

Capítulo 2.- Identidad y medios nacionales en la diáspora *

Referencia: SAMPEDRO, Víctor (2003) “Identidad y medios nacionales en la diáspora” en SAMPEDRO, Víctor (Ed.) La pantalla de las identidades. Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad, pp. 29-54. Icaria. Barcelona. ISBN 84-7426-656-4

En este capítulo intento analizar cómo los medios de comunicación nacionales realizan una función de vínculo entre las audiencias desplazadas en un contexto globalizado. El consumo de prensa autóctona, mientras se vive en un país extranjero, es (sobre todo) una práctica cultural y ritual. Reafirma la identidad personal y asegura las interacciones en los espacios culturales y las comunidades de origen. La investigación etnográfica ha revelado que los periódicos nacionales permiten a los lectores (re)producir determinadas marcas de identidad amenazadas por la globalización. Así, las audiencias desplazadas en la diáspora utilizan los medios de comunicación nacionales para situarse en entornos simbólicos, cuyos límites internos y externos están siendo redefinidos en el espacio y en el tiempo. En el posicionamiento nacional-local las identidades individuales y colectivas adquieren cierta estabilidad y seguridad en sí mismas, haciéndose de este modo viables.

Medios locales en un contexto transnacional

Con frecuencia puede observarse una escena en las bibliotecas del mundo “desarrollado”. Los residentes extranjeros se reúnen para leer sus medios autóctonos en la sección de periódicos internacionales. Estas audiencias “diaspóricas” o “nómadas” (Grossberg, 1988; Radway, 1988) están representadas en este artículo por los estudiantes extranjeros de una universidad de Estados Unidos. Sus declaraciones y tomas de postura, realizadas durante o tras la lectura de su prensa nacional, revelan el sentido oculto que tiene consumir medios de comunicación pasados de fecha y de lugares distantes. Destaca la función comunitaria de la comunicación (Philipsen, 1992: 139-140), observando que los lectores expresaban sentidos culturales compartidos de identidad y pertenencia grupal. Los estudiantes extranjeros intentaron establecer una relación e identificación simbólicas con sus raíces

* Agradezco a James Ettema, Richard Maxwell, Jan Valsiner y Alan Rubin sus críticas a los borradores previos de este texto. Mi gratitud también para Neil, auténtico miembro de la diáspora. Este capítulo es una versión del artículo que publiqué en *Journal of Communication*, Primavera 1998/Vol.48 No. 2, pp. 125-143. La versión inicial al castellano es de Igor Sádaba.

culturales.

La perspectiva etnolingüística (Fitch, 1994; Carbaugh, 1994) se ha empleado para describir cómo los medios de comunicación vinculan a la gente aislada y les ayudan a elaborar narrativas, a construir dimensiones comunitarias de identidad. Pero el posicionamiento cultural también implica fuentes de conflicto y diferencia que dividen a los miembros de la misma comunidad o que les separan de la cultura ajena que les recibe.

El esfuerzo más frecuente entre los sujetos de estudio fue establecer, a través de los diarios nacionales, un vínculo ritual que permitiese algunos procesos básicos para la construcción identitaria: un “juego de roles” (*role playing*) imaginario, el reconocimiento del espacio cultural propio como estable y sólido; y la construcción simbólica de fronteras internas y externas al servicio de la identidad establecida. Esos contornos fueron establecidos por encima y por debajo del nivel nacional, para identificar a los extranjeros y a los compatriotas.

En las páginas siguientes considero que los estudiantes extranjeros encajan en el arquetipo de las audiencias modernas por su desplazamiento territorial y por su consumo de una amplia gama de mensajes, tanto locales como globales. Utilizo *local* en oposición a *global*, refiriéndome tanto al nivel nacional como al intra-nacional. En segundo lugar, organizo conjuntamente las categorías teóricas (que adquirieron sentido cuando se interpretaron los registros etnográficos) y presento el análisis. Finalmente, la discusión intenta arrojar un poco de luz sobre el debate acerca de los medios globales y la inestabilidad de la identidad moderna.

Audiencias globales y uso de los medios nacionales

Las identidades se han convertido en puntos candentes de los debates sociopolíticos desde finales del siglo veinte, enmarcados en la denominada política de identidad. La “pertenencia cultural” amenaza con reemplazar a la pureza genética en las sociedades occidentales, como una forma antigua y exclusiva de etnicidad que margina a las culturas del Sur o del Este (Hall, 1993). Una definición tan limitada de ciudadanía encuentra tendencias contradictorias de integración transnacional y homogeneización; por ejemplo, la construcción institucional de la identidad pan-europea (Drummond, Paterson & Willis, 1993). Dadas estas tensiones, cada ciudadano se enfrenta a una compleja red de identidades que son requeridas para lidiar con múltiples puntos de auto-referencia. De ahí que individuos y comunidades busquen en los medios de comunicación espacios simbólicos de confrontación y encuentro.

