidireccional, por la ausencia de imaginación a la hora de elaborar visiones alternativas de la diversidad no mercantiles, por la falta de riesgo para incorporar la complejidad creciente, con sus zonas de roce, a la producción mediática y por el abandono de los argumentos elitistas que supondría una apertura hacia lo colectivo en clave de transformación.

Mientras estos cambios no lleguen, permanecerá el interés de las minorías y los abandonados, de los excluidos, por hacerse visibles. Puede que en sus desplazamientos, en su ‘derecho de fuga’ tracen el camino hacia la visibilidad de su diferencia como un hecho político. Es el trabajo emancipatorio y de empoderamiento sobre las representaciones para insertarse, como proclamó Balibar (2005), en los mundos de los derechos que ya sí están declarados. Los *media* –lo dijo Thompson (1998)– juegan en medio de las interacciones entre grupos e individuos para alcanzar sus objetivos mientras los receptores mediáticos buscan convertirse en acontecimientos televisivos y, en esta ocasión, parece que lo hacen con su movilidad.

Los proyectos que surgen de las dificultades, del enfrentamiento con el mundo, no son una merma, son una nueva forma generativa alimentada de la lógica contracorriente, de la fortaleza de la adversidad, de la necesidad de la huida hacia delante, de la resiliencia. Por eso, esta tesis tiene trabajo, tesón y constancia, pero sobre todo tiene muchos saltos que sortean las fronteras y obstáculos no en la búsqueda de una nueva respuesta sino de una pregunta con la que abrir de nuevo el horizonte. Allí donde lo pongamos, está la práctica transformadora de la realidad, a veces lejos de lo cotidiano porque se alimenta de sueños, de planes, de creatividad con las que sortear todo lo que nos ancla a la tierra y al poder. Y si el mundo fuera al revés, y si el final fuera el camino... la movilidad, los desplazamientos físicos o mentales tendrían más sentido.

Esta investigación aborda el mundo cerrado de la televisión que, con sus rigideces de enunciados, desde la producción y los discursos, conduce a nuevos enclaustramientos porque –aunque la búsqueda de las audiencias le impulsó a lo transnacional– sigue en su encierro de responder a los intereses nacionalistas del lugar,

más que a la libertad y al movimiento. En el ámbito de los medios nacionales, en los que se inscribe la política de medios marroquí, se produce el nacionalismo como Hobsbawm (1998), Gellner (1988) y Anderson (1993) describieron, con el refuerzo de las interacciones comunicativas de la socialidad. Pero queda por investigar el papel que el transnacionalismo mediático y comunicativo juega hacia la creación de comunidades también transnacionales y cómo se realimenta en las interacciones comunicativas mediadas. En el caso de Marruecos, se superpone una tradición histórica árabe en los ámbitos político, cultural y religioso de la misma dimensión transnacional que todavía tiene pendiente la construcción de una ciudadanía cosmopolita, una suerte de solución política para la doble condición de los migrantes respecto a la territorialidad de origen y de destino, que evite el fundamentalismo y el conflicto. Puede que el reto lo asuman las ambiciosas cadenas transnacionales pero, sin lugar a dudas, ganaríamos todos si se hace desde el empoderamiento de los propios sujetos.

En este contexto queda la cuestión abierta de por qué nuestros migrantes que, en la actualidad consumen masivamente televisiones árabes, no describen en sus patrones de movilidad las mismas trayectorias de la atracción que les conducen por las rutas de proyectos identitarios que ofrecen. Puede que el modelo de comunicación transnacional resulte desmovilizador en el contexto del posnacionalismo, o que la influencia televisiva en un periodo relativamente breve de tiempo es insuficiente para el estímulo de planes de movilidad orientados hacia ese tipo de ostentación del lujo y la riqueza, o puede que esos mensajes no se enmarquen hacia la producción de un imaginario social y colectivo de la subjetividad y la imaginación con valores alejados de la subsistencia. También cabe la posibilidad de que la cultura política y religiosa resulte desmovilizadora.

El reto de la búsqueda de modelos comunicativos participativos y dialógicos urge si es que la ambición de los otros de visibilidad, con voluntad y presencia propia, no encuentra un hueco para su representación. Las transformaciones y cambios del panorama de medios por mor de la densidad de las conexiones van acompañadas de la difusión y percepción de riesgos, así como de los encuentros transculturales que liman las diferencias. Durante las últimas décadas se ha concentrado la crítica en el dominio simbólico y en el poder de la construcción de relatos, pero ahora –cada vez más– habrá que valorar otros modelos alternativos de la creatividad para los flujos y movilidades, en las que hay más de interacciones y mestizajes que de homogeneización cultural.

La investigación centrada en los mensajes unidireccionales y en la preocupación

por la exposición y por la orientación desde la producción se ha cambiado profundamente. El escenario ahora es el de la interactividad, el intercambio y la economía social como base comunicativa de una importancia tan grande que, por ejemplo, en África los teléfonos móviles se han transformado en un sistema bancario y en una forma de conexión en la que pervive la diversidad de las lenguas. Los cambios sociales y políticos, además de los culturales, vienen de la mano de la comunicación, del encuentro y de las interacciones que necesariamente son de clave transcultural.

En el contexto actual, solo el intercambio y la flexibilidad, las actitudes dialógicas y recíprocas, llegan a ser productivas y pueden subvertir la tendencia a la acumulación, apropiación y creación de escasez como modelos económicos. Queda todavía el reto además de la conexión y la participación, de la comunicación móvil como otra forma de comprensión del mundo y de productividad cultural, de significaciones de importancia de la creatividad y la resistencia, de interpretaciones personales, también en la movilidad.

Si los medios son la ‘movilidad multiplicadora’ de Lerner, la televisión como gran medio de difusión muere o se transforma para atender a las comunidades minoritarias, en diáspora, necesitadas de voz y palabra. El modelo comunicativo jerárquico, patriarcal y unidireccional conduce a los recorridos ‘los otros’ y ‘las otras’ para abandonar tradiciones denostadas, aunque el camino les lleve por la inclusión directa y activa en la paradoja de los círculos de bienes simbólicos que les oprimen, en las sendas que aparentan la libertad pero que, a su vez, se cierran en el domino y la explotación. Son procesos dibujados todavía por el mundo de oposiciones binarias que atrapa a los desiguales mientras no se resuelva el reto de otra mirada de la diversidad. Quienes huyen del estigma, de la huella que les noquea la cara, y se enfrentan a la superación no desde el nombre que les atribuyeron y desde la visión que reciben, tienen la oportunidad de la mutación creativa e imaginativa que nos lleve hacia delante. Ellos viven en la idea, en la pantalla de una televisión, en el conjunto de contactos del chateo, en narraciones, películas y novelas, en la transformación de sus propias historias que sí ocurrieron y ahora reinventan.

Por eso quedan muchas cuestiones sin resolver: si la intelectualidad cosmopolita se expande, qué lugar queda para objetos de estudio como éste; si las conexiones y el consumo nos reinventan y nos mezclan, en qué espacio estarán las diferencias; si la *ubicuidad* y la *asincronía* son la norma, cómo nos encontramos en la socialidad de los

flujos. Hay otras, más próximas al consumo, como la investigación de los círculos en que se conforma el sistema de información no sólo de los migrantes, sino de los ciudadanos. Pero también como práctica cultural en la que convergen tendencias de imitación, repetición y rito hacia nuevos modos de explotación basados en el poder 'suave', de la difusión bajo las promesas de felicidad como prácticas sociales de la globalidad. Desde el lado de la recepción y las audiencias queda mucho por hacer en su dimensión transnacional ahora que el modelo televisivo nacionalista barrena su crisis. Mientras, se abre una estratificación social de la globalidad que se hace evidente en los conceptos que gravitan como objetos críticos de este estudio: la ciudadanía, el imaginario, la frontera, el consumo, la identidad y, por supuesto, la movilidad. Es también la estratificación de las audiencias con el riesgo de que la segmentación extienda la diversidad en capas y estratos.

Si el consumo nos orienta la cultura, su interpretación y su vivencia, habrá que promover modelos de alfabetización audiovisual pero también el reconocimiento y el aplauso de las formas reactivas de resistencia, de la capacidad de apropiación de la audiencia, de las culturas mestizas que subvierten las trayectorias previstas por los mensajes mediáticos y las agencias. Para que los medios nos representen como diversidad cultural, nos tenemos que incluir en conversación dialógica en múltiples dimensiones y sentidos, en lugar de asumir los recortes simplistas y comerciales que proponen los grupos mediáticos. Sólo así se incluyen las identidades múltiples en las dinámicas de la negociación y las celeridades. Hacia la total integración habría que plantear un modelo emocional de comunicación transcultural, en el que se superpongan el canal, la dialógica y las emociones propias energéticas y generativas por encima de los sucedáneos de los grandes grupos mediáticos.

Por eso, quedan en el aire otras cuestiones como la emoción colectiva de la mediación que puede llevar a que dos desconocidos, un árabe y un europeo, se puedan abrazar en una goleada y sentirse hermanos cuando comparten la pasión por un mismo equipo de fútbol. O sobre la capacidad de experimentar emociones similares en las mediaciones y las interacciones como un elemento esencial para la superación de diferencias. Pero también por qué buscamos el contacto con lo diferente en las imágenes mediáticas de la diversidad cultural del viaje como un 'reencantamiento' de lo lejano y distinto o a través de la paradójica experiencia intercultural del turismo que –junto a la comunicación– se ha convertido en la mayor industria de la cultura. Y por qué la proximidad mediática que desdibuja lo público y lo privado crea un puente de conexión

y negociación para tolerancias que, de otra forma, quedarían olvidadas, e incluso impulsa acciones de movilidad con las que realimentar los flujos. Probablemente, porque la creatividad de la audiencia es la de los supervivientes por su capacidad sobrada de subvertir los mundos y transformarlos con la imaginación.

7.- BIBLIOGRAFÍA

- Abourbark, K. (2006). La migración y la cooperación euromediterránea. En: Bernat i Martí, Joan; y Gimeno, Celestí (eds.), (2006), *Migración e interculturalidad: de lo global a lo local* (pp. 17-30). Castellón de la Plana: Universidad Jaime I.
- Abu Warda, N. (2000). Los medios de comunicación árabes: Estructura y características. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, Núm. 8, 2000 [Documento en línea] Disponible en: <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=826445>> [Con acceso el 27 de agosto de 2008].
- Acaso, M. (2006). *Esto no son las torres gemelas. Cómo aprender a leer la televisión y otras imágenes*. Madrid: Editorial Los libros de la catarata.
- Acsur-Las Segovias. (2007). *Experiencias de comunicación para una agenda común*. 29 de noviembre de 2007. [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.acsur.org/dosorillas/wordpress/?cat=13>> [Con acceso el 27 de abril de 2008].
- Affaya, N. M. (2003), Mediterraneidad, identidad y medios de comunicación. *Med.2003* (pp. 63-66). Barcelona: IEMed, CIDOB.
- Affaya, N.; Guerraoui, D. (2006), *La imagen de España en Marruecos*. Barcelona: Fundación Cidob. Tít. original: L'image de l'Espagne au Maroc. Trad.: Ahmed El Hakim.
- Aguado, J. M. (2003). El Consumo del Otro: Experiencia, mediación tecnológica y cultura. En: Contreras, F.; González Galiana, R. y Sierra, F. (coords.), *Comunicación, cultura y migración*, (pp. 25-54). Sevilla: Junta de Andalucía.
- Alama, A. (Coord.); y Chedati, B. (2008). Equidad y políticas públicas en educación y formación básicas en Marruecos. En: Velaz de Medrano, C. (dir.) (2008), *Equidad y políticas públicas en educación y formación básicas. Estudios de casos en América Latina, África Subsahariana y el Magreb* (pp. 315-456). Madrid: Siglo XXI.
- Alfaro Moreno, R. M. (1993). *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima: Calandria.
- Alfaro Moreno, R. M. (2007) *La comunicación como relación para el desarrollo*. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.aulaintercultural.org/article.php3?id_article=2467> [Con acceso el 27 de abril de 2008].
- Al-Jabiri, M. A. (1994). La imagen del Islam en los medios de comunicación occidentales. Introducción a la crítica de la razón europea. En: *El mundo árabe y su imagen en los medios*. Madrid: Editorial Comunica.
- Almagro, A. (2008). La vida secreta de los objetos. Análisis psicosocial de los imaginarios del consumo. *Athenea Digital*, 13, 4970. [Documento en línea]. Disponible en: <<http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/370>> [Con acceso el 27 de enero de 2010].

- Alonso Benito, L. E. (1998). El avance del multiculturalismo y el futuro de la sociedad de consumo. *Distribución y consumo*. Año núm. 8, Núm. 42, 1998, (pp. 15-21).
- Alonso Benito, L. E. (2005). *La era del consumo*. Madrid: Siglo XXI.
- Alonso Benito, L. E. (2007a). *La ciudadanía laboral*. Barcelona: Anthropos.
- Alonso Benito, L. E. (2007b). La globalización y el consumidor: Reflexiones generales desde la sociología del consumo. *Mediterráneo económico*, Núm. 11, 2007. Número dedicado a: Nuevos enfoques del marketing y la creación de valor. María Jesús Yagüe Guillén (coord.), (pp. 37-56).
- AlSsayad, N. (2003). Europa musulmana o euro-islam: A propósito de los discursos de la identidad y la cultura. En: AlSsayad, N.; Castells, M. (eds.). (2003). *¿Europa musulmana o euro-islam? Política, cultura y ciudadanía en la era de la globalización*, (pp. 29-53). Madrid: Alianza Editorial. Tít. original: Muslim Europe or Euro-Islam: Politics, Culture and Citizenship in The Age of Globalization. (2002). Lanham, Maryland USA: University Press of America. Trad.: Pepa Linares.
- AlSsayad, N. y Castells, M. (2003). Introducción: El islam y la identidad cambiante de Europa. En: AlSsayad, N.; y Castells, M. (eds.). (2003). *¿Europa musulmana o euro-islam? Política, cultura y ciudadanía en la era de la globalización*, (pp. 19-25). Madrid: Alianza Editorial. Tít. original: Muslim Europe or Euro-Islam: Politics, Culture and Citizenship in The Age of Globalization. (2002). Lanham, Maryland USA: University Press of America. Trad.: Pepa Linares.
- AlSsayad, N. & Castells, M. (eds.). (2003). *¿Europa musulmana o euro-islam? Política, cultura y ciudadanía en la era de la globalización*. Madrid: Alianza Editorial. Tít. original: Muslim Europe or Euro-Islam: Politics, Culture and Citizenship in The Age of Globalization. (2002). Lanham, Maryland USA: University Press of America. Trad.: Pepa Linares.
- Alvar, J.; Blánquez, C.; Wagner, C.G. (eds.). (1995). *Ritual y conciencia cívica en el Mundo Antiguo*. Madrid: Ediciones Clásicas.
- Álvarez, R. (1995). The Mexican-US Border: The Making of an Anthropology of Borderlands. *Annual Review of Anthropology*, Vol. 24, (pp. 447-470).
- Álvarez, R. (2000). La frontera más desigual USA México. En Grimson, A. (comp.). (2000). *Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía. Pp. 25-38.
- Álvarez-Miranda, B. (2007): *Aquí y allí: vínculos transnacionales y comunitarios de los inmigrantes musulmanes en Europa*. Madrid, Real Instituto Elcano. Disponible en: <http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/dt+9-2007> [Con acceso el 28 de abril de 2008].
- AMARC (Junio 2007). *Resultados y perspectivas de la evaluación global de la radio comunitaria*. Volumen 11, núm. 2 [Documento en línea]. Disponible en: <http://win.amarc.org/index.php?p=amarclink_es_vol_11_no_2> [Con acceso el 28 de abril de 2008].
- AMARC. (2007). Première Conférence d'AMARC Afrique - MENA. [Documento en línea] Disponible en: <http://africa.amarc.org/index.php?p=AMARC_Afrique_MENA_Conference&l=FR> [Con

- acceso el 28 de abril de 2008].
- Amezaga, J. (2001). Biladi. Usos de la televisión por satélite entre los y las inmigrantes magrebíes en Bilbao. *Zer: Revista de estudios de comunicación, Núm.10*.
- Amezaga, J. (2004). Televisión por Satélite en el Mundo: Nuevos Retos para Viejas Lenguas. Portal de la Comunicación de Universitat Autònoma de Barcelona. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/16_amezaga.pdf> [Con acceso el 01 de diciembre de 2006]
- Amirah Fernández, H. (2004): El Marruecos que no despegua. *Real Instituto Elcano* [ARI, núm. 145/2004].
- Amiti, K. (1997). Mujer, identidad y conflicto de valores. En Roque, M.À. (ed.) (1997): *Identidades y conflicto de valores. Diversidad y mutación social en el Mediterráneo* (pp. 139-152). Barcelona: Icaria.
- Ander-Egg, E. (1983). *Formas de alienación en la sociedad burguesa*. Buenos Aires: Editorial Humanitas.
- Anderson, B. (1993). *Comunidades Imaginadas*. Introducción, (pp. 17-25). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Andoni, L. Oriente Medio, el desierto de los medios de comunicación. *AMARC Asociación Mundial de Radios Comunitarias*. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.amarc.org/index.php?p=el_desierto_de_los_medios_de_comunicaci%C3%B3n> [Con acceso el 28 de abril de 2008].
- Ang, I. (1996). *Living Room Wars: Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Anzaldúa, G. (1987). *Borderlands / La Frontera: The New Mestiza*. San Francisco: Aunt Lute Books.
- Aparici, R.; y Marí Sáez, V. (coords.). (2003). *Cultura popular, industrias culturales y ciberespacio*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Aparicio, R. & Tornos, A. (2000). *Estrategias y dificultades características en la integración social de los distintos colectivos de inmigrantes presentes en la Comunidad de Madrid*. Madrid: Consejería de Servicios Sociales, 2000.
- Aparicio, R. & Tornos, A. (2005). *Las redes sociales de los inmigrantes extranjeros en España. Un estudio sobre el terreno*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Aparicio, R. (2002): La inmigración en el siglo XXI: Las novedades de las actuales migraciones. En: García, F. y Muriel, C. *La inmigración en España: contextos y alternativas, vol. II*, Granada: Laboratorio de Estudios Interculturales.
- Aparicio, R.; y Tornos, A. (2000). *La inmigración y la economía española*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- APDHA (2007): *Derechos Humanos en la Frontera Sur 2009*. [Documento en línea] Disponible en: <

- <http://www.apdha.org/media/informeFS2009.pdf>> [Con acceso el 20 de septiembre de 2010].
- Appadurai, A. (1996). *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Grijalbo.
- Appadurai, A. (1999). La globalización y la imaginación en la investigación. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, Núm.160, 1999. [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.fhuc.unl.edu.ar/sociologia/paginas/biblioteca/archivos/Appadurai%203.pdf>> [Con acceso el 25 de agosto de 2008].
- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Montevideo-Buenos Aires: Ediciones Trilce-Fondo de Cultura Económica. Tit. original: "Modernity at large". 1996. University Press, Minneapolis, Minnesota. USA. Trad.: Gustavo Remedi.
- Appadurai, A. (2007) *El rechazo a las minorías*. Barcelona: Tusquets.
- Appadurai, A. (ed.). (2001a). *Globalization*. Durham: Duke University Press.
- Appadurai, A. (2008). Los riesgos del diálogo. *Quaderns de la Mediterrània = Cuadernos del Mediterráneo*, número 10, 2008 (pp. 268-270). Barcelona: Institut Català de la Mediterrània.
- Ardèvol, E & Muntañola, N. (coords.). (2004). *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*. Barcelona: Editorial UOC.
- Ariely, D. (2008). *Las trampas del deseo. Cómo controlar los impulsos irracionales que nos llevan al error*. Barcelona: Ariel. Tít. original: Predictably Irrational. (2008). Trad.: Francisco J. Ramos.
- Arroyo Almaraz, I. (2000) *Ética de la imagen*. Madrid: Ediciones del laberinto.
- Ashmawi, R. (2008) Los binacionales: entre la marginación y la esperanza del diálogo. *Quaderns de la Mediterrània = Cuadernos del Mediterráneo*, Núm. 10, número dedicado a: Intercultural Dialogue between Europe and the Mediterranean, (pp. 364-366)
- Aubarell, G & Zapata-Barrero, R. (eds.).(2004). *Inmigración y procesos de cambio. Europa y el Mediterráneo en el contexto global*. Barcelona: Icaria.
- Aubarell, G. (dir.) (2003). *Perspectivas de la inmigración en España: una aproximación desde el territorio*. Barcelona: Icaria.
- Aufait, Portail d'info du quotidien aufait (07/10/2008) Disponible en: <<http://www.aufaitmaroc.com/fr/actualite/medias/article/marocmetrie-les-marocains-grands-consommateurs-de-television-et-de-feuilletons/>> [Con acceso el 11 de enero de 2010].
- Augé, M. (1997). *L'impossible voyage. Le tourisme et ses images*. Paris: Éditions Payot & Rivages.
- Augé, M. (2000). *Los «no lugares» espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa. Tít. original: Non-lieux. Introduction á une anthropologie de la surmodernité. Éditions du Seuil. (1992). Trad.: Margarita Mizraji
- Augé, M. (2001). *Ficciones de fin de siglo*. Barcelona: Gedisa. Tít. original: Fictions fin de siècle suivi de *Que se passe-t-il?* Trad.: Anna Jolis Olivé

- Augé, M. (2003). *El tiempo en ruinas*. Barcelona: Gedisa. Tít. original: *Le temps en ruine*. París: Éditions Galilée. Trad.: Tomás Fernández Aúz y Beatriz Eguibar
- Augé, M. (2005). Global/local. Universal/particular. *Documentos Cidob. Dinámicas culturales*, número 4. Barcelona: Cidob.
- Augé, M. (2007a). *Por una antropología de la movilidad*. Barcelona: Gedisa.
- Augé, M. (2007b). Sobremodernidad. Del mundo de hoy al de mañana. *Contrastes: Revista cultural*, ISSN 1139-5680, núm. 47, 2007, número dedicado a la Velocidad (pp. 101-107).
- Babiano Alonso, M. (1998). La televisión en Túnez y Marruecos. *Revista Latina de Comunicación social*. Núm. 6, junio de 1998. Universidad de La Laguna, Tenerife. [Documento en línea]. Disponible en: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/86magreb.htm>> [Con acceso el 25 de abril de 2008].
- Balandier, G. (1996). *El desorden. La teoría del caos y las ciencias sociales. Elogio de la fecundidad del movimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Baldwin-Edwards, M. (2007): La inmigración ilegal en el Mediterráneo. En: Soler i Lecha, E.; Mestres, L. (coord.): *V Seminario Internacional sobre Seguridad y Defensa en el Mediterráneo: La seguridad multidimensional*, (pp. 117-127). Fundación CIDOB. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.cidob.org/es/publicaciones/libros/monografias/v_seminario_internacional_seguridad_y_defensa_en_el_mediterraneo> [Con acceso el 11 de enero de 2010].
- Balguendouz, A. (2002). Marruecos ¿socio o guardián de Europa en África? En: *Procesos migratorios, economía y personas*. Almería: Cajamar.
- Balibar, É. & Wallerstein, I. (1991). Raza, nación y clase. Madrid: Iepala. Tít. original: *Nation, race, classe. Les identités ambiguës*. París: Éditions La découverte.
- Balibar, É. (2005) *Violencias, identidades y civilidad. Para una cultura política global*. Barcelona: Gedisa. Edición original: 1997. Trad.: Luciano Padilla, Patricia Wilson, Catherine Davide, Jean François Chevrier, Nadia Tazi, Étienne Balibar.
- Balra Cortes, A. (1973). *Teoría Económica*. Santiago de Chile: Editorial Andrés Bello.
- Bañón Hernández, A. M. & Fornieles Alcaraz, J. (eds.). (2008). *Manual sobre comunicación e inmigración* (p. 564). San Sebastián: Tercera Prensa.
- Bañón Hernández, A. M. (2002). *Discurso e inmigración. Propuestas para el análisis de un debate social*. Universidad de Murcia.
- Bañón Hernández, A. M. (2003). Nuevas reflexiones sobre la representación periodística de los inmigrantes. En: Contreras, F.; González, R. y Sierra, F. (coords.), *Comunicación, cultura y migración*, (pp. 55-73). Sevilla: Junta de Andalucía.
- Bañón, A. M.; y Fornieles, J. (eds.). (2008). *Manual sobre comunicación e inmigración*. San Sebastián: Tercera prensa.
- Barker, C. (2003). *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona: Paidós. Tít. original:

