

# Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación




Comunicación y migración


# En esta edición


## Tema central


### Comunicación y migración

 **4** A dimensão comunicacional como recorte metodológico para o estudo das migrações  
**Pedro Russi**  
**Delia Dutra**


 **13** El rol de los medios en los procesos de estratificación social en el contexto migratorio. Espacios mediáticos y consumos culturales  
**Jéssica Retis**

 **23** Haitianos no Brasil: comunicação e interação em redes migratórias transnacionais  
**Denise Cogo**

 **33** Recepção midiática na construção de imaginários do Brasil como país de migração  
**Liliane Dutra Brignol**

 **43** Cinema, identidade e memória. A produção da alteridade migratória na cinematografia espanhola desde la aldea maldita, 1930 a princesas, 2005  
**Rafael Tassi Teixeira**



 **51** Construyendo una esfera pública multiétnica: El aporte de los medios latinoamericanos en Alemania  
**Patricia Carolina Saucedo Añez**





## Ensayo

  **60**

Tiempos de hibridación.  
Espectacularización y politización  
en el espacio blográfico  
**Saleta de Salvador Agra**

  **67**

Dinámicas de identidad y  
representación en la cultura  
gamer ecuatoriana  
**Ricardo Rosales Peralta**

  **76**

Los jóvenes de contextos rurales  
y su relación con las TIC en San  
Luis, Argentina. Aproximaciones  
a las prácticas y tensiones en el  
proceso de apropiación.  
**María Elisa Fornasari**

  **84**

Memoria y narración en el  
periodismo: Sobre algunas  
dimensiones teóricas y  
metodológicas allí implicadas  
**Carlos Alberto Carvalho**

## Visual

  **91**

Postales Imaginadas de Quito  
**Santiago Ron**

## Reseñas

  **93**

Terrorismo Mediático: la  
construcción social del miedo en  
México  
**Anabel Castillo**

  **96**

Monarquía, consenso y  
democracia.  
Ciudadanía comunicativa  
y prácticas mediáticas de  
migrantes latinoamericanos  
**Iván Rodrigo Mendizábal**

Chasqui es un espacio para el desarrollo y difusión del pensamiento crítico en torno a la relación comunicación, cultura y política en el ámbito latinoamericano. Participan académicos, escritores, periodistas, artistas y otros pensadores unidos por la necesidad común de proponer, desde la comunicación, ideas impugnadoras al pensamiento dominante y al poder.

# El rol de los medios en los procesos de estratificación social en el contexto migratorio

## Espacios mediáticos y consumos culturales

### Resumen

*La educación en los medios de comunicación es una necesidad actual que no podemos obviar. En nuestras sociedades gran cantidad de horas las dedicamos a estar delante de pantallas. Así, la comunicación audiovisual se convierte en algo de gran importancia en las sociedades digitales. Pero la sociedad en general y nuestros escolares en particular carecen de competencias mediáticas con las que hacer frente a los medios de comunicación. El presente artículo intenta dar una visión del significado de competencia mediática y ver qué se ha hecho hasta ahora en el contexto escolar de Ecuador y España.*

**Palabras claves:** alfabetización mediática, tecnologías de la información y la comunicación (TIC), medios de comunicación, competencia mediática, escuelas.

### Resumo

*Educação na mídia é uma necessidade atual que não pode ignorar. Em nossas sociedades, as muitas horas dedicadas a estar na frente das telas. Comunicação, de modo audiovisual torna-se muito importante nas sociedades digitais. Mas a sociedade em geral, e nossa escola em particular, a falta de habilidades de mídia com a qual enfrentar a mídia. Este artigo tenta dar uma visão geral sobre o significado da concorrência da mídia e ver o que foi feito até agora na escola de Equador e Espanha.*

**Palavras-chave:** Alfabetização de mídia, tecnologia da informação e comunicação (TIC), mídia, literacia mediática, escolas.

### Abstract

*Education in the media is a current need that cannot omit. In our societies the many hours dedicated to being in front of screens. So audiovisual communication becomes very important in digital societies. But society in general and our school in particular lack of media skills with which to face the media. This article attempts to give an overview of the meaning of media competition and see what has been done so far in the school of Ecuador and Spain.*

**Keywords:** media literacy, information technology and communication (ICT), media, media literacy, schools.

Jéssica Retis

California State University  
Northridge

Doctorado en América Latina Contemporánea por el Instituto Universitario de Investigación y la Universidad Complutense de Madrid, Maestría en Estudios Latinoamericanos por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de México y Licenciatura en Comunicaciones por la Universidad de Lima. Actualmente es profesora en el Departamento de Periodismo del Mike Curb College of Arts, Media, and Communications en California State University Northridge (CSUN), se encuentra trabajando en el proyecto de lanzamiento de la primera Licenciatura en español en periodismo en Estados Unidos y es Co-directora del Centro para los Medios Étnicos y Alternativos de CSUN.