Adaptando las palabras de Anthony Giddens (1990: 64), los individuos¹⁹ experimentan la intensificación de sus relaciones sociales en una escala mundial. A menudo estas relaciones son formadas por los medios de comunicación, que vinculan lugares lejanos de tal manera que las identidades locales se ven afectadas por acontecimientos distantes. Así, los individuos contemporáneos carecen de seguridad en sus identidades personales y en los contextos que rodean de sus acciones (Giddens, 1990: 92). La creciente diáspora humana desarraiga, arranca de raíz, los “asentamientos” culturales (*cultural settlements*) (Williams, 1983: 184) donde vivir y trabajar suponía adoptar una identidad dada. Ahora, la constitución de identidades locales es un proyecto precario, afectado por las tensiones intranacionales y transnacionales. Mientras la comunicación global tiende a trastocar las formas existentes de identidad local, también ofrecer nuevas formas de unión y solidaridad (Ang, 1990). Ahí descansa la principal razón de centrarse en los sujetos de este estudio: los estudiantes extranjeros. Ellos deben juntar las piezas de sus identidades personales y reensamblarlas en espacios culturales que sólo son visibles a través de los medios locales.

Las investigaciones hechas con estudiantes extranjeros han seguido objetivos comerciales o administrativos (Ellison & French, 1958; Adams, 1969; Peirce, 1970). Nuestra intención es explorar la recepción cuando las dimensiones espaciales y temporales de los procesos comunicativos han sido alteradas de un modo drástico. La mayoría de teorías sobre recepción de los medios dan por supuesto la proximidad entre el contenido de los medios y su contexto de uso. La teoría de los usos y las gratificaciones señala que los mensajes mediáticos pueden relacionarse con propósitos y gratificaciones casi inmediatos. Recepción implica la búsqueda intencional de información, entretenimiento o relaciones sociales (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974).

Sin embargo, las tres gratificaciones, señaladas por los estudios clásicos, no proporcionan interpretaciones coherentes de la recepción de medios locales mientras se reside en un país extranjero. Otras tecnologías más rápidas (televisión, teléfono o e-mail) están disponibles para recabar información. Los contenidos y presentación de la prensa elitista – la más accesible en contextos transnacionales – no brindan demasiadas opciones de ocio y diversión. Y, finalmente, ni siquiera la interacción social regular a través de los medios parece factible por la falta de conocimiento e intereses compartidos de los extranjeros y las poblaciones de los países de acogida. Tampoco otras tipologías más completas de usos de los medios, basadas en la observación de audiencias multiculturales (Lull, 1995: 108),

proporcionan una guía clara para interpretar las audiencias de la diáspora.

Búsquedas de identidad en los medios.

Como en otras prácticas culturales, el significado de la recepción mediática emana de las construcciones simbólicas negociadas por la audiencia. Como punto de partida asumiremos que la prensa local puede facilitar ciertas rutinas de interacción mediática, que conectan a los individuos desplazados con “su” *comunidad imaginada* (Anderson, 1991). La evidencia empírica sugería que el uso instrumental de los medios era reemplazado por una recepción más “habitual” (de hábito), centrada en la lectura como “encuentro comunicativo ritualizado” (Rubin, 1984). La prensa nacional funcionaba como portadora de recursos simbólicos comunes, dentro de los cuales era posible reafirmar las identidades desplazadas. La lectura se convirtió en un ritual, que ayudaba a los individuos a explorar identidades alternativas en el seno de las fronteras de la comunidad imaginada (Newcomb and Hirsch, 1984).

La modernidad ha desvinculado a la gente de sus regiones geográficas de origen, de las esferas tradicionales del hogar, de sus lugares e identidades. Y ha trazado nuevos entornos. Para las audiencias desplazadas, identidad, comunidad y territorio no coinciden. Más aún, dichas nociones son “manzanas de la discordia” con definiciones contradictorias y enfrentadas. La comunicación global puede estar perdiendo capacidad para reunir audiencias, relacionarlas y separarlas en distintos grupos culturales. Son procesos básicos para la construcción y mantenimiento de las identidades (Ang, 1990). Las identidades no problemáticas guardan las relaciones tradicionales entre lugar y acceso a la información. Pero quizá, los medios globales estén dejando a las audiencias “fuera de lugar”. En este contexto, los medios locales pueden permitirle a una comunidad dispersa seguir trazando sus marcas culturales distintivas.

La interacción simbólica con los medios nacionales puede dar lugar a la aparición de diferentes tipos de identidades, relaciones y sentimientos; todos ellos construidos dentro de un sistema coherente de significados. La identidad individual, una institución típica de la “alta modernidad” (*high modernity*) (Giddens, 1991), persiste gracias a la capacidad de narrar nuestras propias vidas. Hoy en día, la identidad no es una “esencia” sino la impresión de una identidad trazada por auto-narrativas que confieren cierta coherencia, continuidad y auto-consciencia a las interacciones culturales (Czarniawska-Joerges, 1994: 197). El consumo de medios locales podría satisfacer las funciones socializadoras de las narrativas rituales

(Kellner, 1992): ofrecer modelos de roles, relacionar y conectar individuos a espacios²¹ culturales; y establecer similitudes y diferencias en la comunidad.

En las sociedad postmodernas “la comunidad tiene que ser hecha y rehecha, articulada activamente... a la vez asentada y puesta en marcha” (Whitt & Slack, 1994: 15). El concepto de comunidad exige un cuidadoso análisis teórico de rango medio, relacionando las cuestiones de la formación de sujetos en el nivel micro con las cuestiones intersubjetivas de las formaciones sociales. Una comunidad depende de conexiones y funciones vinculantes. A menudo se caracteriza como una unidad de gente, unida por una variedad de circunstancias compartidas – intereses, costumbres, tradiciones, compromisos ...etc. La comunidad también necesita crear una visión del mundo mediante la participación en un sistema de recursos simbólicos, con usos y significados propios. Así, las identidades individuales son negociadas a través de procesos interpersonales y mediáticos, que también generan y revelan la existencia de una comunidad basada en un conjunto de premisas culturales (Philipsen, 1992). Sólo de esta forma es posible entender el espacio del yo y el espacio social, que es un entendimiento de la comunidad a la que se pertenece, y viceversa.