- Television, Globalization and Cultural Identities. Buckingham, Philadelphia: Open University Press, (1999). Trad.: Bernardo Moreno Carrillo.
- Barker, P. (comp.). (2000). *Vivir como iguales. Apología de la justicia social*. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A. Tít. original: Living as Equals. Oxford University Press. (1996). Trad.: J. Francisco, Álvarez Álvarez.
- Barreto, M. (2001). Ciudadanía, globalización y migraciones. [Documento en línea] *Equipo NAYa, Ciudad Virtual de Antropología y Arqueología, Buenos Aires*. Disponible en: <<http://www.naya.org.ar/articulos/global01.htm> > [Con acceso el 11 de enero de 2010].
- Barros, L.; Lahlou, M.; Escoffier, C.; Pumares, P.; Ruspini, P. (2002). *La inmigración irregular subsahariana a través y hacia Marruecos*. Ginebra: ILO (Oficina Internacional del Trabajo)
- Barros, L. (2002). Evolución política de la Unión Europea y medidas de cooperación con Marruecos en materia de lucha contra la inmigración irregular. En: Barros, L.; Lahlou, M.; Escoffier, C.; Pumares, P.; Ruspini, P., (2002) *La inmigración irregular subsahariana a través y hacia Marruecos*. Ginebra: (ILO) Oficina Internacional del Trabajo.
- Barth, F. (comp.). (1976). *Los grupos étnicos y sus fronteras*. México: Fondo de Cultura Económica. Tít. Original: Ethnic Groups and Boundaries (The Social Organization of Culture Difference). Oslo, Noruega: Universitetsforlaget (1969). Trad.: Sergio Lugo Rendón.
- Barthes, R. (2000). *Mitologías*. Madrid: Siglo XXI de España Editores. Madrid. Edición original 1957. Trad.: Héctor Schmucler
- Bartolomé, M.A. (2006). *Procesos interculturales. Antropología política del pluralismo cultural en América Latina*. México: Siglo XXI Editores.
- Baudrillard, J. (1969). *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI Editores. Tít. original: Le Système des objets. París: Éditions Gallimard. (1968). Trad.: Francisco González Aramburu.
- Baudrillard, J. (1998). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- Baudrillard, J. (2000). *Pantalla total*. Barcelona: Anagrama.
- Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI Editores. Tít. original: La société de consommation. Ses mythes, ses structures. París: Éditions Denoël. 1970. Trad.: Alcira Bixio.
- Baudrillard, J. (1988). *El otro por sí mismo*. Anagrama. Barcelona. Tít. original: L'autre par lui-même (Habilitation). Éditions Galilée. París, 1987. Trad.: Joaquín Jordá.
- Bauman Z. (2006b). *Europa. Una aventura inacabada*. Madrid: Editorial Losada. Tít. original: Europe. An Unfinished Adventure. Cambridge: Polity Press Ltd. Trad.: Luis Álvarez.
- Bauman, Z. (1992). *Libertad*. Madrid: Alianza Editorial. Trad.: Adriana Sandoval. Revisión: Jesús Alborés Rey. Edición original 1988.
- Bauman, Z. (2000). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona: Gedisa. Tít. original: Work, Consumerism and the New Poor. Buckingham: Open University Press, (1998). Trad.: Victoria de los Ángeles Boschiroli.

- Bauman, Z. (2003a). *Comunidad. En busca de seguridad en un mundo hostil*. Madrid: Siglo XXI de España Editores. Tít. original: *Community. Seeking Safety in an Insecure World*. Oxford y Cambridge: Polity Press y Blackwell. (2001).
- Bauman, Z. (2003b). De peregrino a turista, o una breve historia de la identidad. En: Hall, Stuart, y Du Gay, Paul (comps.). (2003). *Cuestiones de identidad cultural*, (pp. 40-68). Buenos Aires: Amorrortu. Tít. original: *Questions of Cultural Identity 1996*, Trad.: de Horacio Pons.
- Bauman, Z. (2004). *Sociedad sitiada*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. Tít. original: *Society under siege*. Cambridge: Polity Press, y Oxford: Blackwell Publishers Ltd. (2002).
- Bauman, Z. (2005a). *Modernidad y ambivalencia*. Barcelona: Anthropos. Tít. original: *Modernity and ambivalence*. 1991. Oxford y Cambridge: Polity Press. Trad.: Enrique y Maya Aguiluz Ibarguen.
- Bauman, Z. (2005b) *Vidas desperdiciadas. La modernidad y sus parias*. Buenos Aires: Paidós. Tít. original: *Wasted Lives*. Cambridge: Polity Press, en asociación con Oxford: Blackwell Publishing Ltd. (2004). Trad.: Pablo Hermida Lezcano
- Bauman, Z. (2005c). *Identidad. Conversaciones con Benedetto Vecchi*. Buenos Aires: Losada. Tít. original: *Identity*. Cambridge: Polity Press Ltd. Trad.: Daniel Sarasola
- Bauman, Z. (2006). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. Tít. original: *Liquid Modernity*. Oxford y Cambridge: Polity Press and Blackwell Publisher Ltd. Trad.: Mirta Rosenberg.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica. Tít. original: *Consuming Life*. Trad.: Mirta Rosenberg y Jaime Arrambide.
- Bauman, Z. (1999). *La globalización: consecuencias humanas*, Buenos Aires: FCE.
- Beck, U. (2002a). *La sociedad del riesgo global*. Madrid: Siglo XXI de España Editores. Tít. original: *World Risk Society*. (1999). Cambridge: Polity Press, en asociación con Oxford: Blackwell Publishing Ltd. (2004). Ltd. Trad.: Jesús Alborés Rey
- Beck, U. (2002b). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A. Tít. original: *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Francfort del Meno: Suhrkamp. (1986). Trad.: Jorge Navarro (caps. I, II [3, 4, 5], III y IV); Daniel Jiménez (cap. II [1 y 2]); M^a Rosa Borrás (caps. V-VIII).
- Beck, U. (2004a). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós. Tít. original: *Was is Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung*. 1997. Trad.: Bernardo Moreno y María Rosa Borrás.
- Beck, U. (2004b) *Poder y contrapoder en la era global: la nueva economía política mundial*. Barcelona: Paidós. Tit. original: *Macht und Gegenmacht*. Francfort del Meno: Suhrkamp Verlag (2002). Trad.: R.S. Carbó.
- Beck, U. (2000). *Un nuevo mundo feliz. La precariedad del trabajo en la era de la globalización*. Paidós. Barcelona. Tit. original *Schöne neue Arbeitswelt*. 1999. Fráncfort del Meno: Campus Verlag. Trad.: Bernardo Moreno Carrillo.

- Belguendouz, A. (2002) Marruecos ¿Socio o guardián de Europa en El Mediterráneo? En Pimentel Siles, Manuel, Coordinador (2002). *Procesos migratorios, economía y personas* Almería: Cajamar.
- Benhabib, S. (2006). *Las reivindicaciones de la cultura: igualdad y diversidad en la era global*. Buenos Aires: Katz. Tít. original: *The Claims of Culture. The Quality and Diversity in the Global Era*. Princeton University Press. (2002). Trad.: Alejandra Vassallo.
- Benhabib, S. (2006a). *El Ser y el Otro en la ética contemporánea. Feminismo, comunitarismo y posmodernismo*. Barcelona: Gedisa. Tít. original: *Situating the Self*. 1992. Polity Press in association with Blackwell Publishers Ltd. Trad. Gabriel Zadunaisky.
- Benítez Eyzaguirre, L. (2005). *El impacto de la inmigración de patera en las políticas migratorias españolas*. [Ponencia]. Une journée de réflexion sur le thème: Immigration et développement. Faculté des Sciences Juridiques, Économiques et Sociales de Tanger, Université Abdelmalek Essaâdi, 6 de julio de 2005.
- Benítez Eyzaguirre, L. (2008). Comunicación y migración. El caso de Ecuador. En: Capellán de Miguel, Gonzalo; Pérez Serrano, Julio (eds.). *Sociedad de masas, medios de comunicación y opinión pública*. Vol. 2, (pp. 181-211). Logroño: Instituto de Estudios Riojanos.
- Bergalli, R. (coord.) (2006). *Flujos migratorios y su (des)control. Puntos de vista pluridisciplinarios*. Anthropos: Barcelona.
- Berganza Conde, R. M. (2000). *Comunicación, opinión pública y prensa en la sociología de Robert E. Park*. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid: Siglo XXI.
- Berger, P.L. & Luckmann, T. (2001). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores. Trad.: Silvia Zuleta.
- Beriain, J. (2003). *El imaginario social moderno: politeísmo y modernidades múltiples*. Pamplona: Universidad de Navarra. Textos libres.
- Beriain, J. (2005). La construcción social de la dis-continuidad histórica. En: Valencia García, Guadalupe; y Olivera Córdova, M^a Elena (coords.), *Tiempo y espacio: miradas múltiples*. México: CEIICH – UNAM – Plaza y Valdés.
- Beriain, J. (Comp.). (1996). *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Modernidad, contingencia y riesgo. Barcelona: Anthropos.
- Bericat Alastuey, E. (1994). Sociología de la movilidad espacial. El sedentarismo nómada. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Monografías núm. 140.
- Bernaldo de Quirós, L. (2004) *La inmigración a debate: el problema es el Estado*. I Foro Atlántico "Europa-América: Los Desafíos del Siglo XXI", 30 de junio de 2004 en Madrid.
- Bernat i Martí, J.; y Gimeno, C. (eds.). (2006). *Migración e interculturalidad: de lo global a lo local*. Castellón de la Plana: Universidad Jaime I.
- Berriane, M. (2004) Los focos migratorios marroquíes y la emigración hacia España. En López García, B. y Berriane, M. (dir.), 2004. *Atlas de la inmigración magrebí en España. Atlas 2004*, Dirección General de Migraciones/UAM, Madrid 2004

- Berriane, M. (2004). Las regiones tradicionales de la emigración marroquí. En López García, B. y Berriane, M. (dirs.): *2004 UAM-Observatorio Permanente de la Inmigración*. Madrid.
- Bertalanffy Von, L. (1989). *Teoría general de los sistemas: fundamentos, desarrollo, aplicaciones*. México: Fondo de Cultura Económica. Edición original: 1976.
- Bhabha K., H. (2002). *El lugar de la cultura*. Buenos Aires: Manantial. Tít. original: The location of culture. Londres: Routledge. (1994). Trad.: César Aira.
- Bisbal, M. (2001). De cultura, comunicación y consumo cultural. Una misma perspectiva de análisis. *ZER*, núm. 10, junio 2001. Bilbao: UPV.
- Blanco, C. (ed.). (2006) *Migraciones. Nuevas moviidades en un mundo en movimiento*. Barcelona: Anthropos,
- Bourdieu, P. (2000) Las formas del capital. Capital económico, capital cultural y capital social. En: Bourdieu, P. (coord.), *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Bourdieu, P. (1992). *La dominación masculina*. [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/LADOMINACIONMASCULINA-BOURDIEU.pdf>> [Con acceso el 20 de mayo de 2010].
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI editores. Tit. original: Le sens pratique. Paris: Les éditions de Minuit.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Anagrama. Barcelona.
- Bringas López, A.M. (2000). Colonialismo y patriarcado en la literatura de autoras anglófonas de África y el Caribe. En: Suárez Briones, B.; Martín Lucas, M. B.; Fariñas Busto, M. J. (eds.). (2000). *Escribir en femenino. Poéticas y políticas*, (pp. 141-162). Barcelona: Icaria.
- Briones Martínez, I. M. (2009). El uso del velo islámico en Europa. Un conflicto de libertad religiosa y de conciencia: Especial referencia a Francia, Alemania, Reino Unido, España e Italia. *Anuario de Derechos Humanos. Nueva Época. Vol. 10*. 2009, (pp. 17-82).
- Cabrera, D. H. (2006a). *Lo tecnológico y lo imaginario. Nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Biblos.
- Cabrera, D. H. (2006). *Imaginario social, comunicación e identidad colectiva*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/143_cabrera.pdf> [Con acceso el 12 de enero de 2010].
- Cabrera, M. A. (2001). *Historia, lenguaje y teoría de la sociedad*. Madrid: Cátedra.
- Callejo, J. (2002). Observación, entrevista y grupo de discusión: el silencio de tres prácticas de investigación. *Revista española de Salud Pública*, 2002, número 5, Septiembre-octubre 2002, (pp. 409-422).
- Callejo, J. (2001a). *Investigar las audiencias. Un análisis cualitativo*. Barcelona: Paidós.
- Callejo, J. (2001b). *El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación*. Barcelona: Ariel.

- Campa, R. (2000). Latinoamérica y sus nuevos cartógrafos: Discurso poscolonial, diásporas y enunciación fronteriza. En: Mojica, S. de (comp.), *Culturas híbridas – No simultaneidad – Modernidad periférica. Mapas culturales para la América Latina* (pp. 23-40). Berlín: Wissenschaftlicher Verlag Berlin.
- Campo Ladero, M. J. (2004). *Opiniones y actitudes de los españoles ante el fenómeno de la inmigración*. Madrid: CIS.
- Canales, A. I. & Montiel Armas, I. (2004). *Migración, transnacionalismo y postmodernidad. Claves para el entendimiento de la inmigración en Estados Unidos*. [Documento en línea]. Disponible en: <<http://www.critical-sociology.org/A.%20CANALES%20PRELIMINAR.doc>> [Con acceso el 12 de enero de 2010]
- Capra, F. (2003). *Las conexiones ocultas. Implicaciones sociales, medioambientales, económicas y biológicas de una nueva visión del mundo*. Barcelona: Anagrama. Edición original: *The Hidden Connections* (2002). Nueva York: Doubleday.
- Cardoso de Oliveira, R. (2000). Fronteras, naciones e identidades. Comentarios. En: Grimson, Alejandro (comp.). *Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro*. Ediciones La Crujía. Buenos Aires.
- Carmona Benito, S. (2007). *Ellas salen, nosotras salimos. De la situación de la mujer marroquí y su sexualidad a la prostitución en las calles de Casablanca*. Barcelona: Icaria.
- Carrasco, C. (1999). *Mercados de trabajo: los inmigrantes económicos*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Carrera Suárez, I. (2005). *Feminismo y postcolonialismo: estrategias de subversión*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://webs.uvigo.es/pmayobre/master/textos/belen_martin/feminismo_postcolonialismo.DOC> [Con acceso el 12 de enero de 2010].
- Carretero Pasín, A.E. (2006). La persistencia del mito y de lo imaginario en la cultura contemporánea. *Política y Sociedad*, Vol. 43, Núm. 2, (pp. 107-126).
- Carrizo, L, Espina Prieto, M. & Klein, J. T. (2004). Transdisciplinariedad y Complejidad en el Análisis Social. *Gestión de las Transformaciones Sociales MOST, Documento de debate núm. 70s*. UNESCO.
- Cassián, N., Escobar, M.G., Espinosa, R., García, R., Holzknecht, M. y Jiménez, C. (2006). Imaginario Social: Una aproximación desde la obra de Michel Maffesoli. *Athenea Digital*, núm. 9, primavera 2006. [Documento en línea]. Disponible en: <<http://ddd.uab.cat/pub/athdig/15788946n9a11.pdf>> [Con acceso el 12 de enero de 2010].
- Castaño, M. J., Eguren, J., Fernández, M., Iglesias, J. (2008). Marruecos. En: Fernández, M.; Giménez, C.; y Puerto, L. M. (eds.) (2008), *La construcción del codesarrollo* (pp. 145-216). Madrid: Libros de la Catarata.
- Castelló, E. (2008). *Identidades mediáticas/Media identities. Introducción a las teorías, métodos y casos*. UOC Press: Barcelona

- Castells, M. (1979). *La cuestión urbana*. Madrid: Siglo XXI Editores. Primera edición en francés, 1972. París: Ed. François Maspero.
- Castells, M. (1997). *La era de la información, vol. 2.: Economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (1997). La sociedad red. En: Castells, M., *La era de la información, Economía, sociedad y cultura, volumen 1*. Madrid: Alianza Editorial. Tít. original: The Information Age: Economy, Society and Culture. Volume I. The Rise of the Networking Society. Cambridge, Massachusetts: Blackwell (1996).
- Castells, M. (2005): Internet y la Sociedad Red. En: De Moraes, D. (Coord.) *Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder* (pp. 203-228). Barcelona: Intermón Oxfam. Tít. original: Por uma outra comunicação. 2003. São Cristóvão, Rio de Janeiro: Editora Record. Trad.: Pere Comellas Casanova.
- Castells, M. (2005b). Globalización e identidad. *Quaderns de la Mediterrània = Cuadernos del Mediterráneo, Núm. 5*, (pp. 11-20). Barcelona: IEmed.
- Castells, M. (2007). Innovación, libertad y poder en la era de la información. En De Moraes, D. (coord.). (2007). *Sociedad mediatizada* (pp. 175-182). Barcelona: Gedisa
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial. Trad. María Hernández Díaz.
- Castián Maestro, J. I. (2001). Procesos ideológicos entre los inmigrantes marroquíes en la Comunidad de Madrid. Memoria para optar al grado de Doctor. Universidad Complutense de Madrid.
- Castián Maestro, J. I. (2003). Identidad cultural e integración social en las sociedades del Magreb. Algunas reflexiones. *Papeles ocasionales, núm. 3*, Uned. [Documento en línea] Disponible en: <http://portal.uned.es/pls/portal/docs/PAGE/UNED_MAIN/LAUNIVERSIDAD/VICERRECTORADOS/INVESTIGACION/INSTITUTO%20UNIVERSITARIO%20DE%20INVESTIGACION/FUENTES%20ORALES%20Y%20GRAFICAS/SFOG%20PUBLICACIONES/PO3B.PDF> [Con acceso el 13 de enero de 2010]
- Castillo, M. A., Lattes, A. & Santibáñez, J. (coord.). (2000). *Migración y fronteras*. Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte.
- Castles, S. (1998). Globalización y migración: algunas contradicciones urgentes. *Revista Internacional de Ciencias Sociales, 156*. [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.unesco.org/issj/rics156/castlesigcspa.html>> [Con acceso el 12 de enero de 2010].
- Castles, S. (2004). Globalización e inmigración. En: Aubarell, G.; y Zapata-Barrero, R. (eds.). (2004). *Inmigración y procesos de cambio. Europa y el Mediterráneo en el contexto global*. Barcelona: Icaria editorial. (pp. 33-55).
- Castles, S. (2010). Comprendiendo la migración global: una perspectiva desde la transformación social. *Relaciones internacionales: Revista académica cuatrimestral de publicación electrónica*. Ejemplar dedicado a: Movimientos migratorios en el mundo: lecturas alternativas y complementarias a los enfoques de seguridad y desarrollo. Pp. 141-169. [Documento en línea]. Disponible en:

- <http://www.relacionesinternacionales.info/ojs/index.php?journal=Relaciones_Internacionales&page=article&op=view&path%5B%5D=219> [Con acceso el 14 de enero de 2010].
- Castoriadis, C. (1986). El campo de lo social histórico. *Primavera*. 1986. [Documento en línea]. Disponible en: <<http://ddd.uab.cat/pub/athdig/15788946n9a11.pdf>> [Con acceso el 14 de enero de 2010]
- Castoriadis, C. (1987). Transformación social y creación cultural. *Vuelta*, núm. 127, Junio de 1987 (pp. 12-19). México DF.
- Castoriadis, C. (1988). Poder, Política y Autonomía. *Ensayo y Error, revista de educación y ciencias sociales, Vol. 1, No. 1*, (pp. 6-21). Caracas: Universidad Simón Rodríguez.
- Castoriadis, C. (1997). El imaginario social instituyente. *Cornelius Castoriadis Agora International Website* [Documento en línea]. Disponible en: <<http://www.agorainternational.org/es/spanishworks.html>> [Con acceso el 14 de enero de 2010].
- Castoriadis, C. (1998). *El ascenso de la insignificancia*. Madrid: Ediciones Cátedra. Tít. original: La montée de la insignificance. París: Éditions du Seuil (1996)
- Castoriadis, C. (1999). *Figuras de lo pensable*. Madrid: Ediciones Cátedra. Tít. original: Figures du pensable. París: Éditions du Seuil. Trad.: Vicente Gómez.
- Castro-Gómez, S. & Mendieta, E. (1998). Introducción: La translocalización discursiva de "Latinoamérica" en tiempos de la globalización. En: Castro-Gómez, S.; Mendieta, E. (1998). *Teorías sin disciplina (latinoamericanismo, poscolonialidad y globalización en debate)*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Castro-Gómez, S. & Mendieta, E. (coords.). (1998). *Teorías sin disciplina. Latinoamericanismo, poscolonialidad y globalización en debate*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Cea D'Ancona, M. Á. y Vallés Martínez, M. S. (2009). *Evolución del racismo y la xenofobia en España [Informe 2009]*. Madrid: Ministerio de Trabajo e Inmigración.
- Ceberio, M. R. (2008). El círculo y las preguntas. En: Ceberio, M. R, col. Watzlawick, P, *Ficciones de la Realidad. Realidades de la ficción. Estrategias de la comunicación humana*, (pp. 173-196). Barcelona: Paidós.
- Ceberio, M. R.; y Watzlawick, P. (2008). Cambiando marcos semánticos. En: Ceberio, M. R., col. Watzlawick, P, *Ficciones de la Realidad. Realidades de la ficción. Estrategias de la comunicación humana*, (pp. 123-138). Barcelona: Paidós.
- Ceberio, M. R, col. Watzlawick, P. (2008) *Ficciones de la Realidad. Realidades de la ficción. Estrategias de la comunicación humana*. Barcelona: Paidós.
- Cebrián, J. A., Bodega, M. I. & Martín, M.A. (2007). Remesas y desarrollo. *Estudios Geográficos. Enero-Junio 2007*. Madrid: Instituto de Economía y Geografía del Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Cerbino, M. (dir.). (2006). *Observatorio de análisis del discurso de medios de comunicación sobre emigración*. Quito: Flacso.