**Correo:**

[jessiretis@yahoo.com](mailto:jessiretis@yahoo.com)

Recibido: febrero 2014  
Aprobado: marzo 2014



## Introducción

Desde la segunda mitad del siglo pasado se han producido dos procesos coetáneos que se han influido mutuamente. En el terreno de las migraciones territoriales, se incrementaron los desplazamientos internacionales desde América Latina a partir de los efectos de reajuste estructural durante los años ochenta y noventa identificados como “décadas perdidas” debido a las crisis económicas, financieras y sociales. En el terreno comunicacional, la creciente concentración de la propiedad en la estructura de los medios de comunicación se conjugó con la aceleración de la innovación tecnológica y el abaratamiento de los costes de los servicios de transporte pero también los de información y comunicación. Los estudios críticos sobre migraciones y sobre comunicación han seguido caminos paralelos y pocas veces se han conjugado para analizar cómo a los flujos de capital le suceden los flujos de población, pero en sentido contrario y cómo los flujos de medios se entremezclan en estas sinergias económicas. Este trabajo pretende esbozar líneas de reflexión que hemos ido hilvanando a partir de trabajos cualitativos sobre el rol de los medios en los procesos de estratificación social en el contexto migratorio de los latinoamericanos en Europa y Norteamérica. Argumentamos que para analizar y comprender las prácticas comunicativas de las diásporas latinoamericanas es preciso construir aproximaciones interdisciplinarias que permitan armar una mirada comprensiva y crítica (Retis, 2013a, 2011, 2006). Los procesos de globalización económica demandan replantearse la tradicional forma de observar las sociedades nacionales al convertirlas en sistema de redes (Castells, 2006) que han dado lugar a la desterritorialización de la vida social, transformando sus dimensiones culturales (Appadurai, 1997) y reconfigurando nodos en el marco de las ciudades globales (Sassen, 2001). En este contexto, los lazos establecidos *entre y por* las redes migratorias bosquejan nuevos espacios diaspóricos en los que se apoyan los circuitos de comunicación e información (Retis, 2008).

## Medios y migraciones en clave latinoamericana

En el año 2000 planteamos una investigación que buscó analizar y comprender las formas de representación de los inmigrantes latinoamericanos en la prensa española (Retis,

2006). Desde las teorías críticas utilizamos métodos de la economía política de los medios y métodos del análisis crítico del discurso para examinar las tendencias en la cobertura periodística de los inmigrantes latinoamericanos en la prensa de referencia. Mediante entrevistas metodológicas con periodistas especializados buscamos entender las rutinas en la cobertura de los temas migratorios. Aplicando grupos de discusión con ecuatorianos, colombianos y argentinos, analizamos las formas en que los latinoamericanos perciben las imágenes mediáticas que de ellos se producen en los medios españoles. La triangulación de las metodologías y el análisis comparado sirvió para demostrar consensos y disensos en los discursos de la prensa, de los periodistas y de los inmigrantes (Retis, 2006).

En 2006 me elaboramos el primer mapeo de medios dirigidos a inmigrantes en la ciudad de Madrid (Retis, 2008). En la perspectiva de García Canclini (2001) apuntamos cómo el *boom* de los medios étnicos en la capital española demostraba que los inmigrantes fueron reconocidos como potenciales *consumidores* de bienes y servicios en el discurso publicitario y de marketing mientras que, de manera antagónica, el discurso público dominante continuaba difundiendo de manera mayoritaria la retórica de la exclusión, poniendo cortapisas para su reconocimiento como *ciudadanos*. A partir de los estudios culturales y la teoría social de la comunicación buscamos analizar el impacto de los medios en los modos de experiencia y los patrones de interacción con las diversidades étnicas en las sociedades contemporáneas (Thompson, 1998; 1993). La revisión de las fuentes estadísticas, la aplicación de una amplia encuesta a editores, reporteros y comerciales de los medios étnicos, así como las prácticas de observación participante en las salas de redacción y las cabinas de radio, sirvieron para identificar los procesos que condicionaron el nacimiento y la evolución de los medios dirigidos a inmigrantes en la capital española (Retis, 2008).

Durante 2010 realizamos un estudio comparado sobre las prácticas de consumo cultural de inmigrantes latinoamericanos en España: analizamos las lógicas comerciales y la segmentación de los consumos en entornos rurales y urbanos. La revisión de fuentes secundarias sobre el estado del consumo cultural en América Latina sirvió para diseñar el trabajo de campo con los latinoamericanos en España. Los grupos

de discusión y las entrevistas en profundidad con inmigrantes ecuatorianos y colombianos en Madrid y Murcia sirvieron para identificar de cómo algunas prácticas comunicativas y de consumo se mantienen semejantes y otras se transforman en los contextos de origen y destino de las migraciones contemporáneas (Retis, 2011).

A lo largo de los últimos años hemos venido abordando nuevas líneas de investigación comparada sobre el tratamiento que la prensa de referencia da a los jóvenes inmigrantes latinoamericanos (Retis y García, 2010) y las mujeres inmigrantes latinoamericanas (Retis, 2013e, 2010b) en Europa y Estados Unidos. En esta línea nos hemos embarcado en el examen de las rutinas productivas y la retórica de la exclusión de las minorías entre las minorías. Indagamos la serie de pautas en las representaciones mediáticas de las mujeres y los jóvenes inmigrantes examinando, en primer lugar la escasa o nula cobertura cotidiana de estos grupos y cómo cuando aparecen en los medios tienden a ser representados en entorno de conflicto social, generalizando el discurso criminalizador y desde una etnocéntrica y androcéntrica. Por otro lado, nos hemos interesado en el análisis comparado sobre el surgimiento y evolución de medios tradicionales y digitales dirigidos a inmigrantes latinoamericanos en ciudades globales. A través de entrevistas en profundidad y observación participante buscamos examinar y comprender el rol que juegan los medios en los procesos de estratificación social de los entornos urbanos. El trabajo de campo en las ciudades de Madrid, Londres, Nueva York y Los Ángeles nos ha permitido observar nuevos desplazamientos de grupos latinoamericanos que vienen sufriendo las consecuencias de la crisis económica del 2008 (Retis, 2010a, Román y Retis, 2013). En las entrevistas realizadas hemos podido constatar cómo los migrantes latinoamericanos vienen estableciendo un segundo o tercer proyecto migratorio a nivel regional como es el caso de muchos ecuatorianos y colombianos que están migrando desde España hacia Londres; o emprendiendo procesos de dispersión geográfica a nivel nacional, como es el caso de grupos mexicanos en Nueva York o Los Ángeles. Estos movimientos además coinciden con algunos procesos de retorno.