La identidad, como base de la pertenencia a una cultura o a una sociedad, resulta del contraste entre entidades con valores positivos y negativos (Fitch, 1994: 114). Esto es, el posicionamiento cultural implica validar posiciones disputadas, ratificando y rechazando a determinados grupos como como agentes culturales (Carbaugh, 1994). La vinculación simbólica, tanto de las igualdades como de las diferencias, ayuda a construir las nociones problemáticas de yo, nosotros y ellos.

Dicho de otro modo, la identidad es percibida y construida dentro de espacios o configuraciones sociales concretas (simbólicas, físicas, territoriales, políticas...) en las cuales ciertas marcas identitarias (roles, sentimientos, creencias...) son socialmente imaginadas o exhibidas (Meyrowitz, 1985: 7-8, 56-57). Actualmente, quizá más que nunca, la identidad colectiva es incansablemente (re)formulada a través de procesos de reificación, inclusión y exclusión. Esto es, las entidades colectivas se desarrollan en campos simbólicos que, una vez reificados en un discurso, confieren estabilidad a las auto-identidades de los sujetos. Además, ese discurso está basado en un sistema clasificatorio *inter alia*. Esto permite a los miembros de la comunidad definirse contra “los otros”, identificados como los que están más allá de los límites del espacio social común. Finalmente, esto también puede reproducir distinciones en el nivel interno, en consonancia con las divisiones sociales, las relaciones de poder y

dominación (Schlesinger, 1987: 261).

Metodología

Sólo la etnografía puede mostrar los significados ocultos de la comunicación, en conexión con escenarios concretos (Radway, 1984; Jensen & Rosengren, 1990; Morley, 1992: 173-197). La cuestión que nos preocupa es: ¿La interacción con los medios locales confiere formas de adhesión a o de participación en la identidad? He combinado la observación participante y las entrevistas etnográficas. Mientras trataba de leer los periódicos de mi país, observé las prácticas de lectura del resto de estudiantes¹. Los datos tenían poca utilidad, sin los testimonios de los entrevistados. Un estudio piloto previo con cinco entrevistas etnográficas permitió incluir temas no anticipados al comienzo del proyecto.

A los entrevistados se les pidió que manifestasen sus intenciones, pensamientos y emociones, según leían². Las entrevistas etnográficas buscaban motivar una interacción lingüística que invocara los sistemas de significados culturales a través de los cuales los participantes construían su status cultural, como miembros de una comunidad. Se trataba de escuchar procesos de recepción mediática que son “históricamente fundados, culturalmente distintos, socialmente negociados e individualmente aplicados” (Carbaugh, 1994, p.160). Por tanto, se asumió una conexión próxima entre el fenómeno que se estudiaba (el uso del lenguaje) y el concepto explicativo (identidad cultural) (Ficht, 1994: 113).

Para las entrevistas, recogí una muestra de 27 estudiantes extranjeros de Europa (11), Asia (7), África (5) y Sudamérica (4) en una biblioteca universitaria cercana a Chicago³. Se contactó con ellos tras verles por segunda vez durante las cinco semanas del trabajo de campo. Analicé, por tanto, a aquellos individuos que tenían más probabilidades de mostrar una dependencia fuerte de los medios locales. Después de que leían una media de cinco minutos, me identificaba preguntándoles si el periódico era de su país. Mostraron ciertas diferencias en función de sus estudios, proximidad de su retorno, fuentes de información alternativas y contactos con extranjeros. Estas disparidades se tuvieron en cuenta para minimizar la posibilidad de que algunos rasgos de implicación con los medios pudieran ser pasados por alto.

Los entrevistados se mostraron abiertos, con ganas de charlar. La duración media de las entrevistas fue de 45 minutos. Intenté hablar lo menos posible, dejando que los informantes dirigieran la discusión. Centré las conversaciones pidiéndoles que reconstruyeran los patrones de lectura que habían desplegado. Había también diferencias respecto a su

competencia en el idioma inglés, pero un mínimo lo garantizaban los tests de acceso a una²³ Universidad de alto nivel. Todas las conversaciones se mantuvieron en inglés, pero los entrevistados que hablaban español emplearon su lengua materna⁴. Las entrevistas grabadas en cinta fueron codificadas siguiendo el protocolo desarrollado por Strauss (1987). Analicé secciones individuales del texto, para evitar pasar por alto elementos potencialmente útiles, mientras trataba de identificar categorías para agrupar los datos y determinar sus conexiones. Según el proceso de codificación progresaba, la búsqueda de elementos comunes apuntó hacia algunas categorías clave (interacción ritual con los medios, identidad cultural, espacio cultural y fronteras de comunidad) que guiaron el análisis final.

Algunas precauciones metodológicas deben tenerse en cuenta. Lo que aquí presento son los discursos de los informantes con respecto a los significados de sus lecturas. Estos discursos pueden haber sido sesgados por mis prejuicios. No obstante, compartía con los sujetos del estudio la forma de mirar y utilizar los medios locales, ya que yo también era un estudiante extranjero. Realmente este proyecto empezó con auto-reflexiones dispersas sobre el efecto de mis prácticas comunicativas en relación conmigo mismo, con los demás, con mi cultura nacional y la anfitriona. La investigación podría considerarse como un ejemplo de “autoetnografía” o estudio de mi propio grupo, que también proporciona indicios y ejemplos de cómo otras audiencias desplazadas dan sentido a los medios locales como portadores de recursos simbólicos identitarios.