- CIDOB (2001): Migraciones en Marruecos. *Anuario Internacional CIDOB 2001: "Claves para interpretar la Política Exterior Española y las Relaciones Internacionales en 2001"*. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.cidob.org/es/publicaciones/anuarios/anuario_internacional_cidob/anuario_internacional_cidob_2001_edicion_2002> [Con acceso el 11 de enero de 2010]. (pp. 519-527).
- Clifford, J. (1995). Las culturas del viaje. *Revista de Occidente*, Núm. 170-171, 1995, (pp. 45-74).
- Cogo, D. y Lorite, N. (2004). Incurções metodológicas para o estudo da recepção midiática: o caso das migrações contemporâneas desde as perspectivas europeia e latino-americana. *Ciberlegenda*, número 14. 2004. [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.uff.br/mestcii/denise2.htm>> [Con acceso el 29 de abril de 2008].
- Cogo, D., Gutiérrez, M. & Huertas, A. (coords.) (2008). *Migraciones transnacionales y medios de comunicación: relatos desde Barcelona y Porto Alegre*. Madrid: Catarata.
- Cogo, D., Losa, S. & Wulfhorst, C. (2008). Migraciones en los medios de comunicación: Percepciones y propuestas sobre la ciudadanía de los migrantes. En: Cogo, D.; Gutiérrez, M.; Huertas, A. (coords.) (2008). *Migraciones transnacionales y medios de comunicación: relatos desde Barcelona y Porto Alegre*. Madrid: Catarata.
- Colectivo IOÉ (1998): *Inmigración y trabajo. Trabajadores inmigrantes en el sector de la construcción*. Madrid. IMSERSO.
- Colectivo IOÉ: Actis, W.; Pereda, C.; Prada, M.A. de la. (1995). *Presencia del Sur. Marroquíes en Cataluña*. Madrid: Fundamentos.
- Coles, T.; Duvall, D.T.; y Hall, M. (2005). Sobre el turismo y la movilidad en tiempos de movimiento y conjetura posdisciplinar. *Política y Sociedad*, 2005, Vol. 42 Núm. 2. (pp. 181-198).
- Collins, R. (2009) Cadenas de rituales de interacción. Barcelona: Anthropos editorial. Tít. original: *Interaction Ritual Chains*. 2005. Princenton University Press. Traducción Juan Manuel Iranzo.
- Conoscenti, M. (2007). Fomento del diálogo intercultural: hacia un análisis del discurso multimodal de las televisiones por satélite en el área mediterránea. *Quaderns de la Mediterrània / Cuadernos del Mediterráneo*. Año 2007, núm. 8. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.iemed.org/publicacions/quaderns/8/q8_223.pdf> [Con acceso el 25 de agosto de 2008].
- Contreras Baspineiro, A. (2000). Comunicación-desarrollo para "otro occidente". *Razón y palabra. Primera revista electrónica de América Latina especializada en comunicación*. Mayo julio 2000, núm. 18. [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n18/18acontreras.html>> [Con acceso el 29 de abril de 2008].
- Contreras, F. R. (2003). Pensando la migración humana: desde la bioperspectiva del sujeto de Edgar Morin al imperativo de la vida y la heurística del miedo de Hans Jonas. En: Contreras, F.; González, R. y Sierra, F. (coords.). *Comunicación, cultura y migración*, (pp. 75-100). Sevilla: Junta de Andalucía.

- Contreras, F. R.; González Galiana, R. & Sierra, F. (coords.). (2003): *Comunicación, cultura y migración*. Sevilla: Junta de Andalucía.
- Corominas, M. (2001). Los estudios de recepción. *Portal de la comunicación, 2001*. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.portalcomunicacion.com/ESP/pdf/aab_lec/4.pdf> [Con acceso el 10 de noviembre de 2009].
- Corrales Jonquera, O. (2005). Publicidad, consumo y gobierno de la subjetividad. *Comunicación y Medios, núm. 16. Año 15*. Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile.
- Cortellezzi, M. (2003). Movilidad y representaciones mentales. *Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers ALHIM, 6, 2003*. [Documento en línea]. Disponible en: <<http://alhim.revues.org/index748.html>> [Con acceso el 10 de noviembre de 2009].
- Cortés García, F. J. (2002). Demografía, población, mercado de trabajo y estado de bienestar. En: *Procesos migratorios, economía y personas*. Almería: Cajamar.
- Cortina, A. (1997). *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid: Alianza Editorial.
- Curran, J. (1998). Nuevo revisionismo en los estudios de comunicación: una reevaluación. En: Curran, J.; Morley, D.; y Walkerdine, V. (1998), *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo* (pp. 383-415). Barcelona: Paidós. Tit. Original: *Cultural Studies and Communications*. Londres: Hodder Headline Group (1996). Trad.: Esther Poblete y Jordi Palou.
- Curran, J.; Morley, D.; y Walkerdine, V. (1998). *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Barcelona: Paidós. Tit. Original: *Cultural Studies and Communications*. Londres: Hodder Headline Group (1996). Trad.: Esther Poblete y Jordi Palou.
- Chattou, Z. (1998). *Migrations marocains en Europe. Le paradoxe des itinéraires*. Paris: L'Harmattan, 1998.
- Chauradeau, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- Chavero, H.; García Muñoz, N. (2005). Los hábitos del consumo televisivo de una comunidad extranjera: el caso de estudiantes latinoamericanos en Barcelona. *Zer, 19* (pp. 191-204). Bilbao: UPV/EHU, [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.campusred.net/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=1&rev=64>> [Con acceso el 11 de enero de 2010].
- Checa Olmos, Francisco (ed.). (2005). *Mujeres en el camino. El fenómeno de la migración femenina en España*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Checa, F. (2002) *Las migraciones a debate*. Barcelona: Icaria editorial.
- Checa, F. (2002b). España y sus inmigrados. Imágenes y estereotipos de la exclusión social. En: *III Congreso sobre la inmigración en España, contextos y alternativas*. Granada: Laboratorio de Estudios Interculturales.

- Checa, F. (ed.) (2008). *La inmigración sale a la calle. Comunicación y discursos políticos sobre el fenómeno migratorio*. Barcelona: Icaria.
- Checa, F. y Soriano, E. (eds.) (1999). *Inmigrantes entre nosotros: trabajo, cultura y educación intercultural*. Barcelona: Icaria editorial.
- Chindemi, J. V. (2000). ¿Ciudadanos o extranjeros? Espacio fronterizo y soberanía territorial en el corredor internacional de Río Grande del Sur (1923-1935). En: Grimson, Alejandro (comp.), *Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Chomsky, N.; García-Albea, J. E.; Catalá, N.; y Díez de la Calzada, J. (2002). *Los límites de la globalización*. Barcelona: Ariel.
- Chomsky, N.; Foucault, M.; y Elders, F. (2006). *La naturaleza humana: justicia versus poder. Un debate*. Trad.: Leonel Livchits. Buenos Aires: Katz. Edición original: 1974.
- Chomsky, N.; Ramonet, I. (1996). *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria.
- Damasio, A. (2008). *El error de Descartes. La emoción, la razón y el cerebro humano*. Barcelona: Crítica. Tit. original: Descartes's Error. Emotion. Reason and the Human Brain. Nueva York: A. Grassel/Putman Book (1994). Trad.: Joandomènec Ros.
- Dávila Legerén, A. (2008). ¿Aquí, allí o en lontananza? Desplazamientos migratorios. Algunas consideraciones epistemológicas. En Santamaría, E. (ed.). (2008), *Retos epistemológicos de las migraciones transnacionales*, (pp. 31-54). Barcelona: Anthropos.
- De Haas, H. (2006): Sistemas migratorios en el norte de África: evolución, transformaciones y vínculos con el desarrollo. *Migración y Desarrollo 2006, segundo semestre*, (pp. 63-92).
- De Haas, H. (2009): Morocco. Country Profile. *Focus Migration*, núm. 16. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.focus-migration.de/uploads/tx_wilpubdb/CP_16_Morocco.pdf> [Con acceso el 11 de enero de 2010].
- De Prada, M. A., Actis, W. y Pereda, C. (2002). ¿Cómo abordar el estudio de las migraciones? Propuesta teórico-metodológica. En: Checa, F. (2002), *Las migraciones a debate*. Barcelona: Icaria.
- Debord, G. (2003). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos. Tít. original: La société du spectacle. París: Éditions Gallimard. (1996). Trad.: José Luis Pardo.
- Del Valle, C.; Browne, R.; Nitrihual, L.; Mayorga, J.; y Silva V. (eds.) (2008). *Contrapuntos y entrelíneas sobre cultura, comunicación y discurso*. Temuco (Chile): Ediciones Universidad de la Frontera.
- Del Valle, C. (2006). *Comunicación Participativa, Estado-nación y democracia. Discurso, tecnología y poder* (pp. 169-179). Temuco: Ediciones Universidad de La Frontera; y en Del Valle, C., (2005), *Comunicación para la Participación: Discursos, Estructura de Medios y Acceso en las "Experiencias Participativas" (Gubernamentales y No Gubernamentales) de Chile*, Tesis Doctoral, Departamento de Periodismo I, Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla, Sevilla, España.
- Delanty, G. (2008) La imaginación cosmopolita. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, núm. 82-83,

- septiembre 2008, dedicado a Fronteras: transitoriedad y dinámicas interculturales, (pp. 35-49). Fundació CIDOB [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.cidob.org/es/content/download/7648/78582/file/delanty_82-83.pdf> [Con acceso el 21 de septiembre de 2010]
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1995). *El antiedipo. Capitalismo y esquizofrenia*. Barcelona: Paidós. Edición original: *Capitalisme et Schizophrénie I. L'Anti-Œdipe*. París: Minuit (1972).
- Deleuze, G. (2002). Diferencia y repetición. Buenos Aires: Amorrortu. Tit. original: *Différence et répétition*. Paris: Presses universitaires de France, (1968). Trad.: María Silvia Delpy y Hugo Beccacece.
- Delgado Wise, R.; y Márquez Covarrubias, H. (2007). Teoría y práctica de la relación dialéctica entre desarrollo y migración. *Migración y desarrollo, segundo semestre, núm. 9*, (pp. 5-25). Red internacional de migración y desarrollo. Zacatecas: Latinoamericanistas.
- Derrida, J. (2005). *De la gramatología*. Madrid: Siglo XXI editores. Tit. original: *De la gramatología*. 1967. Les éditions du minuit.
- Díaz Nosty, B. (2007). *Los medios de comunicación en la experiencia migratoria latinoamericana*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Díaz, J. A. (2003). Identidades sociales en la sociedad global fragmentada. En: Tezanos, J. F.; Tortosa, J.M.; y Alaminos, A. (eds.). (2003). *Tendencias en desvertebración social y en políticas de solidaridad. Sexto foro sobre tendencias sociales*. Madrid: Editorial Sistema.
- Dibie, J.N. (2004) *La televisión: puente virtual sobre el Mediterráneo entre los pueblos y las culturas*. Barcelona: Icaria Editorial. Tit. original: *La télévision: pont culturel sur la Méditerranée entre les peuples et les cultures*.
- Dietz, G. (2003). Introducción. En: Pérez Galán, Beatriz; Dietz, Gunther (eds.), (2003), *Globalización, resistencia y negociación en América Latina*, (pp. 9-40). Madrid: Libros de la Catarata.
- Díez Nicolás, J. y Ramírez Lafita, M. J. (2001). *La voz de los inmigrantes*. Madrid: IMSERSO.
- Djankov, S.; Shleifer, A.; Nenova, T.; y Mcliesh, C. (2002). Who Owns the Media? *Journal of Law and Economics, vol. XLVI, October 2003* (pp. 341-381). Banco Mundial.
- Domingo, A. y Recaño, J. (2005). Factores sociodemográficos y territoriales de la inmigración irregular en España. *Papers de demografia, núm. 268, 2005*.
- Dorfman, A & Mattelart, A. (1979). *Para leer al Pato Donald*. México: Siglo XXI.
- Douglas, M. & Isherwood, B. (1996). *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption: with a New Introduction*. London, New York: Routledge.
- Dubar, C. (2000). *La crisis de las identidades. La interpretación de una mutación*. Barcelona: Edicions Bellaterra. Trad.: José Miguel Marcén.
- Duesenberry, J. S. (1967). *La renta, el ahorro y la teoría del comportamiento de los consumidores*. Madrid: Alianza Editorial. Trad.: Julio Cerón Ayuso; revisada por José Vergara.
- Edelman, G. M. & Tononi, G. (2002). *El universo de la conciencia. Cómo la materia se convierte en*

- imaginación*. Barcelona: Crítica. Edición original: A universe of consciousness. How matter becomes imagination. (2000). Trad.: Joan Lluís Riera.
- Eguren, J. (2004). De Marruecos a España: la comunidad transnacional rifeña. *Migración y desarrollo*, abril 2004, (pp. 49-61).
- El Mouden, M. (2009). Los medios de comunicación islámicos en Marruecos. En: Majdoubi, El H.; y Díaz Nosty, B. (eds.), (2009), *El largo estrecho. Le large Detroit*. Barcelona: Icaria Editorial. Trad. del francés: Bianca Rutherford, El Houssine Majdoubi y Rachid Barhoune.
- Elster, J. (1984). Marxismo, funcionalismo y teoría de juegos: alegato en favor del individualismo metodológico. *Zona abierta*, Núm. 33, 1984, (pp. 21-62).
- Elzo, J. (2007). Introducción. En: Ruiz Olabuénaga, J. I. (2007). *La movilidad en la sociedad española. Nomadismo y €topía*. Madrid: Academia Europea de Ciencias y Artes.
- Enzensberger, H. M. (1992). *La gran migración. Treinta y tres acotaciones*. Barcelona: Anagrama.
- Escobar, A. (1998). *La invención del Tercer Mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Santa Fe de Bogotá: Editorial Norma.
- Escobar, A. (1999). *El final del salvaje. Naturaleza, cultura y política en la antropología contemporánea*. Santa Fe de Bogotá: CEREC.
- Escobar, A. (2005). *Más allá del Tercer Mundo. Globalización y diferencia*. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia.
- Espina Prieto, M. (2004). Complejidad y pensamiento social. En: Carrizo, Luis; Espina Prieto, Mayra; Klein, Julie T. (2004). *Transdisciplinariedad y Complejidad en el Análisis Social. Gestión de las Transformaciones Sociales (MOST). Documento de debate – no. 70. UNESCO, 2004*, (pp. 9-28).
- Esteinou, J. (2004). El rescate del Informe Mc Bride y la construcción de un nuevo orden mundial de la información. En *Razón y Palabra*, núm. 39. [Documento en línea] <<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiguos/n39/jesteinou.html>> [Con acceso el 11 de enero de 2010].
- Ewen, S. (1976). *Captains of Consciousness: Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture*. New York: McGraw-Hill.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis*, (pp. 1-20). London and New York: Longman.
- Faist, T. (2005). Espacio transnacional y desarrollo: una exploración de la relación entre comunidad, Estado y mercado. *Migración y desarrollo*, segundo semestre 2005, (pp. 2-34). Red internacional de migración y desarrollo. Zacatecas, México.
- Fawcett, J. (1989). Networks, Linkages, and Migration Systems. En: *International Migration Review*, Vol. 23, Núm. 2, (pp. 671-680).
- Featherstone, M. (1991). *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Fernández, M., Giménez, C. y Puerto, L. M. (eds.). (2008). *La construcción del codesarrollo*. Madrid: Libros de la Catarata.

- Fernández-Fígares Romero de la Cruz, M. D. (2003). *La colonización del imaginario. Imágenes de África*. Granada: Universidad de Granada y Centro de investigaciones etnológicas Ángel Ganivet, Diputación de Granada.
- Ferrer Gallardo, X. (2008). Acrobacias fronterizas en Ceuta y Melilla: Explorando la gestión de los perímetros terrestres de la Unión Europea en el continente africano. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 51, (pp. 129-149).
- Ferrés i Prats, J. (1997) *Televisión, consumo y emociones*. En: Aguaded Gómez, J.I. (dir.) (1997) *La otra mirada a la tele. Pistas para un consumo inteligente de la televisión*. Sevilla, Junta de Andalucía. (pp. 47-57).
- Fibla García-Sala, C. (2005). *España-Marruecos desde la orilla sur: La relación hispano marroquí, opiniones e ideas*. Barcelona: Icaria.
- Foucault, M. (1984). De los espacios otros. Des espaces autres. Conferencia dictada en el Cercle des études architecturales, 14 de marzo de 1967. *Architecture, Mouvement, Continuité*, núm. 5, octubre de 1984, París. Trad.: Pablo Blitstein y Tadeo Lima. Texto original: 1967.
- Foucault, M. (1991). *Tecnologías del yo. Y otros textos afines*. Barcelona: Paidós Ibérica. Tít. original: *Techonologies of the Self* (cap. 1) y *Truth, Power, Self: An Interview with Michel Foucault* (cap.3). Amherst, MA: The University of Massachusetts Press. (1998). Trad.: Mercedes Allendesalazar.
- Foucault, M. (2000). *El pensamiento del afuera*. Valencia: Pre-textos.
- Foucault, M. (2002). *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets. Tit. original: *L'ordre du discours*. 1970. Trad. de Alberto García Troyano.
- Franco, J. (2001). Policía de Frontera. En: Campa, Román de la, et al., compilación e introducción de Sarah de Mojica. *Mapas culturales para América Latina: culturas híbridas, no simultaneidad, modernidad*. Bogotá: CEJA.
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del Oprimido*. Madrid: Siglo XXI
- Fueyo Gutiérrez, A. (2002). *De exóticos paraísos y miserias diversas*. Barcelona: Icaria.
- Galbraith, J. K. (1984). *La anatomía del poder*. Barcelona: Plaza y Janés. Edición original: 1983.
- Galindo Cáceres, J. (1998). Introducción. La lucha de la luz y la sombra. En: Galindo Cáceres, Jesús (coord.) (1998), *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Addison Wesley Longman: México.
- Galindo Cáceres, J. (coord.) (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Addison Wesley Longman.
- Gámez Torres, N. (2007). El paradigma de la mediación: crítica y perspectivas. *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, núm. 1, segundo semestre de 2007, pp. 195-213. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <<http://www.ucm.es/info/mediars>> [Con acceso el 13 de enero de 2010]
- García Álvarez, H. (2009). Los límites del espacio televisivo transnacional. *Multimedios Televisión en*

- Houston, Texas. [Documento en línea]. Disponible en: <cinco.mty.itesm.mx/investigacion/LimitesTVtransnacional.doc> [Con acceso el 13 de enero de 2010]
- García Canclini, N. (1987). ¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular? En: VV. AA.: *Comunicación y Cultura Populares en Latinoamérica*. México: FELAFACS/Gustavo Gili.
- García Canclini, N. (1989). Culturas híbridas. El espacio comunicacional como problema interdisciplinario. *Telos*, núm. 19, *septiembre-noviembre 1989*, (pp.13-20). Madrid: Fundación Telefónica.
- García Canclini, N. (1992). Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. *Diálogos de la Comunicación*, núm. 32, *marzo 1992*. Lima: Felafacs.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- García Canclini, N. (1997). Culturas híbridas y estrategias comunicacionales. *Estudios sobre las culturas contemporáneas, época II. vol. III, núm. 5, junio 1997*, (pp. 109-128). México: Universidad de Colima.
- García Canclini, N. (1999). *La globalización imaginada*. México: Paidós.
- García Canclini, N. (2000) ¿De qué lado estás? Metáforas de la frontera de México-Estados Unidos. En: Grimson, Alejandro (comp.), *Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- García Canclini, N. (2001). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Barcelona: Paidós. Edición original: 1990.
- García Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Buenos Aires: Gedisa.
- García Canclini, N. (2007). *Lectores, espectadores e internautas*. Barcelona: Gedisa.
- García Canclini, N. (coord.). (2004b). *Reabrir espacios públicos. Políticas culturales y ciudadanía*. México: Plaza y Valdés.
- García Canclini, N. (coord.) (2005). *La antropología urbana en México*. México: Fondo de Cultura Económica.
- García García, J. T. & Verdú Delgado, A.D. (2008). Imaginarios sociales sobre migración: evolución de la autoimagen del inmigrante. *Papers*, 89, 2008, (pp. 81-101).
- García Gutiérrez, A. (2007). *Desclasificados. Pluralismo lógico y violencia de la clasificación*. Barcelona: Anthropos.
- García Gutiérrez, A. L. (2004). Exomemoria y Cultura de Frontera. Hacia una ética transcultural de la mediación. *Redes.com*, núm. 1, 2004, (pp. 29-37).
- García López, J. & García Borrego, I. (2002). Inmigración y consumo: planteamiento del objeto de estudio. *Política y sociedad*, Vol. 39, Núm. 1, 2002, número dedicado a Sociología del Consumo,

- (pp. 97-114).
- García, F. y Muriel, C. (2002). *La inmigración en España: contextos y alternativas*, vol. II. Granada: Laboratorio de Estudios Interculturales.
- García, P. (2004). La migración de argentinos y ecuatorianos a España: representaciones sociales que condicionaron la migración. *Les Cahiers Amérique Latine, Histoire et Mémoire*, núm. 9, París, 2004.
- García-Luengos, J. (2004). Ciudadanía y valores democráticos en Marruecos. [Ponencia]. Instituto de Estudios sobre conflictos y acción humanitaria. [Documento en línea]. Disponible en: <<http://www.iecah.org/articulos.php?seccion=1>> [Con acceso el 15 de septiembre de 2009).
- Garfinkel, H. (2006). *Estudios en etnometodología*. Barcelona: Anthropos. Tít. original: *Studies in ethnomethodology*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. (1968).
- Gascón i Martín, F. (2005). De ima(r)ginarios y memorias olvidadas. Reflexiones sobre las redes de comunicación e interculturalidad. *Redes.com*, núm. 2, (pp. 69-81).
- Geertz, C. (1989). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa. Edición original: *The interpretation of Cultures*. (1973). Trad.: Enrique Lynch.
- Geertz, C. (1996) El anti-relativismo. En: Geertz, Clifford, (1996), *Los usos de la diversidad*. Barcelona: Paidós. Tít. original: *Anti-antirrelativism*. Publicado en inglés por la *American Anthropologist*, 86:2 (pp. 93-124). Trad.: Alfredo Taberna.
- Geertz, C., (1996), *Los usos de la diversidad*. Barcelona: Paidós. Tít. original: *Anti-antirrelativism*. Publicado en inglés por la *American Anthropologist*, 86:2. Trad.: Alfredo Taberna.
- Gellner, E. (1988) *Naciones y nacionalismo*. Madrid: Alianza Editorial. Tit. original: *Nations and Nationalism*. Oxford: Basil Blackwell Publishers. (1983). Trad.: Javier Setó
- Gellner, E. (1995). *Anthropology and Politics: Revolutions in the Sacred Grove*. Oxford: Blackwell Publisher Ltd.
- Gendreau, M. & Giménez, G. (2000). Impacto de la migración y de los media en las culturas regionales tradicionales. En: Castillo, M. Á.; Lattes, A.; Santibáñez, J. (coord.). *Migración y Fronteras*, (pp.159-180). Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte.
- Germaná, C. (2005). La migración internacional en el actual periodo de globalización del sistema mundo-moderno/colonial. *Alternativas. Cuadernos de trabajo social*, núm. 13, diciembre 2005, (pp. 19-31).
- Ghilès, F. (2003). De la calle árabe a la opinión pública árabe. Una revolución tranquila. *Med.2003, Anuari de la Mediterrània*. Barcelona: IEMed, CIDOB.
- Ghosh, B. (2006). *Las remesas de migrantes y el desarrollo: mitos, retórica y realidades*. Ginebra: Organización Internacional para las Migraciones y The Hague Process on Refugees and Migration.
- Giddens, A. (1993). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza Editorial.
- Giddens, A. (1996). Modernidad y autoidentidad. En: Beriain, J. (comp.). (1996). *Las consecuencias*