Estos complejos mecanismos de desplazamiento, llegada y asentamiento vienen configurando la vida transnacional de las familias latinoamericanas.

Y este aspecto de nuestra realidad es un tema que las administraciones públicas tienen aún pendiente. A lo largo de estos años hemos ido comprobando cómo el discurso público dominante continúa fomentando la retórica de la exclusión mientras que el discurso publicitario incrementa su discurso inclusivo. En otras palabras, las diásporas latinoamericanas son reconocidas antes como consumidores que como ciudadanos. Y éste es un aspecto que debemos repensar en los estudios sobre migraciones y medios.

## **El rol de los medios en los procesos de estructuración social**

El grado de desigualdad o los criterios a partir de los cuales se estructura, se encuentran sometidos a una enorme diversidad social y cultural (González y Requena, 2004); si bien la desigualdad social se concibe como un acceso desigual a los recursos, servicios y posiciones que la sociedad valora, la estratificación social apunta a que esta desigualdad va tomando cuerpo o se va institucionalizando, promoviendo un sistema de relaciones sociales que determina quién recibe qué y por qué (Kerbo, 2004). Retomar esta perspectiva en el análisis comparado de los proyectos migratorios de los latinoamericanos en "ciudades globales" (Sassen, 2001) nos permite extender el examen más allá de las diferencias étnicas o raciales, para poner énfasis en las formas contemporáneas de exclusión socioeconómica y política en los estados post-nacionales y el rol que los medios de comunicación juegan en este entramado (Retis y Sierra, 2012). El acelerado proceso de tecnologización de la vida cotidiana de los últimos años no ha involucrado de manera semejante y homogénea a todos los sectores de nuestra sociedad, por lo que resulta imprescindible analizar y comparar las sinergias que se establecen desde los estratos de decisión de políticas públicas, pero también los reacomodos de los grupos en riesgo de exclusión social protagonizan ante los procesos de cambio que involucran relaciones tecnológicamente mediatizadas (Moreno y Retis, 2014).

El enfoque transnacional permite un mejor entendimiento de los procesos sociológicos alrededor de los desplazamientos internacionales de población (Guarnizo y Smith, 1998), promoviendo la ruptura con el nacionalismo metodológico y la integración de las condiciones de origen y destino en los análisis: las migraciones



no suponen una ruptura de lazos con los lugares de origen sino la configuración de un campo social transnacional, a través del cual la comunidad de origen se transforma en los lugares de destino (Canales, 2011). Los procesos de globalización económica demandan replantearse la tradicional forma de observar las sociedades nacionales al convertirlas en sistema de redes (Castells, 2006) que han dado lugar a la desterritorialización de la vida social, transformando sus dimensiones culturales (Appadurai, 1997) y reconfigurando nodos en el marco de las ciudades globales. En este contexto, los lazos establecidos *entre y por* las «redes migratorias» bosquejan nuevos «espacios diaspóricos» en los que se apoyan los circuitos de comunicación e información (Retis, 2008). Las perspectivas postcoloniales (Said, 1993) nos permiten entender cómo los flujos de población siguen a los flujos de capital, pero en sentido opuesto. El análisis comparado de las migraciones desde América Latina hacia Estados Unidos y España nos permite analizar y comprender esta premisa.

Mientras que en Latinoamérica la década de los ochenta se bautizó como la “Década perdida” por los efectos de los reajustes estructurales y la crisis económica, en Estados Unidos se afianzó como “The Hispanic Decade”: más de cuatro millones de personas dejaron sus países en Latinoamérica para empezar su proyecto migratorio en E.E.U.U. (4,372,487), el doble que la década anterior (1,803,970) y el cuádruple que los años sesenta (908,309). El gobierno estadounidense incorporaba el término “hispano” en sus formularios censales y el discurso publicitario respondía a los cambios demográficos con campañas específicas de *márketing étnico* (Dávila, 2001). Si bien hasta los años ochenta, el crecimiento demográfico se sustentaba en la población angloamericana, en los noventa se inicia un proceso de cambio que se intensifica en la siguiente década: por primera vez el aporte al crecimiento demográfico proviene de lo que hasta esos años era la segunda minoría del país, los latinoamericanos, 34% del crecimiento total (Canales, 2011).<sup>1</sup> Si en los años noventa los inmigrantes latinoamericanos se duplicaron (8,407,837), al cambio de siglo 16 millones de inmigrantes se incorporaron a 35 millones de

personas que respondieron tener origen hispano o latino en el censo de 2000. El gran crecimiento absoluto y relativo de las comunidades latinas se ha hecho contundente en el censo de 2010. Los 50 millones de latinos que representan el 16% de la población total han protagonizado una gradual diversificación de orígenes nacionales (gráfico 1), siendo siempre una gran mayoría de mexicanos, que han multiplicado su dimensión por 45.