Rituales mediáticos para identidades dispersas.

La lectura de diarios nacionales no parecía comportar para los estudiantes extranjeros un propósito práctico. Encuentros mediáticos repetitivos establecían un vínculo ritual con el espacio cultural de origen. Los entrevistados reafirmaban la viabilidad de sus auto-identidades, al mostrar ciertos roles en una esfera más familiar que la del entorno de acogida. Además, las noticias atrasadas de la nación de origen confirmaban la continuidad del espacio cultural, de manera que el retorno ocurriría de una manera predecible y comprensible. Estas prácticas simbólicas se expresaban en auto-narrativas dentro de las cuales los estudiantes invocaban roles culturales, se posicionaban con relación a ciertos modelos culturales y comprobaban la naturaleza interactiva de sus identidades.

Rituales de auto-posicionamiento

La mayoría de los sujetos insistían en que iban a la biblioteca a leer periódicos, dependiendo de la renovación de ejemplares y las horas de estudio disponibles. Algunos

estudiantes leían todos los días y otros cuando sentían la presión de “ponerse al día” y²⁴ “recuperar el tiempo perdido”. Al mantener intervalos precisos, periódicamente hacían un simulacro de la recepción diaria, pero con varios ejemplares y manchetas. I., un entrevistado ruso, explicó que su horario de lectura se establecía a partir de las dos semanas que tardaba el personal de la librería en reemplazar los periódicos viejos. Pero X, de Taiwán, venía todos los días “... en busca de relax, cuando me canso de estudiar o leer inglés... sin importarme si ya los había leído antes”. Muchos otros estudiantes reconocían una función de diversión, por ejemplo O. de Noruega: “si estoy estresado, vengo aquí y leo todos los periódicos. Me hace sentir bien”. Uso regular, poca selectividad, “relajarse” y “pasar el rato” son indicativos de un uso ritual de los medios de comunicación (Rubin, 1984). Algunos entrevistados reconocieron ignorar sus motivos: “Yo siempre me pregunto por qué estoy leyendo noticias que son de hace más de una semana” (Y. de España). Otros esgrimían a una primera intención instrumental:

“Después de un rato, es imposible no sentir curiosidad por lo que pasa en tu propio país. Además, yo tengo algunas acciones y echo un vistazo a cómo van las cotizaciones y cuáles deberían ser mis decisiones” (W. de Alemania, Master en Administración de Empresas).

La curiosidad general por “lo que pasa” puede ser motivo suficiente, pero “además” se aducía algún propósito utilitario. Aún así, W. tenía que comparar las cotizaciones del *Frankfurter Allgemeine Zeitung* con las más actualizados del Wall Street Journal. El periódico alemán era de muy poca “utilidad”.

X. de Taiwan también reconoció que la búsqueda de información económica era su principal interés. De hecho, el periódico satisfacía algunas necesidades más vagas pero profundas: “Me licenciaré dentro de poco. El porqué leo tan frecuentemente periódicos es a causa de que quiero recopilar información sobre oportunidades y ofertas de trabajo. Quiero encontrar un trabajo.” Cuando fue preguntada por cuáles eran los anuncios clasificados que había estado leyendo, resultó que el periódico taiwanés no contenía ninguno. Solamente podía hacerse una ligera idea sobre sus oportunidades laborales: “Simplemente quiero información general sobre fabricantes”. La exposición repetida a esa “información general” parecía que compensaba la ausencia de noticias locales, pero su utilidad práctica era casi nula.

Las noticias de deportes nacionales permitían desplegar los roles de fans o seguidores. J, de la India, apenas echaba un vistazo a la portada antes de ir directamente a la sección de

deportes: "El críquet es mi pasión, los políticos no son tan interesantes." Pero J. ya sabía la ²⁵ mayoría de los resultados gracias a un "club de críquet por e-mail". Explicó que "el periódico cuenta las cosas de distinta forma. Los espectadores, la atmósfera de los partidos y los incidentes más pequeños... es casi como estar allí... eso no va en un e-mail." Una vez más, este estudiante no aumentaba su nivel de información, como conocimiento de hechos actualizados. Ése fue sólo el caso de un entrevistado surcoreano:

“Estaba leyendo otra vez que Corea se había clasificado para el Campeonato Mundial de Fútbol. De hecho, estoy esperando que nuestros partidos se celebren en Chicago. Hay algunas posibilidades. Así, leyendo esto, sé si tengo la oportunidad de ir a verles. Y eso me hace sentir muy bien”.

Como Victor Turner ha señalado (1980), un ritual es un comportamiento muy estereotipado y potente en términos de convenciones culturales. Comunica los valores sociales más valiosos, permitiendo a los participantes ejecutar un rol. Todos los estudiantes pensaban volver a sus países en un futuro cercano. Esto posiblemente generaba una incertidumbre que podía ser reducida ejecutando roles cargados de profundo significado social en sus culturas o subculturas. Se adherían a una experiencia vicaria de estatus (trabajos profesionales) y roles culturales (seguidores deportivos), que quizá deseaban realizar en sus países. De hecho, hablaban de *sí mismos* como siendo capaces de comportarse como un accionista alemán o un taiwanés en busca de empleo. J. necesitaba "estar al corriente de algunos partidos nuevos... Dentro de unos pocos días, regresaré a la India. Seré capaz de participar en las discusiones y podré defender a mi equipo de críquet". El fan de fútbol surcoreano esperaba asistir a los partidos de “su” selección con “sus” compatriotas.