- perversas de la modernidad. Modernidad, contingencia y riesgo.* Barcelona: Anthropos.
- Giddens, A. (2002). *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas.* Madrid: Taurus. Tít. original: *Runaway World.* Londres: Profile Books Ltd. (1999). Trad.: Pedro Cifuentes.
- Gifreu, J.; Ruiz, X.; Corbella, J.M.; Gómez, L.; Pérez, O. (2004). La televisión y la construcción de una imagen pública de la inmigración en España. Avance de resultados de la investigación. En: *Actas del IV Congreso de la inmigración en España: Ciudadanía y participación.*
- Gigli, F. (2008). *Trabajo y consumo, claves para pensar la subjetividad en las democracias.* [Documento en línea]. Disponible en: <<http://www.freewebs.com/filopol/actas/trabajos/gigli.pdf>> [Con acceso el 13 de enero de 2010].
- Gil Calvo, E. (2001). *Nacidos para cambiar. Cómo construimos nuestras biografías.* Madrid: Santillana.
- Gil Calvo, E. (2003). *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación.* Madrid: Alianza Ensayo.
- Giménez Romero, C. (2003): *Qué es la inmigración.* Barcelona: RBA Integral.
- Giménez Romero, C.; Martínez Martínez, J.; Fernández García, M.; y Cortés Maisonave, A. (2006). *El codesarrollo en España. Protagonistas, discursos y experiencias.* Madrid: La Catarata.
- Giménez, G. (2002). Globalización y cultura. *Estudios sociológicos, vol. XX, núm. 58, 2002,* (pp. 23-46). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Giménez, G. (2009). Cultura, identidad y memoria. Materiales para una sociología de los procesos culturales en las franjas fronterizas. *Frontera Norte, vol. 21, Núm. 41, Enero-junio de 2009.*
- Giner, S., Lamo de Espinosa, E. & Torres, C. (eds.). (1998). *Diccionario de sociología.* Madrid: Alianza Editorial.
- Giró, Xavier (2002). "Comentarios sobre el *Manual de estilo* periodístico relativo a minorías étnicas y nuevas propuestas" en *Quaderns del CAC*, número 12. enero-abril 2002. Barcelona: Consell de L'Audiovisual de Catalunya.
- Glick Schiller, N.; Basch, L.; y Blanc-Szanton, C. (eds.). (1992). *Towards a Transnational Perspective on Migration. Race, Class, Ethnicity, and Nationalism Reconsidered.* New York: New York Academy of Sciences
- Glissant, É. (2002). *Introducción a una poética de lo diverso.* Barcelona: Ediciones del Bronce. Tít. original: *Introduction à une poétique du divers.* París: Gallimard (1996). Trad.: Luis Cayo Pérez Bueno
- Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana.* Buenos Aires: Amorrortu. Tít. original: *The Presentation of Self in Everyday Life.* 1959. Trad.: Hildegard B. Torres Perrén y Flora Setaro.
- Goffman, E. (2001). *Estigma. La identidad deteriorada.* Buenos Aires: Amorrortu. Edición original: 1963.
- Gómez Crespo, P. (2004). *Movimientos de población: migraciones y acción humanitaria.* Barcelona:

Icaria.

- Gómez García, P. (2000). Las desilusiones de la "identidad". La etnia como pseudoconcepto. En: Gómez García, Pedro (coord.) (2000). *Las ilusiones de la identidad*, (pp. 29-54). Madrid: Ediciones Cátedra.
- Gómez García, P. (coord.). (2000). *Las ilusiones de la identidad*. Madrid: Cátedra.
- Gómez Gómez, A. (2002). Inmigración e integración social. En: Pimentel Siles, Manuel (coord.), (2002). *Procesos migratorios, economía y personas*. Almería: Cajamar.
- González Cortés, M. E. (2006). *La construcción de la realidad en los procesos migratorios*. Málaga: Asociación para la investigación y el desarrollo de la comunicación.
- González Cortés, M. E. (2007). *Revista Científica de Información y Comunicación, núm. 4. Universidad de Sevilla, 2007*. [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.institucional.us.es/revistas/revistas/comunicacion/pdf/numero%204/SECCION%202%20SELECTA/SELECTA%208.pdf>> [Con acceso el 25 de agosto de 2008].
- González Gutiérrez, C. (coord.). (2006). Relaciones Estado-díaspóra: *aproximaciones desde cuatro continentes*. México: Miguel Ángel Porrúa, UAZ, Secretaría de Relaciones Exteriores, Instituto de los Mexicanos en el Exterior, ANUIES.
- González Requena, J. (1988). *El discurso televisivo. Espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra.
- González, E. (2008) La red discursiva en torno a la inmigración en la UE. En: Zapata-Barrero, Ricard; González, Elisabet; y Sánchez Montijano, Elena, (2008), *El discurso político en torno a la inmigración en España y en la Unión Europea*, (pp. 47-76). Madrid: Ministerio de Trabajo e inmigración.
- Granados, A. (2002): ¿Es virtual la realidad de la inmigración?: La construcción mediática de la inmigración extranjera en España. En: García, F. y López, Muriel, (2002), *La inmigración en España: contextos y alternativas, vol. II. Actas del III Congreso sobre la Inmigración en España*. Granada: Laboratorio de Estudios Interculturales.
- Grandi, R. (1995). *Texto y contexto en los medios de comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Gregorio Gil, C. (2009) Mujeres inmigrantes: Colonizando sus cuerpos mediante fronteras procreativas, étnico-culturales, sexuales y reproductivas. *Viento sur, núm.104, Julio 2009*. (pp. 42-54).
- Gregorio Gil, C. (1998). *Migraciones de género. Su impacto en las relaciones de género*. Madrid: Narcea de Ediciones.
- Grimson, A & Varela, M. (2002). *Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina*. En: Daniel Mato (comp.), (2002), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Caracas: CLACSO.
- Grimson, A. (2000). *¿Fronteras políticas versus fronteras culturales?* En: Grimson, Alejandro (comp.), *Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Grimson, A. (2001). *Interculturalidad y comunicación*. Bogotá: Editorial Norma

- Grimson, A. (2004). *Fronteras, naciones y región*. Fórum Social das Américas, Quito, Ecuador, 25 a 30 de julio de 2004.
- Grimson, A. (2005). *Fronteras estados e identificaciones en el Cono Sur*. [Documento en línea] Accesible desde internet en: <<http://bibliotecavirtual.CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.org.ar/ar/libros/grupos/mato/Grimson.rtf>> [Con acceso el 13 de enero de 2010].
- Grimson, A. (2008). Diversidad y cultura. Reificación y situacionalidad. *Tabula Rasa, núm.8, enero-junio 2008*, (pp. 45-67). Bogotá, Colombia.
- Grimson, A. (comp.). (2000). *Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Grimson, A. (comp.). (2000). El puente que separó dos orillas. Notas para una crítica del esencialismo de la hermandad. En: Grimson, A., (2000b), *Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Grinberg, L. & Grinberg, R. (1984). *Psicoanálisis de la migración y del exilio*. Madrid: Alianza Editorial. No figura traductor.
- Grossberg, L. (2003). Identidad y estudios culturales: ¿no hay nada más que eso? En: Hall, S. y Gay, P. (eds.), *Cuestiones de Identidad*, (pp. 148-180). Buenos Aires: Amorrortu Editores. Tít. original: *Questions of Cultural Identity* (1996). Trad.: Horacio Pons.
- Guattari, F & Rolnik, S. (2006). *Micropolíticas. Cartografías del deseo*. Madrid: Traficantes de sueños. Tít. original: *Micropolítica. Cartografías do desejo*. Publicado por Editora Vozes Ltda., Petropolis, (2005). Trad.: Florencia Gómez.
- Guattari, F. (1992). *Caosmosis*. Buenos Aires: Manantial.
- Guber, R. (2004). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Paidós.
- Gubern, R. (1988). *El simio informatizado*. Madrid: Fundesco
- Gubern, R. (1988b). *Mensajes icónicos en la cultura de masas*. Barcelona: Lumen. Edición original: 1974.
- Gubern, R. (1996). *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*. Barcelona: Anagrama
- Gubern, R. (2001). *Etnografía. Método, campo y reflexividad*. Bogotá: Grupo editorial Norma.
- Gubern, R. (2004). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Paidós.
- Gubern, R. (2007). *Patologías de la imagen*. Barcelona: Anagrama.
- Gubern, R. (2000). *El eros electrónico*. Madrid: Taurus.
- Guerra Palmero; M. J. (2007). ¿Es inevitable el etnocentrismo? Aportaciones feministas a un debate en curso. *Thémata. Revista de filosofía. Núm. 39, 2007*
- Habermas, J. (1987). *La Acción comunicativa*. Madrid: Taurus

- Haddad, L. (2006) Islam, mujer y apuestas del imaginario identitario. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, núm. 73-74, mayo-junio 2006, dedicado a *Lo intercultural en acción, identidades y emancipaciones*. (pp. 59-68). Barcelona: Fundació CIDOB
- Hall, S. & Du Gay, P. (comps.). (2003). *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu. Tít. original: *Questions of Cultural Identity* 1996. Trad.: Horacio Pons.
- Hall, S. (2003). Introducción: ¿Quién necesita «identidad»? En: Hall, Stuart; Du Gay, Paul (comps.), *Cuestiones de identidad cultural*, (pp. 13-39). Buenos Aires: Amorrortu. Tít. original: *Questions of Cultural Identity* (1996). Trad.: Horacio Pons.
- Hall, S. (2004). Codificación y descodificación en el discurso televisivo (Encoding and decoding in the television discourse). Conferencia dictada en el Council of Europe Colloquy sobre «Enseñanzas para la lectura crítica del lenguaje televisivo» («Training In The Critical Reading Of Televisual language») organizado por el Council & Centre for Mass Communication Research, University of Leicester, septiembre 1973. Trad.: Ana I. Segovia y José Luis Dader. *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)* 2004, núm. 9, (pp. 210-236).
- Hall, S. (ed.). (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Hall, S. (1996). Gramsci's relevance for the study of race and ethnicity. En D. Morley y D. K. Chen (comps.), (1996), *Stuart Hall*. Londres: Routledge
- Hardt, M. & Negri, A. (2002). *Imperio*. Barcelona: Paidós. Tít. original: *Empire*. 2000. Harvard University Press. Trad.: Alicia Bixio.
- Harvey, D. (1998). *La condición sobre la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu. Tít. original: *The condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford: Basil Blackwell Ltd. (1990). Trad.: Martha Eguía
- Harvey, D. (2003). *Espacios de esperanza*. Madrid: Akal. Tít. original: *Spaces of Hope*. Edinburgh University Press. (2000). Trad.: Cristina Piña Aldao.
- Haug, W. F. (1979). *Estética de la mercancía, subcultura y cultura de masas. Un croquis teórico*. Contribución al Simposio sobre Industrias Culturales y Modelos de Sociedad, patrocinado por la International Sociological Association y la UNESCO en Burgos, España, 3-7 de julio de 1979.
- Hegoa. (2007). Actas del congreso *El desafío del desarrollo humano. Propuestas locales para otra globalización*. Universidad del País Vasco – Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional Hegoa, Bilbao, 8 a 10 de febrero de 2007.
- Herlinghaus, H. (1998). La modernidad ha comenzado a hablarnos desde donde jamás lo esperábamos. Una nueva epistemología política de la cultura en De los medios a las mediaciones de Jesús Martín Barbero. En: Laverde Toscano, M. C.; Reguillo, R. (eds.), (1998), *Mapas nocturnos, diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*. Santafé de Bogotá: Fundación Universidad Central, Departamento de Investigaciones, Siglo del Hombre Editores.
- Hobsbawm, E. & Ranger, T. (eds.). (2002). *La invención de la tradición*. Barcelona: Crítica. Tít. original: *The invention of tradition*. Cambridge: Press Syndicate of the University of Cambridge, (1983).

Trad.: Omar Rodríguez.

- Hobsbawm, E. (1998a). *Naciones y nacionalismo desde 1780*. Buenos Aires: Grijalbo Mondadori. Tít. original: Nations and Nationalism since 1780, Programme, myth, reality. Cambridge: Cambridge University Press. Trad.: Jordi Beltran.
- Hobsbawm, E. (1998b). *Historia del siglo XX*. Buenos Aires: Grijalbo Mondadori. Tít. original: Extremes. The Short Twentieth Century 1914-1991. Londres: Michael Joseph Ltd. (1994). Trad.: Juan Fací, Jordi Ainaud, Carme Castells.
- Hobsbawm, E. J. (2000). ¿Son iguales todas las lenguas?. Lenguaje, cultura e identidad nacional. En: Atkinson, A.B.; Dworkin, R.; Hirsman, A. O.; Hobsbawm, E.J.; Sen, A.; Wedderburn, D. (2000). *Vivir como iguales. Apología de la justicia social*. Barcelona: Paidós Ibérica. Tít. original: Living as Equals. Baker, Paul (comp.). Oxford University Press (1996). Trad.: J. Francisco Álvarez Álvarez. (pp. 111-128).
- Hopenhayn, M. (2004). Ser visibles o no ser nada: industrias culturales en el ojo del huracán. *Polis, revista académica de la Universidad Bolivariana*, núm. 9, 2004.
- Huergo, J. (2005). *Hacia una genealogía de comunicación/educación: Rastreo de algunos anclajes político-culturales*. Editorial de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de la Plata, Argentina. [Documento en línea] Disponible en: <<http://abc.gov.ar/lainstitucion/univpedagogica/especializaciones/seminario/materialesparadesccargar/seminario4/huergo1.pdf>> [Con acceso el 25 de abril de 2008].
- Ibáñez, J. (1979). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: teoría y práctica.*, Madrid: Siglo XXI.
- Iglesias, M. (2009) Conflicto y cooperación en las relaciones hispano marroquíes desde 1956. Tesis. Universidad de Cádiz.
- IDM. (2008), Informe del Desarrollo Mundial. [Documento en línea]. Disponible en: <http://siteresources.worldbank.org/INTWDR2009/Resources/WDR_OVERVIEW_ES_Web.pdf> [Con acceso el 15 de septiembre de 2009].
- IDM. (2009), Informe del Desarrollo Mundial. [Documento en línea]. Disponible en: <http://siteresources.worldbank.org/INTWDR2009/Resources/WDR_OVERVIEW_ES_Web.pdf> [Con acceso el 21 de septiembre de 2010].
- Igartua, J. J. y Muñiz, C. (2004a). Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 16, (pp. 87-104).
- Igartua, J. J., Humanes, M. L., Muñiz, C., Cheng, L., Mellado, C., Medina, E. y Erazo, M. A. (2004). *Tratamiento informativo de la inmigración en la prensa española y opinión pública*. Comunicación presentada en el VII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. La Plata (Argentina), 11 -16 de octubre.
- Igartua, J. J., Muñiz, C. y Cheng, L. (2005). La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. *Migraciones*, 17, (pp. 143-181).
- Igartua, J. J., Muñiz, C. y Otero, J.A. (2006) El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y

- la televisión española. Una aproximación empírica desde la teoría del Framing. *Global Media Journal México*, Vol. 3, núm. 5, 2006
- Igartua, J. J., Muñiz, C., Otero, J. A. y de la Fuente, M. (2007). El tratamiento informativo de la inmigración en los medios de comunicación españoles. Un análisis de contenido desde la Teoría del Framing. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, (pp. 91-110).
- Igartua, J. J., Otero, J., Muñiz, C., de la Fuente, M., Cheng, L., Gómez, J., Frutos, F. J. y García, M. (2008b). Porque sí importa cómo se cuente. Encuadres noticiosos de la inmigración y sus efectos socio-cognitivos. En: M. Fernández (coord.), *Comunicación en la sociedad red. La construcción mediática de la realidad* (pp. 297-312). Ávila: Universidad Católica de Ávila.
- Igartua, J. J., y Muñiz, C. (coords.) (2007). *Medios de comunicación, inmigración y sociedad*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca
- ILO. (2010). *Las migraciones como factor de desarrollo: El caso de África Septentrional y Occidental*. Ginebra: Instituto Internacional de Estudios Laborales, OIT, 2010.
- Illouz, E. (2007). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Buenos Aires: Katz editores. Tít. original: *Cold intimacies. The making of emotional capitalism*. Frankfurt del Meno: Suhrkamp Verlag (2006). Trad.: Joaquín Ibarburu.
- Imbert, G. (1990). *Los discursos del cambio. Imágenes e imaginarios sociales en la España de la Transición (1976-1982)*. Madrid: Akal.
- Imbert, G. (1993). El sujeto europeo y el otro. *Archipiélago, Cuadernos de crítica de la cultura*, núm. 12, dedicado a *Denominación de origen: extranjero*. Barcelona: Editorial Archipiélago.
- Imbert, G. (2003). *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona: Gedisa.
- Izquierdo Escribano, A. (2001). Intervención en segunda jornada del encuentro del CES. *Inmigración: Mercado de Trabajo y Protección Social*. El Escorial.
- Jabiri, M. A. (1994). La imagen el Islam en los medios de comunicación occidentales. Introducción a la crítica de la razón europea. En: Bodas, J.; Dragoevich, A. (eds.), (1994), *El mundo árabe y su imagen en los medio*, (pp. 172-187). Madrid: Editorial Comunica.
- Jameson, F. (1989). *Documentos de cultura, documentos de barbarie*. Madrid: Visor Distribuciones. Tít. original: *The political unconscious. Narrative as socially symbolic act*. Trad.: Tomás Segovia.
- Jameson, F. (1995). *La estética geopolítica. Cine y espacio en el sistema mundial*. Barcelona: Ediciones Paidós. Tít. original: *The geopolitical aesthetic. Cinema and Space in the World system*. Indiana: Indiana University Press; London: British Film Institute, (1992). Trad.: Noemí Sobregués y David Cifuentes.
- Janjar, M. S. (2002). Surgimiento de la sociedad civil en Marruecos: el caso del movimiento asociativo femenino. En Roqué, Maria-Àngels (dir.), (2002), *La sociedad civil en Marruecos. La emergencia de nuevos actores*, (pp. 106-117). Barcelona: Icaria.
- Jodelet, D. (2008). El movimiento de retorno al sujeto y el enfoque de las representaciones sociales.

- Cultura y representaciones sociales*, año 3, núm. 5, septiembre 2008, IIS, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, Universidad Nacional Autónoma de México. [Documento en línea] Acceso al texto completo: <<http://www.culturayrs.org.mx/revista/num5/Jodelet.pdf>> [Con acceso el 25 de enero de 2010]. Artículo publicado por la revista francesa CONNEXION, N° 89 – 2008/1, (dedicado al tema *Identité et subjectivité*), Editorial Érès, pp. 25-46. La traducción al español y su publicación en esta revista fueron autorizadas por la autora. Trad.: de Catherine Héau y Gilberto Giménez.
- JOHN & JANE. Ficha de la película *John & Jane*. Ashim Ahluwalia, director. India 2005, 35mm, 1:1.85, Colour, Dolby SRD, 83 min. Language: English
- Johnson, S.; y Michaelsen, D. (2003). *Teoría de la frontera*. Madrid: Gedisa.
- Juliano, D. (2002). *La prostitución: el espejo oscuro*. Barcelona: Icaria.
- Kante, S. (2002). El sector informal en los países de expresión francesa del África Subsahariana. En: *El trabajo decente y la economía formal. Resúmenes de documentos*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.
- Kaplan, C. (1997). *Questions of travel. Postmodern discourses of displacement*. Durham and London: Duke University Press. Edición original: 1996
- Kerrou, M. (2003). Velos islámicos y espacios públicos en el Magreb y en Europa. *Med. 2003 Balance: el año mediterráneo* (pp. 98-101). Barcelona.
- Khader, B. (1994). El imaginario colectivo occidental sobre Oriente. En: Bodas, José; Dragoevich, Adriana (eds.) *El mundo árabe y su imagen en los medios*, (pp. 82-102). Madrid: Editorial Comunica.
- King, R.; Wood, N. (eds.) (2001). *Media and migration: constructions of mobility and difference*, Routledge, Londres, 2001.
- King, R.; Wood, N., (2001). Media and migration: an overview. En: King, Rusell; Wood, Nancy (eds.), (2001) *Media and migration: constructions of mobility and difference* (pp. 1-23). Londres: Routledge.
- Klein, N. (2001). *No logo. El poder de las marcas*. Barcelona: Paidós. Tít. original: No logo. Toronto: Alfred A. Knopf Canadá. (2000). Trad.: de Alejandro Jockl.
- Ksikes, D. (2006) Medios de comunicación y producción del otro. *CIDOB d'afers internacionals*, Núm. 73-74, 2006, dedicado a: *Lo intercultural en acción, identidades y emancipaciones*.
- Ksikes, D. (2007). Cadenas árabes de información vía satélite: juegos de espejos y apuestas seguras. *Quaderns de la Mediterrània Cuadernos del Mediterráneo. Año 2007, número 8*. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.iemed.org/publicacions/quaderns/8/q8_216.pdf> [Con acceso el 25 de agosto de 2008].
- Kumar, K. (2003). El Estado-nación, la Unión Europea y las identidades transnacionales. En: AlSayyad, Nezar; Castells, M. (eds.), *¿Europa musulmana o euro-islam? Política, cultura y ciudadanía en la era de la globalización* (pp. 81-99). Madrid: Alianza Editorial. Tít. original: Muslim Europe or Euro-Islam: Politics, Culture and Citizenship in The Age of Globalization. Lanham,