Los procesos de reacomodo de las relaciones laborales a nivel internacional promovieron la consolidación de la condición transnacional de los trabajadores migrantes internacionales y sus familias: a los flujos hacia Estados Unidos se suman los que en esta coyuntura empiezan a dirigirse hacia Europa y Asia (Retis, 2013a). La última mitad de los años noventa, y particularmente el cambio de siglo, trajeron consigo los efectos de las políticas de reajuste estructural del modelo neoliberal en las crisis económicas y financieras sudamericanas, mientras que se asentaba la bonanza económica en España. Las sinergias de expulsión de flujos migratorios desde América Latina y de atracción de flujos en Europa se conjugan además con las reformas del contexto migratorio en Estados Unidos produciéndose la reconfiguración de los desplazamientos internacionales. Así, el fin del “milagro ecuatoriano”, la crisis agrícola colombiana, y el “corralito argentino”, se compaginan geopolíticamente con un mercado laboral que se abre a la mano de obra extranjera en España (Retis, 2006). Los noventa fueron bautizados como la “nueva década perdida” en Latinoamérica mientras que en España fueron la “década dorada” de las inversiones españolas en la región (*ibid*). En contexto demográfico, esta coyuntura marca lo que en su momento se llamó la época de “los preferidos del siglo XXI”: los latinoamericanos irrumpen en el contexto migratorio extracomunitario español en condición preferencial, tanto en las administraciones públicas como en el sector empresarial y en el clima de opinión (Izquierdo, López y Martínez, 2002). Los inmigrantes ecuatorianos se asientan como la mayoría de los trabajadores latinoamericanos y sus familias en España, seguidos no muy de lejos por colombianos y argentinos. Estos se suman a los grupos peruanos y dominicanos asentados en años anteriores, incorporándose en los sectores de servicios, atención a personas mayores y menores en los centros urbanos; pero también se empiezan a desplazar a las zonas agrícolas por la demanda de mano de obra extranjera. Hacia

<sup>1</sup> En las décadas recientes parte de este crecimiento no proviene tanto de las migraciones como del advenimiento de segundas y terceras generaciones, es decir, generaciones jóvenes de ascendencia latinoamericana pero que han nacido y/o crecido como estadounidenses.

la segunda mitad de la década se sostiene una progresiva diversificación de orígenes nacionales, incorporándose bolivianos, brasileros, cubanos, venezolanos, paraguayos y uruguayos.

La crisis económica de 2008, que afectó a los principales países receptores de migrantes internacionales, propició una serie de complejos desplazamientos: desde dispersiones geográficas hasta procesos de retorno. En nuestro trabajo de campo hemos podido constatar procesos de arribo y establecimiento de ecuatorianos y colombianos provenientes de España en los barrios periféricos de Londres, así como la llegada y establecimiento de nuevos migrantes provenientes de la sierra de Puebla y Veracruz en barrios por antonomasia puertorriqueños. Las formas de estratificación social se van reconfigurando demográficamente en estos entornos urbanos. Como consecuencia, se producen nuevas sinergias de producción circulación y consumo de medios tradicionales y digitales, con especial incidencia en el consumo de teléfonos celulares para establecer comunicaciones con el entorno transnacional (Retis, 2013a).

## La mirada interdisciplinaria

Los estudios culturales, la economía política, la sociología de los medios o la antropología cultural han echado mano de la etnografía, los diarios de campo, las entrevistas metodológicas o la observación participante, para dar cuenta de las tendencias generales de las prácticas culturales y mediáticas de las diásporas contemporáneas (Cottle, 2000; Husband, 2000; Sinclair y Cunningham, 2000; Matasagnis, Katz y Ball-Rokeach, 2010). Se trata de comprender las complejas relaciones *intra* e *inter* étnicas en los grupos que se desplazan de manera temporal, permanente o a veces circular, a otras áreas geográficas distintas a las de sus lugares de origen (Georgiou, 2006; Gillespie, 2003; Sreberny, 2003; Retis, 2011). El transnacionalismo diaspórico se advierte menos como «un lugar» y más como «un espacio». Estas complejidades, invitan a considerar la posible emergencia de formas contradictorias pero viables de “comunidades transnacionales imaginadas”, especialmente a través de la participación selectiva y parcial en las prácticas comunicativas (Georgiou, 2006). Es preciso también tomar en cuenta las formas disímiles que se producen en diversos entornos, como las organizaciones comunitarias, las prácticas

formales e informales en torno a los centros de reuniones, las escuelas de idiomas, las tiendas de productos étnicos, las de alquiler de videos y los restaurantes. Las prácticas culturales se conciben en el telón de fondo de la dispersión geográfica y la diversidad interna y cultural (Sreberny, 2003).

Las investigaciones han dejado de apuntar mayoritariamente a los medios masivos tradicionales (*legacy media*) para concentrarse en los entornos de consumo de los nuevos medios (*new media*) en los estudios sobre diásporas y medios (Matasaganis, Katz y Ball-Rokeach, 2010; Dwyer, 2010; Retis, 2011). Las nuevas plataformas tecnológicas, las redes sociales y la inmediatez de la comunicación virtual dan cuenta de procesos de comunicación transnacionales en los que las identidades individuales y colectivas reproducen complejas dinámicas históricas, sociales y culturales. En este sentido, necesitamos entender los impactos que las dinámicas sociales de las agrupaciones transnacionales tienen en sus propios miembros y en otros: “Estos están emergiendo como elementos clave en los procesos de globalización. Las diásporas son usualmente vistas como formas alternativas de las estructuras del capitalismo mundial; pero en muchas instancias ellas son participantes en las actividades económicas internacionales” (Karim, 2003:3). Es preciso recolocar el acento en la condición «glocal» de los medios diaspóricos y de los consumos culturales de los grupos migrantes internacionales; procesos híbridos que en otras investigaciones hemos anotado como centrales para el entendimiento del rol de los *legacy media* y *new media* como actores sociales en el contexto migratorio internacional (Retis, 2006). El concepto de diáspora nos permite identificar las identidades colectivas fortalecidas por el sentido de pertenencia compartido por un grupo respecto a su país de origen (Cohen, 1997). Nos permite identificar no sólo el sentido de pertenencia al lugar de origen de los inmigrantes, sino que rescata en perspectiva que en estas «comunidades imaginadas» pervive el sentido de pertenencia ya no sólo hacia el lugar original sino a ese espacio construido socialmente, en donde se imbrican categorías relacionales de movimiento, acción y socialización (Brah, 1996).