L. de Inglaterra señalaba el papel de lectora de periódico como significativo en sí mismo. Un lunes, dos semanas después de que la edición del *Sunday Times* se hubiera impreso, dijo:

"Es agradable sentarse aquí para leer el *Times*, porque en Londres lo leo todos los domingos. ¡Sí! Me siento muy familiarizada con el periódico. Sé dónde buscar cada artículo... lo leo de la misma forma que lo hago en casa: echo un vistazo a la revista y luego examino el periódico."

Sus siguientes declaraciones revelaron que el *Times* funcionaba como portador de contextos “familiares” para encontrar las noticias "dónde se supone que deben estar": “En el Chicago Tribune es imposible encontrar las noticias en medio de ese caos de anuncios. Para

cuando encuentras una noticia te has perdido." Leyendo las mismas secciones del periódico²⁶ en el mismo orden que lo haría en Londres, la prensa local le proporcionaba un entorno ordenado y familiar. Otros consumidores de medios señalaban la fuerte similitud entre la lectura y la sensación de "sentirse en casa". La mayoría insistía en el significado de la función mediática de vínculo. T., de Japón aseguraba:

"A veces me siento perdido y "tengo hambre" de palabras japonesas. Y, leer esos caracteres, ¿sabes?, me hace *sentirme en casa* ..., un alivio, y ¡ah!, ¿sabes?, es muy *sano estar en contacto* con Japón, incluso a través de los medios" [el énfasis es mío].

Los periódicos, incluso atrasados, merecían la pena ser leídos porque "la literatura no *te conecta realmente a la realidad de hoy en día* [énfasis añadido]" (P. de Dinamarca). La proximidad del retorno a los países de origen motivaba la "necesidad de *estar en contacto* con todos los acontecimientos recientes" (X. de Taiwan). Aunque las noticias fueran antiguas.

Viejas noticias, buenas noticias

La experiencia ritual en los medios de comunicación también hizo emerger discursos que daban relevancia a los espacios culturales de origen; presentándolos como familiares, estables y sólidos. Obviamente los periódicos impresos no cubrían las necesidades informativas de una manera adecuada. Su desfase temporal era una queja común entre la mayoría de los entrevistados. Las prácticas de lectura eran diferentes en comparación con aquellas demostradas en el contexto de origen. Por ejemplo, I. de Tanzania afirmaba "Cuando estaba en casa sólo me leía dos o tres artículos. Pero ahora leo cada artículo, cada uno de ellos". F., un italiano, se dio cuenta de otra variación en su patrón de lectura: "Es lo contrario que en Italia. Aquí voy desde la primera página hasta la última, en Italia lo hacía hacia atrás." En su país casi podía anticipar las noticias de la primera página por la televisión o la radio. Ahora tenía que realizar esa función él mismo. Primero, ordenaba las ediciones mediante una secuencia cronológica; a continuación, con un vistazo rápido podía detectar ciertos temas de interés, buscando luego los artículos destacados. Este proceso condicionaba sus opiniones sobre los periódicos: "El periódico me parece peor aquí. Desde que sólo leo algunas ediciones cada semana, descubro lo poco que dicen. En Italia los otros medios no me permitían darme cuenta de lo realmente malos que son los periódicos."

Estas críticas no impedían mostrar una afinidad cultural fuerte. F. se quedó absorto con el *Corriere de la Sera* durante una hora y media y, seguidamente, afirmaba:

"En política nacional todo es exactamente lo mismo: La misma gente diciendo las

mismas palabras. No tengo sensación de que las cosas hayan cambiado y eso me²⁷ tranquiliza... lees que han descubierto otra estafa, que los viejos partidos siguen teniendo el control de todo el juego... es reconfortante. En serio, tienes la seguridad de que cuando vuelvas todo va a seguir igual. Estoy de acuerdo con que sería mucho mejor tener buenas noticias: “El desempleo ha bajado”, “la inflación no sube”... pero no entra dentro de mis expectativas. No voy a pensar en términos negativos sobre lo que leo, especialmente cuando puede proporcionarme un efecto relajante. Las cosas no empeoraron o siguen tan mal como siempre.”

Otros estudiantes tampoco leían el periódico para componerse una imagen ideal de sus países. Por el contrario, el “efecto relajante” lo provocaba “la misma gente diciendo las mismas cosas”. E. de Ecuador aseguraba que “estando aquí [Estados Unidos] puedes darte cuenta que nada ha cambiado realmente. Por ejemplo, los ministros cambian continuamente, pero sólo intercambian cargos. Los nombres no son importantes.” Constatar que las convenciones periodísticas presentan como noticias un número limitado de acontecimientos, con pequeñas variaciones, es el primer paso para desarrollar una “lectura de oposición” (Fiske, 1987). F. concluía: “Los periódicos están hechos para llamar la atención, exageran pequeños cambios y hablan ahora de una revolución que, por supuesto, no está teniendo lugar”. Este escepticismo iba emparejado con el sarcasmo de L., de Londres:

“Mientras leo la prensa tengo la sensación de que todo sigue igual. Me preocuparía si hubiera cambiado. Simplemente, cuando echo un vistazo a los titulares, no hay nada que me haga decir “Oh, dios mío! ¿Qué ha pasado?”. Si algo realmente importante hubiera pasado sentiría “Oh, ¡te lo has perdido!”. Estaría como fuera de onda. Es como estar en contacto con lo que ocurre en casa, porque desconocer algunos acontecimientos podría ser como si te faltase un trozo de tu mente al volver. Pero los escándalos políticos..., quiero saber en qué se ha metido John Major esta vez.”