- Maryland: University Press of America. (2002). Trad.: Pepa Linares.
- Kunz, M. (2008) Léxico e inmigración. En Bañón, Antonio M.; y Fornieles, Javier (eds.), (2008), *Manual sobre comunicación e inmigración* (pp. 95-109). San Sebastián: Tercera prensa.
- Kymlicka, W. (1996). *Ciudadanía Multicultural: una teoría liberal de los derechos de las minorías*. Barcelona: Paidós.
- Kymlicka, W. (2003). *La política vernácula. Nacionalismos, multiculturalismo y ciudadanía*. Buenos Aires: Paidós. Tít. original: *Politics in the Vernacular: Nationalism, Multiculturalism and Citizenship*. Oxford University Press (2001). Trad.: Tomás Fernández Aúz y Beatriz Eguibar.
- Labrín Elgueta, J. M. (2009). Migración y medios de comunicación: elementos para su análisis desde una perspectiva intercultural. *Perspectivas de la Comunicación, Vol. 2, Núm. 1, 2009* (pp. 66-74). Temuco, Chile: Universidad de la Frontera.
- Lacomba, J. (2000). *Emergencia del islamismo en el Magreb: Las raíces sociopolíticas de los movimientos islamistas*. Madrid: Libros de la Catarata.
- Lacomba, J. (2004). *Migraciones y desarrollo en Marruecos*. Madrid: Instituto universitario de Desarrollo y Cooperación / Libros de la Catarata.
- Lacomba, J. (2004b). Migración y desarrollo rural en Marruecos: el papel de los emigrantes y sus asociaciones. En: Ribas Mateos, N.; y Escrivá Chorda, Á. (coords.), (2004), *Migración y desarrollo: estudio sobre remesas y otras prácticas transnacionales en España*, (pp. 185-212).
- Lacomba, J. (2008). *Historia de las migraciones. Historia, geografía, análisis e interpretación*. Madrid: Libros de la Catarata.
- Lacomba, J. y Berlanga, M.J. (2006). El velo islámico: usos, discursos y sentido. En: Lucas, J. de (coord.) (2006) *Europa: derechos, culturas*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Lacoste-Dujardin, C. (1993). *Las madres contra las mujeres. Patriarcado y maternidad en el mundo árabe*. Ediciones Cátedra. Valencia, 1993.
- Lahlou, M. (2005) Marruecos y España en la tormenta migratoria. En: Fibla García-Sala, Carla, (2005), *España-Marruecos desde la orilla sur* (pp. 120-128). Barcelona: Icaria.
- Lamhaidi, N. (2009) Mujeres y medios de comunicación en Marruecos. De la mujer procreadora a la mujer creadora. En Majdoubi, El Houssine; y Díaz Nosty, Bernardo (eds.), (2009), *El largo estrecho. Le large Detroit* (pp. 125-140). Barcelona: Icaria Editorial. Trad. del francés: Bianca Rutherford, El Houssine Majdoubi y Rachid Barhoune. Trad. del español: Pérrine Dagpuat y Hélène Kieffer.
- Latouche, S. (2007). *La otra África. Autogestión y apañío frente al mercado global*. Barcelona: Oozebap. Tít. original: *L'autre Afrique. Entre don et marché*. (1998). Trad.: Dídac P. Lagarriga.
- Laverde Toscano, M. C. & Reguillo, R. (eds.). (1998). *Mapas nocturnos, diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*. Santafé de Bogotá: Fundación Universidad Central, Departamento de Investigaciones, Siglo del Hombre Editores
- Lazaar, M. (1990). Les retombées de l'émigration dans les montagnes du Rif central (Maroc). En: Simon,

- G. (dir.), (1990), *Les effets des migrations internationales sur les pays d'origine: le cas du Maghreb* (pp. 127-143). París: Sedes.
- Lazzarato, M. & Negri, A. (2001). *Trabajo inmaterial. Formas de vida y producción de subjetividad*. Río de Janeiro: DP&A Editora. Trad.: Juan González
- Lazzarato, M. (2006). *Por una política menor. Acontecimiento y política en las sociedades de control*. Madrid: Traficantes de sueños. Tít. original: *Les révolutions du capitalisme*. París: *Les empêcheurs de penser en rond* (2004). Trad.: Pablo Rodríguez.
- Lemos, A. (2008). Medios locativos y territorios informativos. Comunicación móvil y nuevo sentido de los lugares. Una crítica sobre la espacialización en la Cibercultura. Comunicación en el Seminario Internacional "Inclusiva-net: Redes Digitales y Espacio Físico" celebrado en el Medialab-Prdo de Madrid del 3 al 14 de marzo de 2008. [Documento en línea]. Disponible en: <http://medialab-prado.es/article/locative_media_and_informational_territory>__[Con acceso el 21 de septiembre de 2010].
- Lemrini, A. (2002). Testimonio: Las mujeres en marcha. En: Roqué, M.À. (dir.), (2002), *La sociedad civil en Marruecos. La emergencia de nuevos actores* (pp. 118-126). Barcelona: Icaria.
- León, G. (2008). Comunicación y migración, una nueva mirada desde la ciudadanía cultural. *Razón y palabra*, núm. 61, 2008, dedicado a *Comunicología: Construyendo una ciencia posible de la comunicación*.
- León, G. (2009). Comunicación y ciudadanía cultural: la migración como práctica de comunicación. *Razón y palabra*, núm. 66, 2009
- Lins Ribeiro, G. (2004). Espacio-público-virtual. En: García Canclini, N. (coord.) (2004b). *Reabrir espacios públicos. Políticas culturales y ciudadanía*. México: Plaza y Valdés.
- Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de consumo*. Barcelona: Anagrama. Tít. original: *Le bonheur paradoxal*. (2006). París: Éditions Gallimard
- Lizcano, E. (2003). *Imaginario colectivo y análisis metafórico*. Transcripción de la conferencia inaugural del Primer Congreso Internacional de Estudios sobre Imaginario y Horizontes Culturales que se celebró en la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Cuernavaca, México, del 6 al 9 de mayo de 2003.
- Lopes Ginez de Lara, M. (2007). Ciencias del lenguaje, terminología y ciencia de la información: relaciones interdisciplinares y transdisciplinariedad. En: Rodríguez Bravo, B. y Alvite Díez, M. L. (aut.) (2007), *La interdisciplinariedad y la Transdisciplinariedad en la organización del conocimiento científico*. Interdisciplinarity and transdisciplinarity in the organization of scientific knowledge. *Actas del VIII Congreso ISKO - España, León, 18, 19 y 20 de Abril de 2007*, (pp. 101-110).
- López Castro, J.L. (ed.). (2001). *Colonos y comerciantes en el occidente mediterráneo*. Almería: Universidad de Almería.
- López García, B. (1993). La inmigración marroquí en España: la relación entre las geografías de origen y destino. *Política y sociedad*, número 12, 1993, dedicado a *Inmigrantes*, (pp. 79-88).

- López García, B. y Berriane, M. (dir.). (2004). *Atlas de la inmigración magrebí en España. Atlas 2004*. Madrid: Dirección General de Migraciones/UAM.
- López García, B.; Bravo, F.; García, P.; Planet, A. I.; y Ramírez, A. (et al.). (2003). *Desarrollo y pervivencia de las redes de origen en la inmigración marroquí en España*. Madrid: Observatorio Permanente de la Inmigración.
- López Sala, A. M. (2005). El control de la inmigración: Política fronteriza, selección del acceso e inmigración irregular. *Arbor, Ciencia, Pensamiento y Cultura, CLXXXI, 713, mayo-junio 2005*. (pp. 27-39).
- López, S. (ed.); Busón, C.; Martínez, C., y Sádaba, I. (2007). *Poder y control en el ciberespacio*. Madrid: UNED.
- Lorite García, N. (2002). Medios, inmigración y dinamización intercultural: algunas propuestas para la investigación-acción desde el MIGRACOM. En: García Castaño, F. J., y Muriel López, C. (eds.), *La inmigración en España: contextos y alternativas*. Granada: Laboratorio de Estudios Interculturales.
- Lorite García, N. (2004b). Cómo miran los medios la inmigración y transmiten la diversidad. En: *Diálogo "Comunicación y diversidad cultural"*. Barcelona: Fórum Universal de las Culturas.
- Lorite García, N. (director) (2004a). *Tratamiento informativo de la inmigración en España. 2002*. Madrid: IMSERSO.
- Lorite, N; Gutiérrez, M.; Bertrán, E.; & Mateu, M., MIGRACOM (2004): Tratamiento informativo de la inmigración en España: una mirada multipolar aunque demasiado eurocéntrica. En: *Actas del IV Congreso de la inmigración en España: Ciudadanía y participación*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.migracom.com/publicaciones/fichero_52.pdf> [Con acceso el 21 de septiembre de 2010].
- Lotman, I. M. (1996). *La Semiósfera I. Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid: Cátedra. Selección y trad. del ruso: Desiderio Navarro.
- Lotman, I. M. (1998). *La Semiósfera II. Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio*. Madrid: Cátedra. Selección y trad. del ruso: Desiderio Navarro.
- Lotman, I. M. (2000). *La Semiósfera III. Semiótica de las artes y de la cultura*. Madrid: Cátedra. Selección y trad. del ruso: Desiderio Navarro.
- Lubeck, P. (2003). El reto de las redes islámicas y la reclamación de la ciudadanía: la difícil adaptación de Europa a la globalización. En: AlSayyad, N.; Castells, M. (eds.) (2003), *¿Europa musulmana o euro-islam? Política, cultura y ciudadanía en la era de la globalización* (pp. 101-128). Madrid: Alianza Editorial. Tít. original: Muslim Europe or Euro-Islam: Politics, Culture and Citizenship in The Age of Globalization. Lanham, Maryland USA: University Press of America, (2002). Trad.: Pepa Linares.
- Lucas, J. de (1994). *El desafío de las fronteras: derechos humanos y xenofobia frente a una sociedad plural*. Madrid: Temas de Hoy.

- Luhmann, N. (1998). *Complejidad y modernidad: de la unidad a la diferencia*. Madrid: Editorial Trotta.
Edición y trad.: Josetxo Beriain y José María García Blanco.
- Luhmann, N. (1998). *Sistemas sociales: Lineamientos para una teoría general*. Barcelona: Anthropos editorial. Tit. original: Soziale Systeme. Grundrisse einer Allgemeinen Theorie. Suhrkamp Verlag, 1984. Trad.: Silvia Pappé y Brunhilde Erker. Coord.: Javier Torres Nafarrete.
- Lull, J. (1992) La estructuración de las audiencias masivas. *Diálogos de la comunicación*, número 32.
- Maalouf, A. (1999). *Identidades asesinas*. Madrid: Alianza Editorial.
- Maalouf, A. (2000). La construcción de las identidades. *Quaderns de la Mediterrània = Cuadernos del Mediterráneo, número 1, 2000 (pp. 34-41)*. Barcelona: Institut Català de la Mediterrània.
- Maffesoli, M. (2004). *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. México: Siglo XXI. Tít. original: Le temps des tribus. París: La Table Ronde. (2000). Trad.: Daniel Gutiérrez Martínez.
- Maffesoli, M. (2009a). *Iconologías. Nuestras idolatrías postmodernas*. Madrid: Península.
- Maffesoli, M. (2009b). *El reencantamiento del mundo. Una ética para nuestro tiempo*. Buenos Aires: Dedalus Editores. Tít. original: Le réenchandement du monde. Une éthique pour notre temps. París: La Table Ronde (2007). Trad.: Ariel Shalom.
- Mai, N. (2001). Italy is beautiful: the role of Italian television in Albanian migration to Italy. En: King y Wood, (2001), *Media and migration: constructions of mobility and difference* (pp. 95-109). Londres: Routledge.
- Maila, J & Roque, M. A. (2000). Elementos para una reflexión intercultural en el área mediterránea. *Quaderns de la Mediterrània= Cuadernos del Mediterráneo, número 1, 2000*, (pp. 7-16). Barcelona: Institut Català de la Mediterrània.
- Majdoubi, El H. (2009) La imagen de España en la prensa independiente marroquí. En: Majdoubi, El H.; y Díaz Nosty, B. (eds.), (2009), *El largo Estrecho. Le large Detroit* (pp. 203-223). Barcelona: Icaria Editorial. Trad. del francés: Bianca Rutherford, El Houssine Majdoubi y Rachid Barhoune.
- Majdoubi, El H.; y Díaz Nosty, B. (eds.). (2009). *El largo Estrecho. Le large Detroit*. Barcelona: Icaria Editorial. Trad. del francés: Bianca Rutherford, El Houssine Majdoubi y Rachid Barhoune. Trad. del español: Pérrine Dagpuat y Hélène Kieffer.
- Maldonado, C. E. (1999). Esbozo de una filosofía de la lógica de la complejidad. En: *Visiones sobre la complejidad*, 2ª Edición, Colección "Filosofía y Ciencia" No. 1, Santafé de Bogotá, Editor y coautor. Capítulos: Introducción, (pp. 5-8), y "Esbozo de una filosofía de la lógica de la complejidad", (pp. 9-27). El libro: pp. 1-263, primera edición 1999; "Esbozo de una filosofía de la lógica de la complejidad", reeditado en: *Información, educación y salud en la sociedad del conocimiento*, (pp. 37-53). Bogotá: Colciencias/Fepafem/Academia Nacional de Medicina.
- Malgesini, G. & Giménez, C. (2000). *Guía de conceptos sobre migraciones, racismo e interculturalidad*. Madrid: Ed. Catarata.
- Malgesini, G. (1998) *Cruzando fronteras: migraciones en el sistema mundial*. Barcelona: Icaria.

- Malgesini, G. (2004). *Migración y comunicaciones: los medios de comunicación y el "efecto demostración"*. En: Gómez Crespo, Paloma (2004), *Movimientos de población: migraciones y acción humanitaria* (pp. 41-62). Barcelona: Icaria Editorial.
- Malinowsky, B. (1995). *Los argonautas del Pacífico occidental. Comercio y aventura entre los indígenas de la Nueva Guinea melanésica*. Barcelona: Ediciones Península Tít. original: *Argonauts of the Western Pacific*, (1922). Trad.: Antonio J. Desmonds.
- Manfredi Sánchez, J. L. (2005). *España-Marruecos. El Estrecho de la televisión*. En *Política Exterior*, vol. 19, núm. 104, (pp. 41-46).
- Manfredi Sánchez, J. L. (2006). Estrategias de seguridad y televisión en Oriente Medio. En *La comunicación en situaciones de crisis: Del 11-M al 14-M. Actas del XIX Congreso Internacional de Comunicación*. Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra. Vara Miguel, Alfonso (coord.). Ediciones Universidad de Navarra, EUNSA. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.fisec-estrategias.com.ar/1/fec_01_com_manfredi.pdf > [Con acceso el 26 de abril de 2008].
- Maquieira D'Angelo, V.; Gregorio Gil, C.; y Gutiérrez Lima, E. (2000). Políticas públicas, género e inmigración. En: Pérez Cantó, Pilar (ed.), *También somos ciudadanas*, (pp. 371-442). Madrid: Instituto Universitario de Estudios de la Mujer, Universidad Autónoma de Madrid.
- Maquieira, V. (coord.) (2006). *Mujeres, globalización y derechos humanos*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Marí Sáez, V. (2010). Crítica al concepto de 'capital social' (Putnam) y propuesta del enfoque de 'capital informacional' (Hamelink) para el análisis y el diseño de estrategias de apropiación social de las TICs por parte de los movimientos sociales. *Eptic. Revista de Economía política de las tecnologías de la información y la comunicación*. Vol. XII, núm. 1, enero-abril, 2010.
- Marina, J. A. (2009). *La pasión del poder. Teoría y práctica de la dominación*. Barcelona: Editorial Anagrama
- Marshall, T.H. & Bottomore, T. (1998). *Ciudadanía y Clase Social*. Madrid: Alianza Editorial.
- Martín Corrales, E. (2002). *La imagen del magrebí en España, una perspectiva histórica, siglos XVI al XX*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- Martín Díaz, E. (2003). *Procesos Migratorios y ciudadanía cultural*. Sevilla: Mergablun, Edición y Comunicación, S.L.
- Martín Muñoz, G. (1994). "El imaginario español sobre el Islam y el Mundo Árabe y su influencia en los medios de comunicación" En: Bodas, José; Dragoevich, Adriana (eds.), *El mundo árabe y su imagen en los medios*, Madrid: Editorial Comunica.
- Martín Muñoz, G. (2005). Mujeres musulmanas entre el mito y la realidad. En: Checa Olmos, Francisco (ed.). (2005). *Mujeres en el camino. El fenómeno de la migración femenina en España* (pp. 193-220). Barcelona: Icaria Editorial.
- Martín Muñoz, G. Prólogo: Conocer Al-Jazeera para comprender al mundo árabe. En *Al-Jazeera y el mundo árabe. Monográficos del Portal. Portal de la Comunicación InComUAB. Universidad Autónoma de Barcelona*. [Documento en línea] Disponible en:

- <http://www.portalcomunicacion.com/esp/dest_alj_2.html> [Con acceso el 25 de abril de 2008].
- Martín Serrano, M. (2007): “Prólogo para *La Mediación Social* en la era de la globalización”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, núm. 1, segundo semestre de 2007, (pp. 1-24). Universidad Complutense de Madrid. [Documento en línea]. Disponible en: <<http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS1/Indice/MartinSerrano/assets/001-024%20Martin%20Serrano.pdf>> [Con acceso el 21 de septiembre de 2010].
- Martín Serrano, M. (1977). *La mediación social*. Madrid: Akal.
- Martin, P. (2003). *Bordering on Control. Combating Irregular Migration in North America and Europe*. Ginebra: IOM International Organization for Migration.
- Martín-Barbero, J. & Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa.
- Martín-Barbero, J. (2000). Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.infoamerica.org/documentos_word/martin_barbero1.doc> [Con acceso el 27 de abril de 2008].
- Martín-Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Martín-Barbero, J. (2003b). Cultura popular y comunicación de masas. En: Aparici, Roberto; y Marí Sáez, Víctor, (2003), *Cultura popular, industrias culturales y ciberespacio* (pp. 41-60). Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Martín-Barbero, J. (2004). *Oficio de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México: FCE.
- Martín-Barbero, J. (2007). Tecnicidades, identidades, alteridades: desubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo. En: Moraes, Dênis de (coord.), *Sociedad mediatizada* (pp. 69-98). Barcelona: Gedisa.
- Martín-Barbero, J. (2005). Deconstrucción de la crítica. Nuevos itinerarios de la investigación. En: Vassallo de López, María Immacolata; y Fuentes Navarro, Raúl (comps.), (2005), *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas* (pp. 15-42). México: ITESO.
- Martín-Barbero, J. (2009). Colombia: una agenda de país en comunicación. En: Martín Barbero, J. (coord.), (2009), *Entre saberes desechables y saberes indispensables [Agendas de país desde la comunicación]* (pp. 11-36). Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, C3 FES.
- Martín-Barbero, J. (1995). Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático. *Revista Diálogos* No. 41. Lima, marzo de 1995.
- Martín-Barbero, J. (coord.) (2009) *Entre saberes desechables y saberes indispensables [Agendas de país desde la comunicación]*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, C3 FES.

- Martín-Barbero, J. (1988). Euforia tecnológica y malestar en la teoría. *Diálogos de la Comunicación*, núm. 20, pp. 7-16.
- Martínez Novo, C. (2005). Religión, política e identidad. Presentación del dossier *ÍCONOS 22*, (pp. 21-26). Quito, Ecuador: FLACSO.
- Martínez Veiga, U. (1997). *La integración social de los inmigrantes extranjeros en España*. Madrid, Editorial Trotta.
- Martínez Veiga, U. (2004). *Trabajadores invisibles: precariedad, rotación y pobreza de la inmigración en España*. Los Libros de la Catarata, 2004.
- Martínez, E. (1999). Introducción. En: Park, R. E., (1999), *La ciudad y otros ensayos de ecología humana* (pp. 7-32). Barcelona: Ediciones del Serbal. Estudio preliminar y trad.: Emilio Martínez.
- Massana, M. D. (2007). Parabólicas e Internet: puente entre dos mundos. *Quaderns de la Mediterrània / Cuadernos del Mediterráneo*, núm. 8. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.iemed.org/publicacions/quaderns/8/q8_219.pdf> [Con acceso el 25 de agosto de 2008].
- Massolo, A. (2007). El género en el desarrollo local: ¿igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres? II Encuentro Internacional Retos del desarrollo local, OFIS. Cuenca, Ecuador, 20 – 23 de noviembre 2007.
- Mata, M. C. (2006). Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. *Revista Fronteiras, Estudos midiáticos, VIII (1), janeiro/abril 2006*, (pp. 5-15). San Leopoldo, Brasil: Universidade do Vale do Rio dos Sinos.
- Mato, D. (2001). Producción transnacional de representaciones sociales y transformaciones sociales en tiempos de globalización. En: Mato, D. (comp.), *Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*. Buenos Aires: CLACSO.
- Mato, D. (2006). Identidades transnacionales en tiempos de globalización: el caso de la identidad latina (estadounidense)-latinoamericana. *Colección Monografías, Núm. 33*. Caracas: Programa Cultura, Comunicación y Transformaciones Sociales, CIPOST, FaCES, Universidad Central de Venezuela. 36 págs. [Documento en línea]. Disponible en internet desde: <<http://www.globalcult.org.ve/monografias.htm>> [Con acceso el 25 de enero de 2010].
- Mato, D. (comp.). (2002). *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Caracas: CLACSO.
- Mattelart, A. & Neveu, E. (2004). *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Paidós. Tít. original: Introduction aux Cultural Studies. 2003. Éditions La Découverte, París. Trad.: Pilles Multingner.
- Mattelart, A. & y Mattelart, M. (2005). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós. Tít. Original: Histoire des théories de la Communications. 1995. París: Éditions La Découverte. Trad.: Antonio López Ruiz y Fedra Egea.
- Mattelart, A. (1989). *La internacional publicitaria*. Madrid: Fundesco. Trad.: Gilles Multigner.
- Mattelart, A. (1993). *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. Madrid:

- Funesco. Trad.: Gilles Multigner.
- Mattelart, A. (1994). Nuevos horizontes de la Comunicación. El retorno de la Cultura. *Telos*, 37.
- Mattelart, A. (2002). *Geopolítica de la cultura*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Mattelart, A. (2005). *Diversidad cultural y mundialización*. Barcelona: Paidós. Trad.: Patrick Ducher.
- Mattelart, A. (2007). ¿Hacia qué “Nuevo Orden Mundial de la Información”? En: Moraes, Dênis de (coord.), *Sociedad mediatizada* (pp. 183-197). Barcelona: Gedisa.
- Mattelart, A. (2009). *Un mundo vigilado*. Barcelona: Paidós. Tit. original La globalisation de la surveillance: Aux origines de l'ordre sécuritaire. 2007 : Éditions La Découverte. Trad. : Gilles Multigner.
- Maturana, H.; y Varela, F. (1991). *Autopoiesis and Cognition: The Realization of the Living* (Boston Studies in the Philosophy of Science). Dordrecht, Países Bajos: Reidel. Título original: De máquinas y seres vivos, (1972).
- Mayorga Rojel, A. J.; Del Valle Rojas, C.; y Nitrihual Valdebenito, L. (2008). Análisis complejo del discurso. Una propuesta metodológica para el estudio de la representación mediática en la prensa escrita. *Revista Anagramas, Número 13, julio – diciembre, 2008*. Medellín, Colombia: Facultad de Comunicación. Universidad de Medellín.
- Mazzella, J. A. (2006). *Las ciencias sociales de nuevo tipo, el saber y la complejidad en la construcción del contexto. Comienzo de análisis de un caso*. En: Solongo Codina, P. L.; Delgado Díaz, C. J. (2006). *La revolución contemporánea del saber y la complejidad social*. Buenos Aires: CLACSO.
- Mbembe, A. (2008). Al borde del mundo. Fronteras, territorialidad y soberanía en África. En VV.AA. (2008). *Estudios poscoloniales, ensayos fundamentales*. Madrid: Traficantes de sueños. Trad.: Marta Malo.
- McBride, S. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- McDowell, L. (2000). *Género, identidad y lugar. Un estudio de las geografías feministas*. Madrid: Cátedra. Trad. Pepa Linares.
- Medina Bravo, P & Rodrigo Alsina, M. (2005). Las emociones como barreras y accesos a la diversidad cultural. *Redes.com, núm. 2, 2005*, (pp. 19-25).
- Meillassoux, C. (1999). *Mujeres, graneros y capitales: economía doméstica y capitalismo*. México: Siglo XXI.
- Mella Márquez, J. M. (2000): “El desarrollo económico y social del Magreb”, en Ferrán de Alfaro, M. G. et.al.: *Magreb, percepción española de la estabilidad en el Mediterráneo, prospectiva hacia el 2010*. Madrid, Instituto Español de estudios Estratégicos [Cuadernos de Estrategia, núm. 106], 69-103.
- Mendes de Barros, L. (2009). Hibridación tecnológica, mediática y cultural. Las mediaciones culturales en el contexto de la globalización. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals, núm. 88* (pp. 143-

- 155).
- Méndez, H. & Constanza, C. (2007). Comunicación e identidad: una aproximación al estudio del consumo. *Universitas Humanística, Núm. 64*. (pp. 291-305).
- Mendieta, E. & Castro-Gómez, S. (1998). Introducción. La traslocalización discursiva de “Latinoamérica” en tiempos de globalización. En: Castro-Gómez, S.; Mendieta, E. (coords.) (1998), *Teorías sin disciplina. Latinamericanismo, poscolonialidad y globalización en debate*. México: Porrúa.
- Mernisi, F. (1995). *El poder olvidado. Las mujeres ante un Islam en cambio*. Barcelona: Icaria.
- Mernisi, F. (2001). *El harén en occidente*. Madrid: Espasa. Tít. Original: Scheherazade goes West, or The European Harem. (2000). Trad.: Inés Belaustegui Trías.
- Mernisi, F. (2008). El adab, o aliarse con el extranjero como estrategia para vencer en un planeta globalizado *Quaderns de la Mediterrània = Cuadernos del Mediterráneo, núm. 10, 2008* dedicado a: *Intercultural Dialogue between Europe and the Mediterranean*, (pp. 285-288).
- Mernisi, F. (1996). Mujeres del Magreb: interlocutoras insoslayables del equilibrio mediterráneo. En: Roqué, M.A. (ed.), (1996), *Las culturas del Magreb: Antropología, historia y sociedad*, (pp. 143-154). Barcelona: Icaria.
- Mernissi, F. (2000). *Marruecos a través de sus mujeres*. Madrid: Ediciones del Oriente y del Mediterráneo. Tit. original: Le Maroc raconté par ses femmes. Trad. Inmaculada Jiménez Morell.
- Messari, M L. (2009). Marruecos y España: Espacio común, memorias distintas. En: Majdoubi, El H.; y Díaz Nosty, B. (eds.), (2009), *El largo Estrecho. Le large Detroit*, (pp. 243-250). Barcelona: Icaria Editorial. Trad. del francés: Bianca Rutherford, El Houssine Majdoubi y Rachid Barhoune. Trad. del español: Pérrine Dagpuat y Hélène Kieffer.
- Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. New York: Oxford University Press.
- Mezzadra, S. (2003). *Capitalismo, migraciones y luchas sociales. Notas preliminares para una teoría de la autonomía de las migraciones*. Este artículo es una versión modificada de la comunicación presentada en el coloquio *Indeterminate! Kommunismus* (Francfort, 7-9 noviembre 2003). Traducido por Transversales. [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.kaosenlared.net/noticia/capitalismo-migraciones-luchas-sociales-notas-preliminares-para-teoria>> [Con acceso el 15 de enero de 2010]
- Mezzadra, S. (2005). *Derecho de fuga. Migraciones, ciudadanía y globalización*. Madrid: Traficantes de Sueños. Trad.: Miguel Santucho.
- Mezzadra, S. (2008). El laberinto de las migraciones. *Puente @ Europa, año VI, número especial, diciembre de 2008*. Buenos Aires: UniBo Buenos Aires.
- Mignolo, W. D. (2003). *Historias locales/diseños globales. Colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo*. Madrid: Ediciones Akal. Trad.: Juan María Madariaga y Cristina Vega Solís.

- Modood, T. (2003). El puesto de los musulmanes en el multiculturalismo. En: AlSayyad, N.; Castells, M. (eds.) (2003), *¿Europa musulmana o euro-islam? Política, cultura y ciudadanía en la era de la globalización*, (pp.155-175). Madrid: Alianza Editorial. Tít. original: Muslim Europe or Euro-Islam: Politics, Culture and Citizenship in The Age of Globalization. Lanham, Maryland USA: University Press of America, (2002). Trad.: Pepa Linares.
- Moïsi, D. (2010). *La geopolítica de las emociones: como las culturas del miedo, la humillación y la esperanza están reconfirmando el mundo*. Grupo editorial Norma USA. Trad.: Hernán D. Caro.
- Mojica, S. (comp.). (2000). *Culturas híbridas – No simultaneidad – Modernidad periférica. Mapas culturales para la América Latina*. Berlín: Wissenschaftlicher Verlag.
- Mora, B. & Montenegro, M. (2009). Fronteras internas, cuerpos marcados y experiencia de fuera de lugar. Las migraciones internacionales bajo las actuales lógicas de explotación y exclusión del capitalismo global. *Athenea Digital - núm. 15: 1-19 (primavera 2009)*(pp. 7-22).
- Moraes Mena, N. (2007). Identidad transnacional, diáspora/s y nación: Una reflexión a partir del estudio de la migración uruguaya en España. En: Mato, D.; Maldonado, A. (coords.), *Cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización. Perspectivas latinoamericanas* (pp. 181-198). Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Moraes, D. (2007). *La tiranía de lo fugaz: mercantilización cultural y saturación mediática*. En: Moraes, Dênis de (coord.), *Sociedad mediatizada*, (pp. 21-38). Barcelona: Gedisa.
- Moraes, D. (coord.). (2005). *Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder*. Barcelona: Intermón Oxfam. Tít. original: Por uma outra comunicação. Río de Janeiro: Editora Record, (2003). Trad.: Pere Comellas Casanova.
- Moraes, D. (coord.). (2007). *Sociedad mediatizada*. Barcelona: Gedisa.
- Moré, I. (2007). *La vida en la frontera*. Madrid: Marcial Pons.
- Morin, E. (1988). *El método III. El conocimiento del conocimiento*. Madrid: Cátedra. Edición original: La Méthode III: La connaissance de la connaissance. Éditions du Seuil, 1986. Trad.: Ana Sánchez.
- Morin, E. (1999). *La mente bien ordenada*. Seix Barral Barcelona, 2000. Edición original: 1999. Trad.: María José Buxó y Dulce Montesinos.
- Morín, E. (2000). Identidad nacional y ciudadanía. En: Gómez García, P. (coord.). (2000). *Las ilusiones de la identidad*, (pp. 17-28). Madrid: Ediciones Cátedra.
- Morin, E. (2004). *Introducción al pensamiento complejo*. México: Gedisa. Tít. original: Introduction à la pensée complexe. París: ESPF Éditeur, (1990). Trad.: Marcelo Pakman.
- Morin, E. (2005). Epistemología de la complejidad. En: Solana Ruiz, José Luis (coord.) (2005), *Con Edgar Morin, por un pensamiento complejo, implicaciones interdisciplinares*, (pp. 27-52). Madrid: Ediciones Akal. Tít. original: L'Intelligence de la complexité. París: L'Harmattan, (1999). Trad. y adaptación: José Luis Solana Ruiz.
- Morley, D. (1993), *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Madrid: Amorrortu Editores.
- Morley, D. (1998). Populismo, revisionismo y los nuevos estudios de audiencia. En: Curran, J.; Morley,

- D.; Walkerdine, V. (comps.) (1998), *Estudios culturales y comunicación, Análisis, producción y consumo cultural de identidad y el posmodernismo*, (pp. 417-438). Barcelona: Paidós Comunicación. Tít. original: Cultural Studies and Communication. Londres: Arnold, Hodder Headline Group. Trad.: Esther Poblete y Jordi Palou.
- Morley, D. y Chen, D. K. (comps.). (1996) *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*. Londres: Routledge
- Mosco, V. (2006). La Economía Política de la Comunicación: una revisión diez años después. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación. 2006. Volumen 11* (pp. 57-79).
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Editorial Huemul.
- Moualhi, D. (2000) Mujeres musulmanas: estereotipos occidentales versus realidad social. *Papers. 60, 2000*, (pp. 291-304).
- Moulier-Boutang, Y. (2006). *De la esclavitud al trabajo asalariado. Economía histórica del trabajo asalariado embridado*. Tres Cantos, Madrid: Ediciones Akal. Tít. original: De l'esclavage au salariat. Economie historique du salariat bridé. París: Presses Universitaires de France (1998). Trad.: Beñat Balza Álvarez, Marisa Pérez Colina y Raúl Sánchez Cellido.
- Moustaoui, A. (2006). *Lengua y legislación en Marruecos*. Barcelona: Centre Internacional Escarré per a les minories Ètniques i les nations, CIEMEN.
- Muñoz, G. (1994). El imaginario español sobre el Islam y el mundo árabe y su influencia en los medios de comunicación. En: Bodas, José; Dragoevich, Adriana (eds.), *El mundo árabe y su imagen en los medios*, (pp. 279-283). Madrid: Editorial Comunica.
- Naïr, S. (2004). *El Imperio frente a la diversidad del mundo*. Barcelona: Debolsillo. Tit. Original: L'empire face la diversité. Trad.: Sara Barceló y María Cordón.
- Naïr, S. (2001). *La inmigración explicada a mi hija*. Barcelona: Plaza y Janés.
- Naji, J. E. (2009b). Educación en medios ante la brecha digital en los países del Sur. *Revista Comunicar. Núm. 32. 2009*, (pp. 41-50).
- Naji, J. E. (2009) Ambiciones y nuevas posturas de la prensa marroquí frente a los poderes políticos y económicos. En: Majdoubi, El H.; y Díaz Nosty, B. (eds.), (2009), *El largo Estrecho. Le large Detroit*, (pp. 15-49). Barcelona: Icaria Editorial. Trad. del francés: Bianca Rutherford, El Houssine Majdoubi y Rachid Barhoune.
- Najmanovich, D. (1998). Interdisciplina: riesgos y beneficios del arte dialógico. *Revista TRAMAS. Publicación de la Asociación Uruguaya de Psicoanálisis de las Configuraciones Vinculares. Tomo IV, Núm. 4*.
- Najmanovich, D. (2005). La complejidad: de los paradigmas a las figuras del pensar. *Complexus. Revista de Complejidad, Ciencia y Estética, Vol. 1, núm. 2, marzo 2005*, (pp. 67-76). Santiago de Chile: Corporación Sintesis.
- Nash, M. (1995). Identidades, representación cultural y discurso de género en la España Contemporánea. En: Chalmeta, P.; Checa Cremades, F.; et al., *Cultura y culturas en la Historia*. Salamanca:

Universidad de Salamanca.

- Nash, M. (2001). Diversidad, multiculturalismos e identidades: perspectivas de género. En: Nash, Mary; Marre, Diana (eds.), *Multiculturalismos y género: perspectivas interdisciplinarias*, (pp. 21-47). Barcelona: Edicions Bellaterra.
- Nash, M. (2005). *Inmigrantes en nuestro espejo. Inmigración y discurso periodístico en la prensa española*. Barcelona: Icaria.
- Nash, M. (2008). Representaciones culturales, imaginario y comunidad imaginada en la interpretación del universo multicultural. En: VVAA., *La política de lo diverso. ¿Producción, reconocimiento o apropiación de lo intercultural? I Training Seminario de Jóvenes Investigadores en Dinámicas Interculturales*, (pp. 13-22). Barcelona: Fundació CIDOB.
- Nash, M. (2007). Repensar las representaciones mediáticas de las mujeres. *IEMed*, 7, (pp. 50-62).
- Nash, M.; y Torres, G. (eds.). (2009). *Los límites de la diferencia. Alteridad cultural y prácticas sociales*. Madrid: Icaria
- Nawar, I. (2003). Los medios de comunicación controlados por el estado han fallado a los árabes. *Med.2003*, (pp. 56-57).
- Ndiaye, N. (2006), *Mujeres, migración y desarrollo*, México: Organización Internacional para las Migraciones.
- Nini, R. (2002). *Diario de un ilegal*. Madrid: Ediciones del Oriente y del Mediterráneo.
- Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós comunicación. Tit. original: *The Spiral of Silence. Public Opinion - Our Social Skin*. The University Chicago Press, Chicago y Londres. Trad.: Javier Ruiz Calderón.
- Nugent, P. & Asiwaju, A. I. (eds.). (1998). *Fronteras africanas. Barreras, canales y oportunidades*. Barcelona: Ediciones Bellaterra. Trad. Francisco Ramos.
- Nugent, P. & Asiwaju, A.I. (1998). Introducción. La paradoja de las fronteras africanas. En: Nugent, Paul; Asiwaju, A. I. (eds.), *Fronteras africanas. Barreras, canales y oportunidades*. Barcelona: Ediciones Bellaterra. Trad.: Francisco Ramos.
- Núñez Villaverde, J.A.; y García Luengos, J. (2004). *Redes sociales en Marruecos. La emergencia de la sociedad marroquí*. Barcelona: Icaria.
- Nye, J. S. (2003). *La paradoja del poder norteamericano*. Madrid: Taurus.
- Ohmae, K. (2000). *The Invisible Continent: Four Strategic Imperatives of the New Economy*. New York: Harper Business.
- Onghena, Y. (2008). Transculturalismo e identidad de relación. *Quaderns de la Mediterrània= Cuadernos del Mediterráneo, número 10, 2008*, (pp. 366-369). Barcelona: Institut Català de la Mediterrània.
- ONU. (2004). *Informe sobre España de la Relatora Especial para los Derechos de los Migrantes*, Sra. Gabriela Rodríguez Pizarro, de conformidad con la resolución 2003/46 de la Comisión de Derechos Humanos. 14 de enero de 2004. [Documento en línea]. Disponible en:

- <<http://www.acnur.org/biblioteca/pdf/3152.pdf>> [Con acceso el 21 de septiembre de 2010].
- Orozco Gómez, G. (1991) La audiencia frente a la pantalla. *Diálogos de la comunicación*, número 30, 1991.
- Orozco Gómez, G. (1991). La mediación en juego: televisión, cultura y audiencias. *Comunicación y Sociedad*, núm. 10/11, (pp. 107-128). Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, Universidad de Guadalajara, México. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/10-11_1991/107-128.pdf> [Con acceso el 14 de enero de 2010].
- Orozco Gómez, G. (2001). Travesías y desafíos de la investigación de recepción en América Latina. *Portal de la Comunicación del INCOM*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Orozco Gómez, G. (2007). Comunicación social y cambio tecnológico: un escenario de múltiples desordenamientos. En: Moraes, Dênis de (coord.) (2007), *Sociedad mediatizada*, (pp. 99-118). Barcelona: Gedisa.
- Orozco Gómez, G. (coord.). (1994). *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. México: Universidad Iberoamericana.
- Ortiz, R. (1996). La modernidad-mundo. Nuevos referentes para la construcción de las identidades colectivas. Ponencia presentada en el seminario sobre *Fronteras culturales: Comunicación e identidad en América Latina*, celebrado en Stirling (Escocia), el 16 de octubre de 1996.
- Oso Casas, L. (2003). *Estrategias migratorias de las mujeres ecuatorianas y colombianas en situación irregular. Servicio doméstico y prostitución en Galicia, Madrid y Pamplona*. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.mmo.gr/pdf/library/Spain/laura_oso_en%20espanol.pdf> [Con acceso el 21 de septiembre de 2010].
- Oso Casas, L. (2005). *Las jefas de hogar en un contexto migratorio. Modelos y rupturas*. En: Checa Olmos, Francisco (ed.). (2005). *Mujeres en el camino. El fenómeno de la migración femenina en España*. Barcelona: Icaria Editorial. (pp. 85-104).
- Ostrom, E.; T. K. Ahn. (2003). Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva. *Revista Mexicana de Sociología*, Año LXV, Núm. 1, enero- marzo, 2003, (pp. 155-233).
- Pajares, M. (2009). *Inmigración y mercado de trabajo. Informe 2009*. Madrid: Ministerio de Trabajo e Inmigración.
- Pajares, M. (2010). *Inmigración y mercado de trabajo. Informe 2010*. Madrid: Ministerio de Trabajo e Inmigración.
- Palmer, T. G. (2006). *Globalización y cultura: Homogeneidad, diversidad, identidad, libertad*. [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.elcato.org/node/1425>> [Con acceso el 14 de enero de 2010].
- Paoli, J. A. (1994). Recepción, significado y sistema simbólico. En: Orozco, G. (coord.) (1994), *Televidencias. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, (pp. 107-

- 125). México: Universidad Iberoamericana.
- Papastergiadis, N. (2000). *The turbulence of migration: globalization, deterritorialization, and hybridity*. Cambridge: Polity Press and Blackwell Publisher Ltd.
- Park, R. E. (1928). *Las migraciones humanas y el hombre marginal*. "Human Migrations and the Marginal Man". Publicado originalmente en *American Journal of Sociology*, 1928 (mayo), núm. 33, (pp. 881-893). Recogido posteriormente en el libro recopilatorio de Robert E. Park, *On Social Control and Collective Behavior*, editado por Ralph H. Turner, The University of Chicago Press, Chicago, 1967, (pp. 194-206). Trad: Emilio Martínez. [Documento en línea] Disponible en: <[http://www.ub.es/geocrit/sn-75.htm#LAS MIGRACIONES HUMANAS Y EL HOMBRE](http://www.ub.es/geocrit/sn-75.htm#LAS_MIGRACIONES_HUMANAS_Y_EL_HOMBRE)>. [Con acceso el 14 de enero de 2010].
- Park, R. E. (1999). *La ciudad y otros ensayos de ecología humana*. Barcelona: Ediciones del Serbal. Estudio preliminar y traducción: Emilio Martínez.
- Pastor, M. (2006). Love-letters-for-you.txt.vbs. En: Pérez Pont, José Luis (2006), *Geografías del desorden: migración, alteridad y nueva esfera social*, (pp. 287-294). Valencia: Universidad de Valencia, Cabildo de Fuerteventura y Gobierno de Aragón.
- Payne, M. (dir.). (2002). *Diccionario de teoría crítica y estudios culturales*. Buenos Aires: Paidós. Tít. original: *A Dictionary of Cultural and Critical Theory*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd. UK. (1996). Trad.: Patricia Willson.
- Pech Salvador, C., Rizo García, M. & Romeu Aldaya, V. (2009). El *habitus* y la intersubjetividad como conceptos clave para la comprensión de las fronteras internas. Un acercamiento desde las propuestas teóricas de Bourdieu y Schütz. *Frontera Norte, Vol. 21, núm. 41, enero-junio de 2009*.
- Pedone, C. (2001). Los medios de comunicación y la inmigración: la inmigración ecuatoriana en la prensa española. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, 94: 43*. [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.ub.es/geocrit/sn-94-43.htm>> [Con acceso el 14 de enero de 2010].
- Pedone, C. (2002). Las representaciones sociales en torno a la inmigración ecuatoriana a España. *Iconos 14*, (pp. 56-66).
- Pedone, C. (2006). *Estrategias migratorias y poder: Tú siempre jalas a los tuyos*. Quito: Abya-yala.
- Peñaranda Cólera, C. (2008). ¿Tecnologías que acercan distancias? Sobre los 'claroscuros' del estudio de la(s) tecnología(s) en los procesos migratorios transnacionales. En: Santamaría, Enrique (ed.), *Retos epistemológicos de las migraciones transnacionales*, (pp. 133-164). Barcelona: Anthropos.
- Perceval, J.M. (2007) Entre el humor y el furor: sátira y visión de occidente en los medios de comunicación del mundo árabo-musulmán. *Quaderns del CAC, núm. 27*, (pp. 37-45).
- Pereira, J. M.; Villadiego, M. (eds.). (2003). *Comunicación, cultura y globalización: memorias*. Cátedra Unesco de Comunicación. Bogotá: CEJA.
- Pérez Díaz, V., Álvarez-Miranda, B. y González-Enríquez, C. (2002). *España ante la inmigración*. Barcelona: Fundación La Caixa.

- Pérez Galán, B. & Dietz, G. (eds.). (2003). *Globalización, resistencia y negociación en América Latina*. Madrid: Libros de la Catarata.
- Pérez Orozco, A.; Paiewonsky, D.; y García Domínguez, M. (2008) *Cruzando fronteras II: Migración y desarrollo desde una perspectiva de género*. Santo Domingo, República Dominicana: Instituto Internacional de Investigaciones y Capacitación de las Naciones Unidas para la Promoción de la Mujer (UN-INSTRAW)
- Pérez Pont, J. L. (2006). *Geografías del desorden: migración, alteridad y nueva esfera social*. Valencia: Universidad de Valencia, Cabildo de Fuerteventura y Gobierno de Aragón.
- Pérez Rubio, A. M. & Foio, S. (2005). *Ciudadanía, imaginario social y representaciones sociales*. Comunicaciones Científicas y Tecnológicas 2005 de la Universidad Nacional del Nordeste, Chaco-Corrientes, Argentina.
- Pérez Tapias, J. A. (2000). ¿Identidades sin fronteras? Identidades particulares y derechos humanos universales. En: Gómez García, Pedro (coord.), *Las ilusiones de la identidad*, (pp. 55-98). Madrid: Ediciones Cátedra.
- Piastro, J. (2008). Consideraciones epistemológicas y teóricas para una nueva comprensión de las identidades. En: Santamaría, E. (ed.) (2008), *Retos epistemológicos de las migraciones transnacionales*, (pp. 17-29). Barcelona: Anthropos.
- Pimentel Siles, M., (coord.). (2002). *Procesos migratorios, economía y personas* Almería: Cajamar.
- Pinxten, Rik. (2009). La cosmopolítica y el yo dialógico. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, núm. 88 (2009), (pp. 53-65).
- Pinyol Jiménez, G. (2007). España en la construcción del escenario euroafricano de migraciones. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, núm. 79-80, (pp. 87-105). [Documento en línea] Disponible en: <www.cidob.org/es/content/download/6550/65470/file/pinyol_79_80.pdf> [Con acceso el 14 de enero de 2010].
- Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística* 3(1), 2002, (pp. 1-42).
- PNUD (2008). *Informe sobre el Desarrollo Humano 2007/2008. La lucha contra el cambio climático. Solidaridad frente a un mundo dividido*. [Documento en línea] Capítulos disponibles en: <<http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2007-2008/chapters/spanish/>> [Con acceso el 21 de septiembre de 2010].
- PNUD. (1998). *Informe sobre desarrollo humano 1998. Consumo para el desarrollo humano*. Madrid: Mundi Prensa.
- PNUD. (2000). *Derechos humanos y desarrollo humano*. Madrid: Mundi-Prensa.
- PNUD. (2002). *Profundizar en la democracia en un mundo fragmentado*. Madrid: Mundi-Prensa.
- PNUD. (2002b). *The arab human development report. Creating Opportunities for Future Generations*. New York: United Nations Publications.
- PNUD. (2004). *Human Development Report 2004: Cultural Liberty in Today's Diverse World*. Nueva

York: PNUD.