Los retos de la mediación tecnológica en la ciudadanía plena se manifiestan en las prácticas comunicativas y de consumo en los espacios públicos y espacios mediáticos (Retis, 2008; 2011).



Desde hace años las ciudades siguen un proceso de crecimiento que supone un reto en tanto que integración social, espacial y cultural. Todo parece indicar que las formas urbanas se irán universalizando en detrimento de los espacios rurales, por lo que las ciudades continuarán incrementando su centralidad en las lógicas de interrelación social, económica y política (Innerarty, 2006). En el proceso de transformación en «ciudad global» (Sassen, 2001) metrópolis como Madrid han ido incorporando una serie de características que han incidido en la configuración de los territorios espaciales de las zonas urbanas. No sólo es que se ha incorporado en las estrategias de distribución y circulación de bienes y servicios a nivel global; sino que el progresivo asentamiento de nuevos trabajadores y sus familias promueve a su vez la reconfiguración de los espacios públicos (Retis, 2008).

El análisis comparado del comportamiento de los migrantes internacionales en los entornos urbanos y rurales nos ha permitido identificar semejanzas y diferencias en las prácticas comunicativas y de información (Retis, 2011). Son en los espacios abiertos como parques, plazas y calles principales donde se reconfiguran las formas de convivencia intercultural. Pero también se producen otros espacios de convivencia colectiva en donde los individuos establecen relaciones inter e intra étnicas. Los locutorios, por ejemplo, se convirtieron en ambientes propicios para la realización de diversos tipos de prácticas comunicativas ya que están provistos de cabinas de teléfonos y terminales de Internet que permiten el establecimiento de conexiones transnacionales de comunicación interpersonal. En estos entornos “glocales” los usuarios no sólo acceden a la utilización de estas herramientas de comunicación, sino que también comparten momentos de convivencia con los encargados y con otros usuarios. Estos entornos propician nuevas dinámicas de relaciones. Durante el “boom” de la economía española y el momento cúspide de la llegada de migrantes internacionales, los locutorios se convirtieron en puntos de colocación estratégica de las publicaciones gratuitas y favorecieron la conexión directa con las versiones electrónicas de los periódicos y las revistas producidos en los países de origen. Hacia mediados de la pasada década el consumo tecnológico se incrementaba especialmente en estos espacios públicos que se convirtieron en centrales de distribución y usos mediáticos (Retis,

2008). Otros espacios como los restaurantes de comida típica o comercios especializados también promueven la convivencia de los grupos de pertenencia, en este caso más relacionado con el consumo de productos y servicios. Estos espacios públicos también se integraron a los circuitos de distribución de publicaciones gratuitas dirigidas a los inmigrantes y también son entornos donde los encargados y dependientes realizan prácticas comunicativas relacionadas con la radiodifusión. Así, se entremezclan diversas formas de interrelación entre grupos de pertenencia y se comparten actividades cotidianas con los usos y consumos mediáticos. En el sentido inverso, los medios se hacen eco de la promoción y seguimiento de otras prácticas en espacios públicos. Los partidos de fútbol, las celebraciones tradicionales, los eventos locales, los conciertos y demás fiestas son anunciados en las páginas de las revistas o periódicos, pero también promocionados en los programas de radio y/o en sus anuncios publicitarios. Así los espacios públicos colectivos se incorporan de manera sugerente en los procesos de producción, distribución y consumo de los medios dirigidos a los inmigrantes (Retis, 2008).

El estudio de las prácticas comunicativas y de consumo permite identificar que produce una imbricación entre el lugar (*place*) y el espacio (*space*) como elementos indispensables para el entendimiento de las diásporas o de las dislocaciones de las diásporas contemporáneas (EMTEL, 2001). Se trata de procesos de deterritorialización y reterritorialización que caracteriza la experiencia real e imaginada de las diásporas. La interacción social y la interacción mediática se producen en los lugares y los espacios compartidos. Estos *etnoscares* o *mediascares* (Appadurai, 1997), son identificados en espacios territoriales como las vecindades o los espacios públicos variados, mientras otros existen sólo virtualmente y en non-places (no lugares) (Urry, 1999). En todas estas manifestaciones de lugares y espacios se promueve la interrelación entre cultura, comunidad y geografía. Las comunidades diaspóricas se sostienen en parte por el sentido compartido de comunidad y la identidad transnacional. Se trata de campos transnacionales en las que los medios de comunicación e información y las nuevas tecnologías juegan un papel crucial. En su análisis sobre lugares específicos en «lo local», Morley (2002) sugieren que la exacerbada fragmentación de la

producción, circulación y consumo de los medios dirigidos a los inmigrantes no hacen sino poner en evidencia los componentes de competencia pero también de integración en la serie de sistemas de comunicación, en donde se conjuga lo local y lo global de manera permanente.