“Mantenerse en contacto” tenía una función crítica: Evitar perder “trozos de tu mente”. La “mente” individual requería ser colectiva, construirse en común con otros, en un proceso continuo. Los líderes italianos, perseguidos por la justicia, o los escándalos políticos británicos no eran objeto de asombro para nuestros lectores. Con frecuencia, los medios apenas nos aportan sorpresas. Pero en el extranjero, la interacción rutinaria con la prensa tenía un efecto relajante: permitía a los lectores elaborar discursos que les situaban en entornos “familiares”. “Pueden ocurrir tantas cosas en casa que uno nunca sabe si alguna vez será

igual” (D. de Brasil). El consuelo que proporciona un espacio cultural conocido aseguraba²⁸ su auto-identidad: “Las cosas cambian, sin duda. Pero no me siento distante de ellas porque mantengo un contacto cercano. Siempre que leo trato de situar las cosas y colocarme en el escenario que tenía antes de venir aquí.” (R. de Senegal).

En muchas ocasiones el resultado fue la reafirmación discursiva de la pertenencia cultural: “estoy mucho más vinculado a mi país ahora, por eso sigo la prensa” (S. De Marruecos). O se constaban afirmaciones de consuelo identitario: “Me siento más fuerte después de leer la prensa. Me coloco en mi lugar. De hecho, después de una hora leyendo ya no sé donde estoy” (M. De Kenya). En esta última frase hay una declaración de *liminalidad*: la pérdida de orientación espacio-temporal que caracteriza a quienes participan en un ritual (Turner, 1969).

Para resumir, la mayoría de los estudiantes escenificaban un ritual, sin conexión directa con usos inmediatos. La recepción de medios locales en un contexto extranjero reflejaba una práctica discursiva repetida con un significado cultural creciente. Esta relevancia no se debía *únicamente* a motivos prácticos, derivados del regreso próximo o de la nostalgia. La lectura de periódicos era significativa en sí misma y los lectores deplegaban roles bien conocidos. Estos roles fueron cruciales para posicionar identidades dinámicas o para, ya de regreso, asegurar la viabilidad de las identidades adquiridas en el extranjero. La constatación de que la vida nacional no se había alterado producía decepción, pero también aportaba estabilidad. El tratamiento rutinario que los medios hacían de los espacios culturales de los estudiantes confirmaba que éstos no se habían perdido nada “importante” y que no se habían quedado “fuera de onda”. El consumo de medios debía, entonces, entenderse en términos de *confirmación*, en vez de *información* (Carey, 1989). Viejas noticias, buenas noticias.

Límites y contornos de las comunidades desplazadas

Un espacio cultural evoluciona y sobrevive al ser habitado y compartido colectivamente, esto es, en comunidad. Una comunidad implica un tipo de relación de grupo primario: pequeña, particular, informal y personal. En contraste, una sociedad se caracteriza por lazos impersonales, distantes, formales y universales (Tönnies, 1957). Los estudiantes invocaron su pertenencia a las comunidades locales, en cuyo seno transitaban en la sociedad global. La prensa nacional fomentaba una interacción discursiva basada en lazos grupales primarios, compartiendo un sentido de identidad, sosteniendo vínculos emocionales fuertes y

sustentando frecuentes interacciones localizadas y simbólicas. Sin embargo, los medios²⁹ sólo pueden ofrecer versiones aproximadas de grupos primarios. Las *pseudo-comunidades* mediáticas han sido descritas como generadoras de relaciones cara-a-cara ilusorias con los famosos de los medios (Merton, 1957: 510-542), construyendo un “mundo social” de pertenencia (Rubin, Perse & Powell, 1985: 156-157), o proporcionando lazos de grupos primarios (Beniger, 1987; Cerulo, Ruane & Chayko, 1992). Esta “interacción parasocial” (*parasocial interaction*, Rubin & McHugh, 1987) conlleva especificar quién es, y quién no es, parte de la *comunidad imaginada* (Anderson, 1991). T. de Japón decía: “Leo el periódico pensando en la gente que conozco y que quizá lo leyeron hace un par de semanas”. Y A., de la India explicaba:

“Hay definitivamente mucha emoción involucrada. Especialmente cuando llegas por primera vez y quieres continuar siguiendo la gran cantidad de historias que has estado siguiendo previamente... Ha sido una forma de contacto personal. Mi padre podía haber leído este mismo artículo en casa.”

G. de Grecia proporcionaba otro ejemplo muy ilustrativo al referirse a un reportaje sobre los hijos griegos, que se van de casa a edades muy avanzadas. El estudiante prestaba mucha atención al artículo, porque su provincia era mencionada como la que tenía las edades de abandono del hogar más altas. Su placer derivaba de reconocer una realidad íntima:

“El artículo hace referencias a gente y cosas que conozco porque soy de allí. El periódico recoge el testimonio de un chico que tuvo una larga relación de doce años. El chico tenía ya treinta y siete años y no se pudo casar hasta hace justo dos meses. Inmediatamente pensé en mi pueblo, en que todo el mundo que conozco se está casando. La información incluso me acercó más a mi familia. Mi hermana pequeña se casó justo hace cinco semanas...”