PNUD. (2009). *Informe sobre el Desarrollo Humano, 2009. Superando barreras: Movilidad y desarrollo humanos*. Madrid: Mundi-Prensa.

Portail National du Maroc. *Gouvernement du Royaume du Maroc*. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.maroc.ma/NR/exeres/C3B724BD-5C60-4D31-B80E-4FC70D5538EA.htm> [Con acceso el 25 de abril de 2008].

Portes, A. (2005). *Un Diálogo Norte-Sur: El progreso de la teoría en el estudio de la migración internacional y sus implicaciones*. Princeton University. CMD Working Paper #05-02k, January. Princeton.

Portes, A., Escobar, C. & Walton Radford, A. (2006). Organizaciones transnacionales de inmigrantes y desarrollo: un estudio comparativo. *Migración y Desarrollo, enero-junio 2006*. Trad.: Luis Rodolfo Morán,

Pratt, M. L. (2006). ¿Por qué la Virgen de Zapopan fue a Los Ángeles? Algunas reflexiones sobre la movilidad y la globalidad. *A Contracorriente, Revista de Historia Social y Literatura en América Latina, ISSN 1548-7083, vol. 3, núm. 2, 2006*, (pp. 1-33).

Pries, L. (2002). La migración transnacional y la perforación de los contenedores de estados-nación. *Estudios Demográficos y Urbanos, 5*, (pp. 571-579).

Provansal, D. (1999). ¿De qué migración hablamos? Desde los conceptos a las prácticas sociales. En: Checa, F.; y Soriano, E. (eds.), (1999), *Inmigrantes entre nosotros: trabajo, cultura y educación intercultural*, (pp. 17-32). Barcelona: Icaria.

Pumares, P. (2002). La inmigración subsahariana y la política de extranjería en España. En: Oficina Internacional del Trabajo, *La inmigración irregular subsahariana a través y hacia Marruecos*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo (OIT).

Puwar, N. (2004). *Space invaders: Race, genders and bodies out of place*. New York: Berg Editorial.

Quijano, A. (2000). Colonialidad del poder, cultura y conocimiento en América Latina. *Dispositio / n: American journal of cultural histories and theories, ISSN 0734-0591, núm. 51, 2000*, (pp. 137-148).

Ramírez Fernández, Á.; y Jiménez Álvarez, M. (2005). *Las otras migraciones: la emigración de menores marroquíes no acompañados a España*. Madrid: Akal.

Ramírez Kuri, P. (coord.). (2003). *Espacio público y reconstrucción de la ciudadanía*. México: FLACSO/Miguel Ángel Porrúa.

Ramírez Velázquez, B. R. (2009). Alcance y dimensiones de la movilidad: aclarando conceptos. *Ciudades, núm. 82, abril-junio, 2009*. México: Red Nacional de Investigación Urbana.

Ramonet, I. (2000). *La golosina visual*. Madrid: Editorial Debate.

Ramonet, I. (2001). *La tiranía de la comunicación*. Barcelona: Editorial Debate.

Ramonet, I. (1997). *Un mundo sin rumbo. Crisis de fin de siglo*. Madrid: Editorial Debate.

- Ranci re, J. (2006). *El odio a la democracia*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Rausell Küster, C. & Rausell Küster, P. (2002). *Democracia, información y mercado. Propuestas para democratizar el control de la realidad*. Madrid: Tecnos.
- Ray, D. (2001). *Notes on aspirations and the poor*. Manuscrito no publicado. New York University.
- Ray, D. (2002). *Economía del desarrollo*. Barcelona: Antoni Bosch. Tít. original: Development Economics. Princeton: Princeton University Press.
- RDH50 (2006a). *Rapport Général "50 ans de développement humain au Maroc et perspectives 2025"*. [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.rdh50.ma/fr/general.asp>> [Con acceso el 11 de enero de 2010].
- RDH50 (2006b). *Une illustration Graphique de 50 ans de Développement*. [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.rdh50.ma/fr/pdf/RDH50.pdf>> [Con acceso el 11 de enero de 2010].
- Reffas, M. (1995). Des motifs de l'emigration marocaine vers L'Europe. En *Le Maroc et la Hollande; una approche comparative Des grands int r ts communs. FLSH, Rabat, Colloques et S minaires, número 39, 1995*.
- Reffas, M. (1993) Un siècle d' migration marocain vers l' tranger. *Revue de Géographie du Maroc, vol. 15, núm. 1-2, (pp. 7-21)*.
- Reguillo, R. (2005). Los estudios culturales. El mapa incómodo de un relato inconcluso. *Redes.com, núm. 2, (pp. 189-199)*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Reigada Olaizola, A., y Moreno Gálvez, F. J. (2004). La exclusión social de los inmigrantes en los medios de comunicación: experiencias y propuestas de acción desde la comunicación para el desarrollo. *Actas del IV Congreso de la inmigración en España: Ciudadanía y participación*.
- Reigada Olaizola, A. (2009). Pensar la(s) diferencia(s) desde la comunicación: inmigración femenina y discursos sociales. En: *IX Congreso IBERCOM Sevilla-Cádiz, 2006. Iberoam ricacomunicaci n, cultura y desarrollo en la era digital* [Recurso electrónico]: ibercom 06, IX Congreso Iberoamericano de Comunicación / coord. Sierra Caballero F., 2009. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Rex, J. (1998). La identidad nacional en el estado democrático multicultural. *Revista mexicana de sociología, 1, (pp. 21-35)*. 1998. México: Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.
- Ribas Mateos, N. (1999). *Las presencias de la inmigración femenina. Un recorrido por Filipinas, Gambia y Marruecos en Cataluña*. Barcelona: Icaria.
- Ribas Mateos, N. (2005). Todo por la familia. La emigración de las mujeres desde el origen. En Checa Olmos, F. (2005) *Mujeres en el camino. El fenómeno de la migración femenina en España*, (pp. 105-116). Barcelona: Icaria.
- Ribas Mateos, N. y Escrivá Chorda, A. (2004). *Migración y desarrollo: Estudio sobre remesas y otras prácticas transnacionales en España*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas CSIC, Instituto de Estudios Sociales Avanzados.
- Ribas, M. (2008). Discurso parlamentario e inmigración. En Ba n n, Antonio M.; y Fornieles, Javier

- (eds.), (2008), *Manual sobre comunicación e inmigración*, (pp. 453-467). San Sebastián: Tercera prensa.
- Ricoeur, P. (1976). *Teoría de la Interpretación*. México: Siglo XXI / Universidad Iberoamericana, México. 1995. Tít. original: *Interpretation Theory: Discourse and the Surplus of Meaning*. (1976). Fort Worth: Texas Christian Press.
- Ricoeur, P. (2000). Narratividad, fenomenología y hermenéutica. *Anàlisi*, núm. 25, 2000, (pp. 189-207). Barcelona: UAB.
- Ritzer, G. (1993). *Teoría sociológica contemporánea*. Madrid: McGraw-Hill. Trad. de la tercera edición en inglés *Contemporary sociological Theory*: María Teresa Casado Rodríguez.
- Ritzer, G. (1999). *La Macdonalización de la sociedad. Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana*. Barcelona: Ariel. Tít. original: *The McDonalization of Society*. (1993). Trad.: Ignacio Hierro y Ricard Hierro.
- Ritzer, G. (2000). *El encanto de un mundo desencantado. Revolución en los medios de consumo*. Barcelona: Editorial Ariel. Tít. original: *Enchanting a Disenchanted World*. Newbury Park, CA: Pine Forge Press, (1999). Trad.: Francisco Ramos.
- Rizo García, M. (2004). Comunicación e interacción social. Aportes de la comunicología al estudio de la ciudad, la identidad y la inmigración. *Global Media Journal*, núm. 2, otoño 2004.
- Rizo García, M. (2009). Intersubjetividad y comunicación intercultural. Reflexiones desde la sociología fenomenológica como fuente Científica histórica de la comunicología. *Perspectivas de la comunicación*, vol. 2, núm. 2, 2009, (pp. 45-53). Temuco, Chile: Universidad de la Frontera.
- Rizo García, M. (2009a). Sociología Fenomenológica y Comunicología Histórica. La Sociología Fenomenológica y sus aportaciones al pensamiento en comunicación. *Mediaciones Sociales*, núm. 4, 1 semestre 2009, (pp. 75-111). Madrid: Universidad Complutense.
- Rizo García, M. (2009b). Sociología Fenomenológica y Comunicología: Sociología Fenomenológica y sus aportes a la comunicación interpersonal y mediática. *Fronteiras – Estudos mediáticos 11 (1)*, janeiro/abril 2009, (pp. 25-32).
- Rizo García, M. (2004). Comunicación e interacción social. Aportes de la comunicología al estudio de la ciudad, la identidad y la inmigración. *Global Media Journal Edición México*, 1 (2). [Documento en línea] Disponible en: <http://gmje.mty.itesm.mx/articulos2/martarizo_ot04.html> [Con acceso el 21 de septiembre de 2010].
- Robins, K. (2006). *The Challenger of transcultural diversities. Cultural policy and cultural diversity*. Bruselas: Consejo de Europa.
- Robins, K. (2008) El reto de las diversidades transculturales. *Revista CIDOB d'afers internacionals* núms. 82-83, 2008, dedicado a *Fronteras: Transitoriedad y dinámicas interculturales*, (pp. 67-75). Barcelona: Fundació CIDOB.
- Rodrigo Alsina, M. (1999). *La comunicación intercultural*. Barcelona: Anthropos.
- Rodrigo Alsina, M. (2005). La alternatividad de la comunicación intercultural. *Anthropos, Huellas del*

- conocimiento, núm. 209, (pp. 53-60).*
- Rodrigo, M. (2008). Inmigración y comunicación intercultural: Negociando identidades. En: Bañón, A. M.; y Fornieles, J. (eds.), (2008), *Manual sobre comunicación e inmigración*, (pp. 19-36). San Sebastián: Tercera prensa.
- Rodríguez García, E. (2005). Mujeres inmigradas y medios de comunicación. Movimientos sociales en búsqueda de una representación propia. En: Checa Olmos, Francisco (ed.), *Mujeres en el camino. El fenómeno de la migración femenina en España*, (pp. 169-192). Barcelona: Icaria.
- Rodríguez Martínez, P.; y Lahbabi, F. (2005). *Migrantes y trabajadoras del sexo*. Sevilla: Del Blanco editores.
- Rodríguez Victoriano, J.M. (2003). La producción de la subjetividad en los tiempos del neoliberalismo: hacia un imaginario con capacidad de transformación social. *Cuadernos de Relaciones Laborales 2003, 21, núm. 1*, (pp. 89-105).
- Roqué, M.A. (ed.). (1996). *Las culturas del Magreb: Antropología, historia y sociedad*. Barcelona: Icaria.
- Roqué, M.À. (dir.). (2002). *La sociedad civil en Marruecos. La emergencia de nuevos actores*. Barcelona: Icaria.
- Roque, M.À. (ed.). (1997). *Identidades y conflicto de valores. Diversidad y mutación social en el Mediterráneo*. Barcelona: Icaria.
- RSF Reporteros sin Fronteras. (2007). *Informe anual 2007 Marruecos* [documento en línea] Disponible en: <http://www.rsf.org/article.php3?id_article=20861> [Con acceso el 25 de abril de 2008].
- Ruiz Olabuénaga, J.I. (2007). *La movilidad en la sociedad española. Nomadismo y Etopía*. Madrid: Academia Europea de Ciencias y Artes.
- Rusconi, C. (1997). *Un lugar en el mundo. Significados y valoraciones de lo local*. Ponencia presentada en las III Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación «Comunicación: campos de investigación y prácticas», Mendoza-Argentina, Universidad Nacional de Cuyo. [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.feyalegria.org/libreria/portal.php?caso=2&id=5229>>. [Con acceso el 14 de enero de 2010].
- Rusconi, C. (2002). *Noticias y audiencias locales. La ciudad que se construye en la recepción*. ALAIC 2002, Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación Ciencias de la Comunicación y Sociedad: Un Diálogo para la Era Digital. Enfrentando la brecha entre academia y sociedad. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia del 5 al 8 de junio de 2002.
- Sádaba Rodríguez, I. (2007). Teorías sobre poder y control en el ciberespacio. En López, Sara (ed.), Busón, Carlos; Martínez, Carlos; Sádaba, Igor. *Poder y control en el ciberespacio*. Madrid: UNED.
- Sadiqi, F. (2003). *Women, Migration and the Media in Morocco*. Seminario MetroMed, organizado por el Proyecto internacional Metropolis y celebrado los días 10, 11 y 12 de diciembre de 2003 en Milán. [Documento en línea]. Disponible en: <http://international.metropolis.net/events/Metromed/Sadiqi_e.pdf> [Con acceso el 21 de septiembre de 2010].

- Sahlins, P. (2000). Repensando Boundaries. En: Grimson, Alejandro (comp.), (2000), *Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Said, E. W. (2005). *Cubriendo el Islam. Cómo los medios de comunicación y los expertos determinan nuestra visión del resto del mundo*. Barcelona: Debate. Tít. original: *Covering Islam*. Routledge & Kegan Paul, (1981). Trad.: Bernardino León Gross.
- Salmon, C. (2008). *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Ediciones Península. Edición original: París, Éditions La Découverte (2007). Trad.: Inés Bértolo.
- Sampedro Blanco, J. F. (ed.). (2003). *La pantalla de las identidades: medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*. Barcelona: Icaria.
- Sampedro Blanco, J.F. (2003). Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad. En: Sampedro Blanco, J. F. (ed.) (2003), *La pantalla de las identidades: medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*, (pp. 9-26). Barcelona: Icaria.
- San Martín, D. (2009). El riesgo como dispositivo de gobierno en la sociedad de control. Algunas notas sobre Frontex. En: VV.AA. (2009), *La globalización en crisis. Gubernamentalidad, control y política de movimiento*. Málaga: Centro de Ediciones de la Diputación Provincial de Málaga – Cedma y Universidad Libre Experimental, Casa Invisible y Universidade Invisibel.
- San Nicolás Romera, C. (2007). Estandarización vs. Codificación: reflexiones en torno a la marca en el contexto del capitalismo de producción simbólica. En: Hellín Ortuño, P. A. (coord.), *Imágenes de la cultura. Cultura de las imágenes. Interculturalidad. Interdisciplinaridad. Transnacionalismo*, (pp. 117-127). Murcia: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia.
- Sánchez Jiménez, J.A. (2001). El impacto de la globalización en el Mediterráneo sur. *Alharaca: Revista electrónica de Estudios árabes y Mediterráneos*, núm. 8, 2001. [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.uam.es/departamentos/filoyletras/earabes/alharaca/alharaca.htm>> [Con acceso el 21 de septiembre de 2010].
- Sánchez Noriega, J. L. (2002). *Crítica de la seducción mediática. Comunicación y cultura de masas en la opulencia informativa*. Madrid: Tecnos. Edición original: 1997.
- Sánchez Parga, J. (1999). La comunicación entre el Norte y el Sur. En: VV.AA., (1999), *Sur y comunicación. Una nueva cultura de la información*, (pp. 113-125). Barcelona: Icaria, Medicus Mundi.
- Sánchez Picón, A.; y Aznar Sánchez, J. Á. (2002). Diversidad migratoria en las dos orillas del Mediterráneo. De las experiencias históricas al desafío actual. En: *Procesos migratorios, economía y personas*. Almería: Cajamar.
- Santamaría, E. (1994). El cerco de papel... o los avatares de la construcción periodística del (anti)sujeto europeo. En: VVAA., (1994), *Extranjeros en el paraíso*, (pp. 207-218). Barcelona: Editorial Virus.
- Santamaría, E. (2002). *La incógnita del extraño. Una aproximación a la significación sociológica de la "inmigración no comunitaria"*. Barcelona: Anthropos.

- Santamaría, E. (2002b). Inmigración y barbarie. La construcción social y política del inmigrante como amenaza. *Papers número 66. Revista de sociología*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Santamaría, E. (ed.). (2008). *Retos epistemológicos de las migraciones transnacionales*. Barcelona: Anthropos.
- Santamaría, E. (1993). (Re) presentación de una presencia. La “inmigración” en y a través de la prensa diaria. *Archipiélago. Cuadernos de crítica de la cultura, núm. 12*. Barcelona: Editorial Archipiélago.
- Santamarina, C. (2005). *Consumo y ocio de los emigrantes latinoamericanos en España. Un acercamiento desde la perspectiva cualitativa*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Sartori, G. (1988). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus Pensamiento.
- Sartori, G. (2001). *La sociedad multiétnica. Pluralismo, multiculturalismo y extranjeros*. Editorial Taurus. Madrid.
- Sassen, S. (2003). *Contradeografías de la globalización. Género y ciudadanía en los circuitos transfronterizos*. Madrid: Traficantes de sueños. Trad.: Amanda Pastrana Izquierdo, Claudia Laudano, Amaia Pérez Orozco, Luis Antonio Núñez
- Sassen, S. (2006). Formación de las migraciones internacionales: implicaciones políticas. *Revista internacional de filosofía política, Núm. 27, 2006*, dedicado a: *Inmigración, estado y ciudadanía*, (pp.19-40).
- Sassen, S. (2007). *Una sociología de la globalización*. Buenos Aires, Katz. Tít. original: *A Sociology of Globalization*. Nueva York: Norton & Company Ltd.
- Sassi, A. (2006). Migración internacional marroquí: balance y perspectivas. En: González Gutiérrez (coord.). (2006). *Relaciones Estado-díaspóra: aproximaciones desde cuatro continentes*, (pp. 137-155). Colección América Latina y el Nuevo Orden Mundial. México: Miguel Ángel Porrúa, UAZ, Secretaría de Relaciones Exteriores, Instituto de los Mexicanos en el Exterior, ANUIES.
- Scollon, R. (2003). Acción y texto: para una comprensión conjunta del lugar del texto en la (inter)acción social, al análisis mediato del discurso y el problema de la acción social. En: Wodak, R. y Meyer, M. (comps.), (2003), *Métodos de análisis crítico del discurso*, (pp. 205-266). Barcelona: Gedisa. Tit. original: *Methods of Critical Discourse Analysis*. 2001. Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications. Trad.: Tomás Fernández Aúz y Beatriz Eguibar.
- Scott, J. W. (2001): Experiencia. *Revista La ventana, 2001, N° 13*. Trad. Moisés Silva. Tit. original *Feminists Theorize the Political*, editado por Judith Butler y Joan W. Scott, Routledge, Inc., 1992. [Documento en línea]. Disponible en: <<http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/ppperiod/laventan/Ventana13/ventana13-2.pdf>> [Con acceso el 21 de septiembre de 2010].
- Schlosser, E. (2004). *Porno, marihuana y espaldas mojadas. La economía sumergida en Estados Unidos*. Barcelona: Debate.