El análisis comparado de los consumos culturales de los inmigrantes en los espacios públicos de entornos urbanos y rurales nos permite identificar una categoría de análisis que refleja las consecuencias culturales de la globalización desde una perspectiva diferente a la nacional. En otros trabajos hemos propuesto utilizar el concepto de «espacios mediáticos» para referirnos a esta confluencia de procesos que intervienen en la producción, distribución y consumo de medios (Retis, 2008). Se trata de considerar a esta categoría de medios de comunicación analizados desde una perspectiva comprensiva que los identifique en relación con el contexto mediático en el que conviven: por tanto, si lo que estamos analizando son los medios que dirigen su producción a audiencias inmigrantes, entendemos que son parte integrante de la plataforma de medios generalistas de pago, medios generalistas gratuitos y medios de proximidad. Son iniciativas que provienen, al igual que los otros, desde iniciativas empresariales, pero también desde otros sectores de la sociedad, como pueden ser el tejido asociativo, la sociedad civil organizada. Los «espacios mediáticos» nos permiten comprender, en este sentido, la serie de sinergias que se producen contextos donde ciertos grupos de ciudadanos construyen formas de socialización complejas donde se entretienen relaciones transnacionales que involucran estrategias hiperlocales y globales de manera simultánea (Retis, 2011).

Las nuevas plataformas tecnológicas, las redes sociales y la inmediatez de la comunicación virtual dan cuenta de procesos de comunicación transnacionales en los que las identidades individuales y colectivas reproducen complejas dinámicas históricas, sociales y culturales. En este sentido, necesitamos entender los impactos que las dinámicas sociales de las agrupaciones transnacionales tienen en sus propios miembros y en otros: “Estos están emergiendo como elementos clave en los procesos de globalización. Las diásporas son usualmente vistas como formas alternativas de las estructuras del capitalismo mundial; pero en muchas instancias ellas son

participantes en las actividades económicas internacionales” (Karim, 2003:3). Es preciso recolocar el acento en la condición «glocal» de los medios diaspóricos y de los consumos culturales de los grupos migrantes internacionales; procesos híbridos que en otras investigaciones hemos anotado como centrales para el entendimiento del rol de los legacy media y new media como actores sociales en el contexto migratorio internacional (Retis, 2006; 2008; 2011).

## **Apuntes para la reflexión**

La progresión de los procesos migratorios internacionales de las últimas décadas ha incidido en el desarrollo de líneas de trabajo y reflexión como las industrias culturales, el sector educativo, y la cooperación para el desarrollo. Sin embargo, aún existen muchas lagunas en el entendimiento de estos procesos a nivel local, nacional y regional. Las condiciones socioeconómicas constituyen el telón de fondo de estos procesos, por lo que se requiere de una visión más integral sobre la estratificación social y las desigualdades socioeconómicas, que trascienden el prisma de las migraciones.

El sector privado y comercial viene reconociendo la conformación y el crecimiento de las audiencias transnacionales en español en el contexto diaspórico. Éste es un terreno en el que los sectores públicos, institucionales y académicos todavía tienen mucho que avanzar. Resultan indispensables líneas de investigación a nivel local, regional y transnacional, que nos permitan analizar y comprender mejor los procesos para identificar pistas para la generación de políticas públicas colectivas.

Cabe destacar, en este sentido, la producción, distribución y consumo de productos musicales. Hemos analizado cómo se conforman los circuitos formales e informales tanto de venta y compra de productos discográficos y audiovisuales, como de presentaciones de conciertos. En el caso de los colombianos, por ejemplo, se trata de la incidencia de la música tropical y el vallenato. En el caso de los ecuatorianos, de la música roquera de los pasillos y la tecnocumbia. Y más en general, aunque en menor trascendencia, hablamos de las músicas tradicionales que, en la industria de la nostalgia, encuentran un nicho comercial fructífero. En este terreno, también se requieren proyectos de promoción cultural.

La creciente necesidad de acceso a las nuevas tecnologías en las formas de comunicación e intercambio en el vivir transnacional, se convierte uno de los principales retos para las políticas públicas e institucionales. La brecha generacional, pero también la brecha socioeconómica suponen desafíos para las administraciones. En este sentido, se vislumbra un terreno fértil para la investigación académica.

La gradual distribución geográfica de los latinoamericanos en Europa y Estados Unidos también nos habla de las necesidades de reacomodo para administraciones regionales, locales y comarcales. En el discurso público sobre las estrategias de integración se tiende a favorecer el plano nacional o autonómico, cuando lo cierto es que es en el terreno de las administraciones locales donde se requiere mejorar las estrategias de diversidad. En sus declaraciones, nuestros entrevistados tienden a reclamar transformaciones en los modos de concebir, por ejemplo, las fiestas patronales y las actividades juveniles, así como los programas sociales y culturales. La mayor parte de los informantes, pero particularmente quienes viven en entornos rurales, reclaman una mayor apertura en el diseño de los festejos y eventos, así como una voluntad política por promover la difusión de la información en los circuitos donde se mueven los inmigrantes.

La condición transnacional de las migraciones latinoamericanas es la que promueve circuitos de comunicación de comarcas y pueblos latinoamericanos con entornos locales españoles. Los entrevistados persisten en la inquietud de poder incorporar celebraciones y eventos propios de los pueblos de origen en los pueblos donde residen ahora. Nos encontramos ante nuevas estrategias de mestizaje e hibridización que, con el paso del tiempo, se harán más evidentes en los entornos locales. Los latinoamericanos, acostumbrados a los procesos híbridos, incorporan de manera gradual elementos culturales de ambos lados del Atlántico. Y los

hacen suyos. Una broma de una entrevistada colombiana en España nos permite ejemplificar esta idea cuando nos explica que Fuente Tocinos es conocido como Fuente Pereira pues “aquí vive todo el mundo de Pereira”. En este sentido, abogamos por un mejor entendimiento de las relaciones transnacionales que trascienden los entornos personales, familiares y de vida afectiva, para traslaparse con las relaciones comunitarias. Las festividades religiosas y conmemorativas se convierten también en un termómetro de estos procesos. Una muestra lo constituyen las celebraciones de octubre: el Festival *Vivamérica* en Madrid, las tradicionales celebraciones del mes latino en Los Ángeles (*Latino Heritage Month*) o el *Festival Afroamericano* en la Plaza Trafalgar de Londres.