Las pseudo-comunidades mediáticas más invocadas fueron *mi familia* o *mi pueblo*, pero también *mis amigos*: “Bueno, mis amigos de allí siguen la liga de cricket. A veces les busco en las fotografías tomadas en los estadios.” (J. de India); *mis compañeros de clase*: “Me preguntaba si mis antiguos compañeros de clase de la licenciatura estarían discutiendo las noticias sobre los últimos conflictos laborales” (K. De Corea del Sur); o *mi tribu*⁵: “Estoy seguro que mis amigos estuvieron allí... ¡que manera más estúpida de unirlos a ellos en la distancia!”, dijo L. de Inglaterra después de leer la convocatoria de un concierto de pop-rock. La prensa local ayudaba a unir individuos que se encontraban distantes en espacio y tiempo,

reconstruyendo las comunidades a las que pertenecían.

La *posición flotante* (*floating position*) de los lectores (Ang, 1985: 76), que para las audiencias desplazadas es casi física, pudiera haber inducido a los estudiantes a establecer vínculos ficticios con las comunidades de origen. No es sorprendente que estas declaraciones pertenecieran a aquellos entrevistados que mantenían una interacción escasa o difícil con los ciudadanos norteamericanos o con la comunidad de expatriados. La mayoría de ellos pertenecían a culturas donde los grupos primarios tradicionales (Europa del Sur, Asia o Africa) o las subculturas juveniles (Inglaterra) tienen una importancia cultural alta. Obviamente, no abandonaron el correo postal o las llamadas telefónicas diarias, precisamente porque establecieron (pseudo-) encuentros imaginarios con sus comunidades más apreciadas. Este pensamiento ilusorio de consumo simultáneo de textos mediáticos era una premisa fundamental para la formación de identidades colectivas a comienzos del siglo XX (Anderson, 1991) y quizá se ha vuelto crucial de nuevo.

Desechando la noción de comunidades como productos generados por Dios, el Espíritu o la Historia, debemos preguntarnos por sus fronteras. Las identidades colectivas son “tradiciones inventadas” (Hobsbawm & Ranger, 1983; Hobsbawm, 1993) mediante la definición de ciertos espacios sociales y de sus miembros, a través de fronteras simbólicas que desempeñan funciones de exclusión e inclusión. Las fronteras de exclusión son definiciones negativas, construidas en términos de diferencias que son objeto de rechazo. Las fronteras de inclusión se basan en pretendidas similitudes, que son reforzadas. Mientras hacían uso de la función comunitaria de la comunicación, los estudiantes extranjeros ponían esas distinciones en práctica para situarse a ellos mismos y afianzar sus identidades. Mantenían algunas posturas críticas con la cultura de acogida e intentaban seguir considerándose miembros de ciertos grupos específicos de su país de origen. Los medios locales servían como escenarios simbólicos para enfrentar a “los otros” y agruparse en una identidad social..

Fronteras de exclusión

La mayoría de los sujetos se reconocían como extranjeros o bien constaban su estatus como tales. Por ejemplo, T. afirmaba “La primera cosa que notas es lo diferentes que somos nosotros [los japoneses] de los americanos”. Y G., de Grecia, añadía:

“Me siento muy diferente. Me voy a adaptar a este país y a esta gente [los americanos] pero no quiero ser realmente como ellos. *Cuando regreso allí o leo estos periódicos* veo lo

diferentes que somos. Esto me ayuda a ubicarme a mí mismo, viendo de dónde vengo y³¹ manteniéndolo a salvo [énfasis mío].”

La mayoría de los entrevistados no criticaron directamente la cultura de EEUU. Algunos ejemplos se limitaban a comparar los periódicos americanos y del país de origen. Un estudiante ruso de Ciencia Política declaraba:

“Cuando comparas, tienes la sensación de que los medios americanos están mucho más controlados. Los puntos de vista de Clinton no son criticados hasta el punto en que lo son en los medios rusos... Trato de juzgar críticamente los hechos que he conocido previamente de la prensa americana [sobre Rusia]. Y te puedo decir que los resultados son bastante tristes.”

Este entrevistado hacía valer sus conocimientos académicos sobre análisis de los medios. Obviamente, un consumo de varios medios, simultáneo e intercultural, favorecía las lecturas críticas. Otras estrategias de comparación abarcaban más de dos culturas. K., de Corea del Sur, afirmaba:

“Leyendo los temas sociales puedo saber lo que ocurre a nuestro vecino en Corea [del Norte]... puedo sentir cuáles son los problemas de mi país. Puedo también comparar a los coreanos [del Norte y del Sur] y a los americanos. Leyendo el *Chicago Tribune* y estos periódicos coreanos puedo sacar conclusiones sobre estos países.”

Las audiencias desplazadas, expuestas a flujos de comunicación multipolares, pueden reconocer una amplia variedad de identidades culturales en conflicto. Pero las distinciones locales (Corea del Norte y del Sur) pueden depender de un poder mundial (los EEUU) que sirve como referencia para identificar y diferenciar identidades locales. Leyendo el *Chicago Tribune* se confería sentido a aquellos espacios culturales que trataba la prensa asiática. Esto nos remite al riesgo de que unas cuantas identidades culturales mediáticas, las hegemónicas, se conviertan en los únicos puntos de referencia para las identidades minoritarias, cuya formación recurre a procesos de subordinación o, en el mejor caso, de hibridación⁶.