- Scholte, J. A. (2000). *Globalization*. Nueva York: San Martin's Press.
- Selva Masoliver, M. & Solà Arguimbau, A. (2004). Modos de representación. Sujeto y tecnologías de la imagen. En: Ardèvol, E.; Muntañola, N. (coords.), (2004), *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*. Barcelona: Editorial UOC.
- Sen, A. (2000). Compromiso social y democracia: las demandas de equidad y el conservadurismo financiero. En: Atkinson A.B.; Dworkin R.; Hirsman A. O.; Hobsbawm E. J.; Sen, A.; Wedderburn, D., (2000), *Vivir como iguales. Apología de la justicia social*, (pp. 21-56). Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Tít. original: Living as Equals. Oxford: Oxford University Press (1996). Compilador: Baker Paul. Trad.: J. Francisco Álvarez Álvarez.
- Sen, A. (1995). La elección social y la justicia. En: Sen, A. (1995). *Nueva economía del bienestar. Escritos seleccionados*. Valencia: Universidad de Valencia. Tít. original: Journal of Economic Literature, núm. 23, diciembre de 1985. Trad.: E. L. Suárez.
- Sen, A. (1995). *Nueva economía del bienestar. Escritos seleccionados*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Sen, A. (2007). *Identidad y violencia. La ilusión del destino*. Buenos Aires: Katz. Tít. original: Identity and violence. The Illusion of destiny. 2006. Nueva York: Norton and Company Limited. Trad.: Verónica Inés Weinstabl y Servanda María de Hagen
- Sid Ahmed, A. (2004). Migraciones y desarrollo en el Mediterráneo: lecciones y perspectivas a la luz del acuerdo de Barcelona. En: Aubarell, G. y Zapata-Barrero, R. (eds.), (2004), *Inmigración y procesos de cambio. Europa y el Mediterráneo en el contexto global*, (pp.57-104). Barcelona: Icaria editorial.
- Sierra Caballero, F. (2003a). Comunicación y migración. Matrices y lógicas para pensar el cambio social. En: Contreras, F.; González Galiana, R. y Sierra, F. (coords.). (2003). *Comunicación, cultura y migración*, (pp., 183-206). Sevilla: Junta de Andalucía.
- Sierra Caballero, F. (2003b). Globalización y cosmópolis. En: Pereira, J. M.; Villadiego, M. (eds.). (2003), *Comunicación, cultura y globalización: memoria de la Cátedra Unesco de Comunicación*, (pp. 133-161). Bogotá: CEJA.
- Sierra Caballero, F. (2003c). La agenda de los Estudios Culturales en comunicación. Cartografiar el cambio social. En Aparici, R.; y Marí Sáez, V., (2003), *Cultura popular, industrias culturales y ciberespacio*, (pp. 251-272). Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Sierra Caballero, F. (2005). Comunicación, ciudadanía y desarrollo social. En Tanius Karam (coord.), (2005), *Mirada a la ciudad desde la comunicación y la cultura*, (pp.165-204). México: Universidad Autónoma de Ciudad de México.
- Sierra Caballero, F. (2005a). Crítica cultural y cultura de masas. La institucionalización de los estudios culturales ante el cambio social. En *Redes.com*, núm. 2, (pp. 213-230). Sevilla: Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo.
- Sierra Caballero, F. (2006). *Comunicación y desarrollo social. Fundamentos teóricos y prácticos*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

- Sierra Caballero, F. (2003): Los conflictos de la comunicación en la sociedad de la información. *Redes.com*, núm. 1. Sevilla: Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo.
- Silva, V. (2008). Los estudios culturales y los estudios en comunicación: una crítica desde el entre y los bordes contraculturales. En: Del Valle, C.; Browne, R.; Nitrihual, L.; Mayorga, J.; Silva, V. (eds.), (2008), *Contrapuntos y entrelíneas sobre cultura, comunicación y discurso*, (pp. 96-109). Temuco, Chile: Ediciones Universidad de La Frontera.
- Silvey, R. (2004). Power, difference and mobility: feminist advances in migration studies. *Progress in human geography*, vol. 28, núm. 4, 2004, (pp. 490-506).
- Simon, G. (dir.). (1990). *Les effets des migrations internationales sur les pays d'origine: le cas du Maghreb*. París: SEDES.
- Sinclair, J. (2005). De latinoamericanos a latinos. La televisión en español y sus audiencias en Estados Unidos en *Telos, cuadernos de comunicación e innovación*. [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.campusred.net/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=1&rev=64>> [Con acceso el 14 de enero de 2010].
- Sklair, L. (2003). *Sociología del sistema global: el impacto socioeconómico y político de las corporaciones transnacionales*. Barcelona: Gedisa. Trad.: María Laura Pardo.
- Sodré, M. (2005). La globalización como neobarbarie. En: De Moraes, D. (coord.), (2005), *Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder* (pp. 11-26). Barcelona: Intermón Oxfam. Tít. original: Por uma outra comunicação. 2003. Río de Janeiro: Editora Record. Trad.: Pere Comellas Casanova.
- Solana Ruiz, J. L. (2000). Identidad cultural, racismo y antirracismo. En: Gómez García, Pedro (coord.), *Las ilusiones de la identidad*, (pp. 99-126). Madrid: Ediciones Cátedra.
- Solana Ruiz, J. L. (coord.). (2005). *Con Edgar Morin, por un pensamiento complejo, implicaciones interdisciplinarias*. Madrid: Akal.
- Solé, C. (coord.). (2001). *El impacto de la inmigración en la economía y en la sociedad receptora*. Barcelona: Anthropos
- Sotolongo Codina, P. L. & Delgado Díaz, C. J. (2006). *La revolución contemporánea del saber y la complejidad social. Hacia unas ciencias de nuevo tipo*. Buenos Aires: CLACSO.
- Spener, D. (2008). El apartheid global, el coyotaje y el discurso de la migración clandestina: distinciones entre violencia personal, estructural y cultural. *Migración y desarrollo*, núm. 10 (pp. 127-156). [Documento en línea]. Disponible en: <<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=66001006>> [Con acceso el 21 de septiembre de 2010].
- Stallaert, C. (2004). *Perpetuum mobile. Entre la balcanización y la aldea global*. Barcelona: Anthropos.
- Steingress, G. (2002) La cultura como dimensión de la globalización: un nuevo reto para la sociología. *RES. Revista Española de Sociología*, núm. 2, 2002, (pp. 77-96).
- Stevenson, N. (1998). *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Buenos Aires:

- Amorrortu Editores. Tít. original: Understanding Media Cultures. Social Theory and Mass Communication. Londres: Sage Publications. (1995). Trad.: Eduardo Sinnott.
- Stolcke, V. (1992). *La nueva retórica de la exclusión en Europa*. [Documento en línea] . Disponible en: <<http://www.unesco.org/issj/rics159/stolckespa.html>> [Con acceso el 15 de enero de 2010]
- Stolcke, V. (2000) La 'naturaleza' de la nacionalidad. *Desarrollo económico*, Vol. 40, Núm. 157, 2000, (pp. 23-44).
- Suárez Briones, B., Martín Lucas, M. B. & Fariñas Busto, M. J. (eds.). (2000). *Escribir en femenino. Poéticas y políticas*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Suárez Navaz, L. (2007). *La perspectiva transnacional en los estudios migratorios. Génesis, derroteros y surcos metodológicos*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.adeit.uv.es/inmigracion2007/comunicaciones/descarga.php?file=Mesa_9_La_perspectiva_transnacional.pdf> [Con acceso el 20 de enero de 2010].
- Suárez Navaz, L. (2008). Lo transnacional y su aplicación a los estudios migratorios. Algunas consideraciones epistemológicas. En: Santamaría, E. (ed.). (2008). *Retos epistemológicos de las migraciones transnacionales*, (pp. 55-78). Barcelona: Anthropos.
- Subirats, M. (1997). Valores femeninos y valores masculinos en una sociedad en proceso de cambio. En: Roque, Maria-Àngels (ed.), (1997), *Identidades y conflicto de valores. Diversidad y mutación social en el Mediterráneo*, (pp. 153-171). Barcelona: Icaria.
- Sutcliffe, B. (1998). *Nacido en otra parte. Un ensayo sobre la migración internacional, el desarrollo y la equidad*. Bilbao: Hegoa.
- Sutcliffe, B. (2003). El paso de fronteras en el nuevo imperialismo. *Mientras tanto*, núm. 89, 2003, (pp. 103-127).
- Sutcliffe, B. (2005). *100 imágenes de un mundo desigual*. Barcelona: Icaria. Tít. original: 100 ways of seeing an unequal World. Ed. Red del tercer mundo y Zed Books. Trad.: Silvia Comet.
- Tayfour, I. A. (2007). La sociedad del conocimiento y el desarrollo humano en el mundo árabe. En *Sociedad del Conocimiento y modernización social en el mundo árabe. Med Dossier 2007*, (pp. 124-133). [Documento en línea] Disponible en: <<http://www.iemed.org/anuari/2007/earticles/eTayfour.pdf>> [Con acceso el 30 de abril de 2008].
- Tezanos, J.F.; Tortosa, J.M.; y Alaminos, A. (2003). *Tendencias en desvertebración social y en políticas de solidaridad*. Madrid: Sistema.
- Thompson Klein, J. (2004). *Transdisciplinariedad: Discurso, Integración y Evaluación*. En: Carrizo, L.; Espina Prieto, M.; Klein, J. T. (2004), *Transdisciplinariedad y Complejidad en el Análisis Social. Gestión de las Transformaciones Sociales (MOST), Documento de debate – no. 70s UNESCO, (2004)*, (pp. 30-44).
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación. Tít. original: The Media and Modernity. A social theory of the media. Cambridge: Polity Press in association with Blackwell Publishers Ltd. (1995). Trad.: Jordi Colobrans Delgado.

- Tibi, B. (2003). Los inmigrantes musulmanes de Europa: entre el Euro-Islam y el gueto. En: AlSayyad, N.; Castells, M. (eds.) (2003), *¿Europa musulmana o euro-islam? Política, cultura y ciudadanía en la era de la globalización*, (pp. 55-79). Madrid: Alianza Editorial. Tít. original: Muslim Europe or Euro-Islam: Politics, Culture and Citizenship in the Age of Globalization. Lanham, Maryland: University Press of America, (2002). Trad.: Pepa Linares.
- Tlili, R. (2000). La interculturalidad en el Magreb: a la sombra de la geopolítica. *Quaderns de la Mediterrània= Cuadernos del Mediterráneo, número 1, 2000*, (pp. 79-88). Barcelona: Institut Català de la Mediterrània.
- Todorov, T. (2008). *El miedo a los bárbaros*. Madrid: Círculo de Lectores. Tit. original: La peur des barbares. 2008. París: Éditions Robert Lafont. Trad. : Noemí Sobregués.
- Tornos, A. & Aparicio, R. (2000). *La inmigración y la economía española*. Madrid: Instituto de Migraciones y Servicios Sociales.
- Torres, G. (2009). Discurso de género en la representación del pueblo marroquí. La mujer marroquí como esposa. En: Nash, M.; y Torres, G. (eds.), (2009), *Los límites de la diferencia. Alteridad cultural y prácticas sociales*, (pp. 47-61). Madrid: Icaria.
- Touraine, A. (2005). *Un nuevo paradigma*. Barcelona: Paidós. Tit. original: Un nouveau paradigme. 2005. París: Arthème Fayard. Trad.: Agustín López Tobajas y María Tabuyo.
- Troyano Pérez, J. F. (2001). *A propósito de inmigración*. Málaga: Ediciones Aljibe.
- Tulloch, C.D. (2009). *La comunicación Sur-Sur: TeleSur, Al Yazeera y su impacto en el flujo de la información transnacional*. IX Congreso IBERCOM Sevilla-Cádiz, 2006. Iberoaméricacomunicación, cultura y desarrollo en la era digital [Recurso electrónico]: ibercom 06, IX Congreso Iberoamericano de Comunicación / coord. Sierra Caballero, F. 2009,
- UNESCO. (2008). *Indicadores de desarrollo mediático. Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. París: Unesco.
- UNESCO. (2010). *Invertir en diversidad cultural*. París: Unesco.
- Uribe, A. B. (2004). Receptores nómadas: confluencias entre recepción televisiva y migración transnacional. *Intexto, vol. 2, núm. 11*. Porto Alegre.
- Uribe, A. B. (2008). *Transnacionalismo mediático. La ficción televisiva como vínculo entre el origen y el destino*. Ponencia presentada para el III Coloquio Internacional sobre Migración y Desarrollo. Migraciones internacionales: los desafíos de la exclusión y la desigualdad para la ciudadanía en la globalización. 4, 5 y 6 de diciembre de 2008. Universidad Nacional, Heredia, Costa Rica.
- Urry, J. (1995). *Consuming Places*. Londres: Routledge.
- Urry, J. (2000). *Sociology beyond societies. Mobilities for the twenty first century*. Londres: Routledge.
- Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Urry, J. (2007). Introducción. Culturas móviles. En: Zusman, P.; Lois, C.; Castro, H., (2007), *Viajes y geografías: Exploraciones, turismo y migraciones en la construcción de lugares*, (pp. 17-29). Buenos Aires: Prometeo Libros.

- Valdés de León, G. (2008). *Contra Babel. La comunicación en el contexto de la semiósfera*. Diseño en Palermo 2008. III Encuentro Latinoamericano de Diseño, 29 de Julio al 1 de Agosto de 2008. Universidad de Palermo. [Documento en línea] Disponible en: <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A4093.pdf> [Con acceso el 15 de enero de 2010]
- Valencia García, G.; y Olivera Córdova, M^a E. (coords.). (2005). *Tiempo y espacio: miradas múltiples*. México: CEIICH – UNAM – Plaza y Valdés.
- Valenzuela Arce, J. M. (2005). La carpa sobre el asfalto. La antropología urbana en la(s) frontera(s) mexicana(s). En: García Canclini, N. (coord.), (2005), *La antropología urbana en México*, (pp. 221-264). México: Fondo de Cultura Económica.
- Valle, T. (2006). El derecho a la movilidad libre y segura. En: Maquieira, V. (ed.) Valle, T. del; Folguera, P.; García Sainz, C.; Nieto, G.; Pichardo, J. I.; Ramos, M. (2006), *Mujeres, globalización y derechos humanos*, (pp. 245-292). Madrid: Ediciones Cátedra.
- Van Dijk, T. A (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós.
- Van Dijk, T. A. (2003). *Dominación étnica y racismo discursivo en España y América Latina*. Buenos Aires: Editorial Gedisa.
- Van Dijk, T. A. (2003a). *Racismo y discurso de las élites*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. A. (2009). *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa Editorial. Trad.: Alcira Bixio.
- Van Dijk, T. A. (ed.). (1999). *Los estudios del discurso*. 2 vols. Barcelona: Gedisa.
- Vargas Jiménez, S. P. (2008). *Del estudio de la imagen a lo imaginario como objeto de estudio*. Esta ponencia fue elaborada sobre la base de una investigación realizada, entre 2007 y 2008, para optar al título de Magíster en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana. "Lecturas simbólicas problemáticas de publicidad colombiana. Casos de televidentes que se quejaron frente a la CNTV". [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.festivaldelaimagen.com/downloads/paola_vargas.pdf> [Con acceso el 15 de enero de 2010].
- Vassallo de López, M. I.; y Fuentes Navarro, R. (comps.). (2005). *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. México: ITESO.
- Velaz de Medrano, C. (dir.). (2008). *Equidad y políticas públicas en educación y formación básicas. Estudios de casos en América Latina, África Subsahariana y el Magreb*. Madrid: Siglo XXI.
- Velázquez, T. (2002). La presencia de la inmigración como exclusión social en los programas informativos de las televisiones públicas europeas. En: *Quaderns del CAC, número 12. Enero-abril 2002*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- Verón, E. (1987). *La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Madrid: Editorial Gedisa. Trad.: Emilio Lloveras.
- Vertovec, S. (2004). Migrant Transnationalism and Modes of Transformation. *The International Migration Review* 38 (3).

- Vidal Jiménez, R. (2004). El 'Otro' como enemigo. Identidad y reacción en la nueva cultura del miedo. A Parte Rei. Revista de Filosofía, núm. 32.
- Vidal Jiménez, R. (2005a). *Capitalismo (disciplinario) de redes y cultura (global) del miedo*. Buenos Aires: Ediciones del Signo.
- Vidal Jiménez, R. (2005b). Hermenéutica y transculturalidad. Propuesta conceptual para una deconstrucción del "multiculturalismo" como ideología. *Redes.com*, núm. 2, (pp. 49-65).
- Vidal, L. (2003). La reforma de la *mudawana*. *Med. 2003 Balance: el año mediterráneo*, (pp. 100-101)
- Vila, P. (1999). Construcción de identidades sociales en contextos transnacionales: el caso de la frontera entre México y los Estados Unidos. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, núm. 59, *Unesco*, marzo, 1999.
- Vila, P. (2000). La teoría de la frontera versión norteamericana. Una crítica desde la etnografía. En: Grimson, Alejandro (comp.), *Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Vila, P. (2001). Construcción de identidades sociales en contextos transnacionales: el caso de la frontera entre México y los Estados Unidos. *International Social Science Journal*, núm. 159, 2001. [Documento en línea]. Disponible en: <<http://www.unesco.org/issj/rics159/vilaspa.html>> [Con acceso el 15 de enero de 2010].
- Vilches, L. (2001). *La migración digital*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Villar, M.L. (2005) Migraciones en Marruecos, un fenómeno estructural. En: Fibla García-Sala, Carla (2005) *España-Marruecos desde la orilla sur*, (pp. 129-137). Barcelona: Icaria.
- Virilio, P. (1997). *El Ciber mundo, la política de lo peor. Entrevista con Philippe Petit*. Madrid: Cátedra. Tít. original: Cibermonde, la politique du pire. Trad.: Mónica Poole.
- Virilio, P. (1999). *La inercia polar*. Madrid: Trama. Trad.: Miguel Rubio.
- Vives-Ferrándiz, J. (2006). Negociando encuentros. Situaciones coloniales e intercambios en la costa oriental de la Península Ibérica. *Cuadernos de Arqueología Mediterránea*, 12, Barcelona, 2006.
- Vizer, E. (1999). *La trama (invisible) de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. Buenos Aires: La Crujía.
- VV. AA. (1987). *Comunicación y Cultura Populares en Latinoamérica*. México: FELAFACS / Gustavo Gili, 1987.
- VV. AA. (1994). *Extranjeros en el paraíso*. Barcelona: Editorial Virus.
- VV. AA. (2004). *Otras inapropiables. Feminismos desde las fronteras*. Madrid: Editorial Traficantes de sueños, colección Mapas. Trad.: Rocío Macho Ronco, Hugo Romero Fernández Sancho, Álvaro Salcedo Rufo, María Serrano Giménez.
- VV. AA. (2005). XXV aniversario del Informe MacBride. Comunicación internacional y políticas de comunicación. *Quaderns del CAC 21, Barcelona, enero/abril 2005*.
- VV.AA. (1999). *Sur y comunicación. Una nueva cultura de la información*. Barcelona: Icaria, Medicus

Mundi.

- VV.AA. (2008). *Estudios poscoloniales, ensayos fundamentales*. Madrid: Traficantes de sueños. Trad.: Marta Malo.
- VV.AA. (2008). *Frontera Sur. Nuevas políticas de gestión y externalización del control de la inmigración en Europa*. Barcelona: Virus Editorial.
- VV.AA. (2008). *La política de lo diverso. ¿Producción, reconocimiento o apropiación de lo intercultural?* I Training Seminario de jóvenes investigadores en dinámicas interculturales. Barcelona: Fundación CIDOB.
- VV.AA. (2009). *La globalización en crisis. Gubernamentalidad, control y política de movimiento*. Málaga: Centro de Ediciones de la Diputación Provincial de Málaga – Cedma y Universidad Libre Experimental, Casa Invisible y Universidade Invisible.
- Wagner, C.G. (1995). Un mundo sin ciudades. Ritual, información, cohesión y movilización en las sociedades ágrafas del mundo antiguo. En: Alvar, J.; Blánquez, C.; Wagner, C.G. (eds.), (1995), *Ritual y conciencia cívica en el Mundo Antiguo*, (pp. 1-18). Madrid: Ediciones Clásicas.
- Wagner, C. G. (2001). Comercio, colonización e interacción cultural en el Mediterráneo antiguo y su entorno. Ensayo de aproximación metodológica. En: López Castro, (2001), *Colonos y comerciantes en el occidente Mediterráneo*, (pp. 13-56). Almería: Universidad de Almería.
- Wagner, C. G. (2005). *Historia del cercano Oriente*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Warnier, J. P. (2002). *La mundialización de la cultura*. Barcelona: Gedisa. Tit. original: La mondialisation de la cultura (1999).
- Wihtol de Wenden, C. (2000). *¿Hay que abrir las fronteras?* Barcelona: Edicions Bellaterra
- Wilson, T. M. (2000). Nación, Estado y Europa en la frontera de Irlanda del Norte. En: Grimson, Alejandro (comp.), *Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Wilson, T. M. (2000). Nación, Estado y Europa en la frontera de Irlanda del Norte. En: *Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Williams, R. (2003). *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión. Tít. original: Keywords. Londres: Harpers Collins Publishers Ltd. (1975).
- Wimmer, A. y Glick Schiller, N. (2002). Methodological Nationalism and Beyond: Nation-state Building and the Social Science. *Global Networks, Vol. 2, Núm. 4*, (pp. 301-334).
- WIN AMARC. (2006). *AMARC 9 World Conference. Conclusiones. Capítulo 4: Perspectivas regionales*. [Documento en línea] Disponible en: <http://win.amarc.org/index.php?p=CRSIA_Chapter_04> [Con acceso el 28 de abril de 2008].
- Winocur, R. (2003). La invención mediática de la ciudadanía. En: Ramírez Kuri, Patricia (comp.), *La disputa por la ciudad. Espacio público y reconstrucción de la ciudadanía* (pp. 231-252). México: FLACSO / Miguel Ángel Porrúa.

- Wodak, R.; y Meyer, M. (comps.). (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Gedisa Barcelona. Tit. original: *Methods of Critical Discourse Analysis*. 2001. Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications. Trad.: Tomás Fernández Aúz y Beatriz Eguibar.
- Wolf, M. (2000). *La investigación de la comunicación de masas*. Crítica y perspectivas. Paidós: Barcelona. Tit. original: *Teorie delle comunicazioni di massa*. Milán: Bompiani. Trad.: Carmen Artal.
- Wolton, D. (2000). *Sobrevivir a Internet*. Barcelona: Gedisa
- Wolton, D. (2004). *La otra globalización*. Barcelona: Gedisa. Tít. original: *L'autre mondialisation*. París: Éditions Flammarion, (2003). Trad.: Irene Agoff.
- Woolcock, M.; y Narayan, D. (2000). Capital social: Implicaciones para la teoría, la investigación y las políticas sobre el desarrollo. En: *World Bank Research Observer*, vol. 15, número 2, 2000, (pp. 225-249).
- Young, I. M. (2000). *La justicia y la política de la diferencia*. Madrid: Cátedra.
- Yrizar Barbosa, G. (2009). Políticas migratorias e instituciones hacia los marroquíes en el extranjero ¿Amenaza política o panacea transfronteriza? *Frontera Nort*, vol. 21, núm. 42, julio-diciembre de 2009.
- Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura, Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa Editorial. Trad.: Gabriela Ventureira y Desiderio Navarro.
- Yuval-Davis, N. (2004). *Gender and nation*. Londres: Sage Publications. Edición original: 1997.
- Zaguirre Altuna, A. (2006). Los procesos migratorios: alternativas al discurso dominante. Madrid: Fundación Alternativas.
- Zapata-Barrero, R. (2008b). Fundamentos de las políticas del discurso sobre la inmigración. En: Bañón, Antonio M.; y Fornieles, J. (eds.), (2008), *Manual sobre comunicación e inmigración*, (pp. 429-451). San Sebastián: Tercera prensa.
- Zapata-Barrero, R.; González, E. (2006). El no discurso euromediterráneo sobre la participación política de los "inmigrantes mediterráneos" en la UE. Med. 2006: el año 2005 en el espacio Euromediterráneo / coord. Ribera i Pinyol, J.; Florensa Palau, S. 2006, (pp. 89-93).
- Zapata-Barrero, R.; González, E.; Sánchez, E. (2008). Claves para el análisis de los casos de estudio: tres niveles de análisis de la producción discursiva en la UE y en España. En: Zapata-Barrero, R.; González, E.; y Sánchez, E., (2008), *El discurso político en torno a la inmigración en España y en la Unión Europea*, (pp. 21-44). Madrid: Ministerio de Trabajo e Inmigración.
- Zapata-Barrero, R.; González, E.; y Sánchez, E. (2008). *El discurso político en torno a la inmigración en España y en la Unión Europea*. Madrid: Ministerio de Trabajo e Inmigración.
- Ziegler, J. (2003). *Los nuevos amos del mundo*. Barcelona: Ediciones Destino.
- Zizek, S. (2001). *El espinoso sujeto. El centro ausente de la ontología política*. Buenos Aires: Paidós. Tít. original: *The ticklish subject. The abstract centre of political ontology*. Londres-Nueva York: Verso (1999). Trad.: Jorge Piatigorsky.

- Zlotniski, C. y Canales, A. (2001). Comunidades transnacionales y migración en la era de la globalización. *Notas de Población* No 73. Santiago de Chile, (pp. 221-252).
- Zlotnik, H., (2006). Tendencias de la migración internacional desde 1980. En: Cristina Blanco (ed.), *Migraciones, Nuevas movildades en un mundo en movimiento* (pp. 35-56). Barcelona: Anthropos.
- Zolo, D. (2007). Ciudadanía y globalización. *Análisis político*, núm. 61, Bogotá, septiembre-diciembre, 2007, (pp. 45-53).
- Zusman, P., Lois, C. & Castro, H. (2007). *Viajes y geografías: Exploraciones, turismo y migraciones en la construcción de lugares*. Buenos Aires: Prometeo Libros.