El estudio de los medios y las migraciones demanda miradas complejas, interdisciplinarias y críticas, tanto en el terreno de las migraciones como en el de los espacios mediáticos. Los latinoamericanos se incorporan al contexto migratorio internacional debido a posiciones geopolíticas y de reacomodo de las relaciones laborales más allá de las fronteras. El papel del discurso público en el entendimiento de la perspectiva estructural y coyuntural de la diversidad resulta central. Latinoamérica viene creciendo fuera de Latinoamérica. En Estados Unidos se prevé que hacia el 2050 un 30% de la población será “hispana”, por lo que las relaciones transnacionales con España, a través de los “circuitos latinoamericanos” se hará más evidente, sobre todo para quienes consigan moverse en los renglones permitidos de las administraciones públicas, en otras palabras, para quienes consigan los permisos de residencia y ciudadanía. Por ahora, la conformación de las audiencias transnacionales en la distribución y consumo de medios viene apuntando los futuribles. Los latinoamericanos conforman comunidades diaspóricas, construidas más que en el espacio físico, en los espacios imaginarios; y el consumo cultural y mediático es un elemento central en este terreno. 🌐

## Bibliografía

Appadurai A. (1997). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Brah, A. (1996), *Cartographies of Diaspora*. Londres, Routledge.

Canales, A. (2011). “Las profundas contribuciones de la migración latinoamericana a los Estados Unidos” en: Martínez, J. (ed.) (2011). *Migración internacional en América Latina y el Caribe. Nuevas tendencias, nuevos enfoques*. Santiago de Chile: CEPAL, pp. 257-331.

- Castells, M. (Ed.) (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cohen, R. (1997). *Global Diasporas. An Introduction*. London, Routledge.
- Cottle, S. (2000) (Ed.), *Ethnic minorities and the Media*. Buckingham, Open University Press.
- Dávila, A. (2010). *Latinos Inc. The Marketing and Making of a People*. Berkeley: University of California Press.
- Dwyer, T. (2010), *Media Convergence*. Berkshire, Open University Press.
- EMTEL 2 (2001): "Mapping Diasporic Minorities And Their Media In Europe Studying The Media. Investigating Inclusion And Participation In European Societies, European And Transnational Communities A Working Paper for the Project: 'Diasporic Minorities And Their Media: A Mapping'. Disponible en: [http://www.lse.ac.uk/collections/EMTEL/Minorities/Minority\\_framework.doc](http://www.lse.ac.uk/collections/EMTEL/Minorities/Minority_framework.doc)
- García Canclini, N. (2001). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo: México.
- Georgiou, M. (2006), *Diaspora, Identity and the Media: Diasporic Transnationalism and Mediated Spatialities*. London, Hampton Press.
- Gonzalez, J. y Requena, M. (2004): "Prologo". En Kerbo, H. (2004): *Estratificación social y desigualdad. El conflicto de clase en perspectiva histórica, comparada y global*. Madrid: McGraw Hill, pp. xxi-xxii.
- Guarnizo, L. y Smith, P. (Eds.) (1998): *Transnationalism from below. Comparative and Community Research V6*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Guillespie, M. (2003), *Transnational communities and diaspora communities*. In Cottle, S. (Ed.) *Ethnic minorities and the Media (164-77)*. Buckingham, Open University Press.
- Husband, C. (2000): "Media and the Public Sphere in Multi-ethnic Societies", in Cottle, Simon (ed.) *Ethnic Minorities and the Media*, Open University Press Buckingham, Philadelphia.
- Izquierdo, A., López, D., y Martínez, R. (2002). "Los preferidos del siglo XXI: La inmigración latinoamericana en España, en: *La inmigración en España. Contextos y alternativas*, F.J. García Castaño y C. Muriel, eds. Granada: Laboratorio de Estudios Interculturales.
- Karim, K. (2003), *Mapping Diasporic Media Scapes*. In Karim, K. (Ed.) *The Media of Diaspora (1-17)*. New York, Routledge.
- Kerbo, H. (2004): *Estratificación social y desigualdad. El conflicto de clase en perspectiva histórica, comparada y global*. Madrid: McGraw Hill.
- Matsaganis, M., Katz, V. y Ball-Rokeach, S. (2010), *Understanding Ethnic Media. Producers, Consumers and Societies*, Sage, Thousand Oaks.
- Moreno, J. y Retis, J. (2014): "La apropiación del espacio público en contextos rurales. Experiencias de mediación tecnológica en el desarrollo comunitario y la vida transnacional". Ponencia presentada en el Congreso de la Asociación Española de la Investigación en Comunicación, Bilbao.
- Morley, D. (2002): *Home Territories: Media, Mobility and Identity*, Routledge, Londres.
- Retis, J. (2013a): "Latino Diasporas and the Media. Interdisciplinary Approaches to Understanding Transnationalism and Communications in Global Cities". En: Darling-Wolf Fabienne (Ed.): *International Encyclopedia to Media Studies. Methods in Media Studies Volume*, Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Retis, J. (2013b): *La condición transnacional de las prácticas comunicativas y los retos de la ciudadanía cultural: Latinoamericanos en contextos diaspóricos*. Ponencia presentada en el congreso Academia Confronts Emergent Communication Practices and Technopolitics, City University, London. Disponible en: <http://cccd.es/wp/wp-content/uploads/2013/06/Retis-Jessica-La-condicio%CC%81n-transnacional-de-las-pra%CC%81cticas-comunicativas-y-los-retos-de-la-ciudadani%CC%81a-cultural1.pdf>
- Retis, J. (2013c): "Spanish Language Newspapers in the United States". En: Charles M. Tatum (Ed.) *Encyclopedia of Latino Culture: From Calaveras to Quinceañeras*. Santa Barbara: Greenwood.
- Retis, J. (2013d). "Spanish Language Television in the United States" En: Charles M. Tatum (Ed.) *Encyclopedia of Latino Culture: From Calaveras to Quinceañeras*. Santa Barbara: Greenwood.
- Retis, J. (2013e): *Immigrant Latina Images in Mainstream Media: Class, Race, and Gender in Public Discourse in the United States and Spain*. En: Martínez, M. (Ed.) *Discourses on Immigration in Times of Economic Crisis: A Critical Perspective* (pp. 29-59). New Castle: Cambridge Scholars Publishing.
- Retis, J. (2012): *Immigrantes territoriales, inmigrantes digitales: Latinoamericanos en contextos diaspóricos*. Ponencia presentada en el XIV Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, Lima, Perú.
- Retis, J. (2011): *Estudio exploratorio sobre el consumo cultural de los inmigrantes latinoamericanos en España: El contexto transnacional de las prácticas culturales*. Madrid: Fundación Alternativas. Disponible en: [https://www.academia.edu/720905/Estudio\\_exploratorio\\_sobre\\_el\\_consumo\\_cultural\\_de\\_los\\_inmigrantes\\_latinoamericanos\\_en\\_Espana\\_el\\_contexto\\_transnacional\\_de\\_las\\_practicas\\_culturales](https://www.academia.edu/720905/Estudio_exploratorio_sobre_el_consumo_cultural_de_los_inmigrantes_latinoamericanos_en_Espana_el_contexto_transnacional_de_las_practicas_culturales)
- Retis, J. (2010a): "Latin American Diaspora and the Media: A Comparative Study of Ethnic Media in Los Angeles and Madrid". Ponencia presentada en International Association of Mass Communication Research, University of Minho, Braga, Portugal.

- Retis, J. (2010b). ¿Cómo reflejan los medios de comunicación a las mujeres inmigrantes latinoamericanas? Análisis de la prensa española y estadounidense. En: María Lirola (Ed.) *Migraciones, discursos e ideologías en una sociedad globalizada. Claves para su mejor entendimiento* Alicante, Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert, pp. 57-78.
- Retis, J. (2008): *Espacios mediáticos de la inmigración en Madrid: Génesis y evolución*. Madrid: Observatorio de las Migraciones de la Ciudad de Madrid. Disponible en: [https://www.academia.edu/720908/Espacios\\_mediaticos\\_de\\_la\\_inmigracion\\_en\\_Madrid\\_Genesis\\_y\\_Evolucion](https://www.academia.edu/720908/Espacios_mediaticos_de_la_inmigracion_en_Madrid_Genesis_y_Evolucion)
- Retis, J. (2006): *El discurso público sobre la inmigración extracomunitaria en España. Análisis de la construcción de las imágenes de los inmigrantes latinoamericanos en la prensa de referencia*. Tesis de Doctorado en América Latina Contemporánea, Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: [https://www.academia.edu/2122993/El\\_discurso\\_publico\\_sobre\\_la\\_inmigracion\\_extracomunitaria\\_en\\_Espana.\\_Analisis\\_de\\_la\\_construccion\\_de\\_las\\_imagenes\\_de\\_los\\_inmigrantes\\_latinoamericanos\\_en\\_la\\_prensa\\_de\\_referencia.\\_Tesis\\_Doctoral](https://www.academia.edu/2122993/El_discurso_publico_sobre_la_inmigracion_extracomunitaria_en_Espana._Analisis_de_la_construccion_de_las_imagenes_de_los_inmigrantes_latinoamericanos_en_la_prensa_de_referencia._Tesis_Doctoral)
- Retis, J. and García P. (2010) "Jóvenes inmigrantes latinoamericanos en la prensa española. Narrativas mediáticas de la alteridad: el caso de las violencias urbanas", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 2010. Disponible en: <http://www.politicas.posgrado.unam.mx/revistas/209/Rev209ok.pdf>
- Retis, J. y Sierra, P. (2011). "Rethinking Latin American Communicology in the Age of Nomad Culture. Transnational Consumption and Cultural Hybridizations". En: *Re-visiting Latin American Cultural and Media Studies*, Westminster Papers in Communication and Culture (WPCC), vol. 7, num. 3, 2010. Disponible en: [http://www.westminster.ac.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0006/93228/WPCC-Vol8-No1-Retis-and-Sierra.pdf](http://www.westminster.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0006/93228/WPCC-Vol8-No1-Retis-and-Sierra.pdf)
- Román, P. y Retis, J. (2013) "Diasporic business practices and communication strategies amongst Latin Americans in London". Ponencia presentada en el Congreso de National Association of Mass Communication Research, Washington.
- Said, E. (1993). *Culture and Imperialism*. Londres: Vintage.
- Sassen, S. (2001). *The Global City*. New York, London, Tokyo. Second Edition. Princeton: Princeton University Press.
- Sinclair, J. y Cunningham, S. (2000), *Diasporas and the Media*. In S. Cunningham & J. Sinclair (eds.) *Floating Lives: The Media and Asian Diasporas* (1-34). Queensland, University of Queensland Press.
- Sreberny, A. (2003), *Media and diasporic consciousness: an exploration among iranians in London*. In Cottle, S. (ed.) *Ethnic minorities and the Media* (199-225). Buckingham, Open University Press.
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós: Barcelona.
- Thompson, J. (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, UAM-X, México.

Creado por AVS Document Converter

[www.avs4you.com](http://www.avs4you.com)