La construcción de límites marcadamente defensivos se dio, sobre todo, en estudiantes que tenían un inglés muy fluido. La competencia lingüística les permitía seguir y memorizar el tratamiento de la prensa de EEUU y sus rasgos culturales, de manera que las distinciones interculturales eran posibles. Quizá otros estudiantes mantuvieron las mismas opiniones no dichas y/o les faltó un punto de referencia para criticar la cultura norteamericana. Además, la posición más común, especialmente entre los estudiantes de los

países en vías de desarrollo, fue ejemplificada por M., de Kenya, que compensaba con³² autocríticas. La distancia cultural adquirida incrementó la pertenencia cultural, pero también permitió evaluar la cultura propia.

“Nunca entiendes cuánto perteneces a un lugar hasta que dejas de estar allí. Nunca me convertiré en un americano, pero ahora lo veo desde un punto de vista más global. Mi país no es perfecto del todo. Veo las cosas buenas y malas con más claridad que cuando estaba allí [en Kenya]”

Fronteras de inclusión

Los estudiantes extranjeros estaban más preocupados en mantener vínculos con sus comunidades de origen que en rechazar la cultura norteamericana. No es de extrañar, en tanto en cuanto su condición de desplazados era voluntaria. Nuestros sujetos no son comparables en ningún caso con los inmigrantes económicos o los refugiados políticos que componen multitudes desplazadas, para las cuales es imposible el regreso. Más aún, la mayoría de los estudiantes de países en vías de desarrollo adoptaban la misma posición que M. de Kenya había formulado: "Yo tenía la intención de volver e intentar cambiar todo lo que había descubierto aquí que estaba mal en mi país." Estos estudiantes tenían asegurada una vuelta a casa con niveles profesionales más altos que la mayoría de sus compatriotas. Pero, al mismo tiempo, sus nuevas marcas de identidad tenían que ser compatibles con las distinciones existentes en el nivel intra-nacional, definiendo los grupos sociales donde vivirían otra vez. Las fronteras de inclusión mostraron una naturaleza variable, recreando pequeñas entidades territoriales, generacionales, educativas o alineamientos políticos.

Y., de España, se quejaba de que *El País* no se imprimía en su ciudad y deseaba leer algún periódico de "mi Pamplona, a donde pertenezco y a donde volveré". K., de Corea, insistía en su intención de "mantener el contacto" con

”[...] los jóvenes coreanos, porque han cambiado mucho en los cinco años que he estado en Estados Unidos. Con el cambio de gobierno y política, la vida estudiantil ha cambiado mucho también. La política ya no es más el principal interés. Y puedo leerlo en los periódicos y ver que me siento casi igual que la gente de mi edad e igual que parece ser otra gente joven”.

Por tanto, los medios le emplazaban ante la evolución de su grupo de edad, confirmando que todavía podía sentirse parte del mismo. Los periódicos le presentaban los rasgos más profundos de su generación (“vida e “interés”), al igual que los más triviales

(“como parece ser otra gente joven”). La información autóctona se había convertido en ³³ extremadamente útil para seguir los límites movedizos que definen las identidades situadas en el país de origen. Este era también el caso de C., una escritora peruana amateur y neófita entre las élites culturales de su país:

“No quiero perder contacto. Por ejemplo, si vuelvo de visita y descubro que no tengo *contexto*, conocimiento de lo que ha pasado... Sabes, no quiero, por ejemplo, entrar en una conversación si no voy a ser capaz de participar, porque lo ignoro. No quiero sonar como un americano entre *mi propia gente* [énfasis mío]”.

El *contexto* de la prensa se convertía en necesario para re-establecer relaciones sociales y para evitar la alienación de *su propia gente*. Otras distinciones de inclusión adquirirían un tono conflictivo. El italiano F., un antiguo lector del periódico comunista *Il Manifesto*, sólo podía leer prensa contraria a su ideología:

“Odio este periódico, es demasiado conservador, pero aún así me pongo con él. Evito las opiniones. Bueno, leo las dos primeras líneas hasta que veo el tipo de mentiras que dicen... es mejor que nada. No sé por qué candidato votaré, porque los partidos han cambiado muy rápidamente. En cualquier caso, en Italia no está permitido el voto por correo, así que...”

Este despertar de la afiliación política o partidista era compatible con la observación de que él había sido expulsado del proceso electoral. De alguna manera, las críticas se hacían eco de las disputas políticas a pequeña escala, tan frecuentes en el sur de Europa. De hecho, sus palabras finales fueron: “¡Oh, chico! Me gustaría que los compañeros estuvieran aquí”.

R. de Senegal ofrecía un ejemplo opuesto pero complementario. Ya que su familia pertenecía a la élite política, utilizaba la prensa para mantener interacciones discursivas subsidiarias, que fortalecían las fronteras de inclusión de la comunidad confirmando su competencia social. Se centraba en las noticias sobre un político que había declarado que no se presentaría a las próximas elecciones:

“Yo había hablado con su hija, que estaba en Washington D. C., y ella me dijo que él, en realidad, estaba pensando en encabezar una nueva facción política dentro del gobierno. Es tan gracioso, ¿sabes? Hoy por la noche le llamaré otra vez y a otros amigos que están en EEUU. Somos pocos y nos conocíamos todos antes de venir. Todavía me siento competente y cualificado para participar cuando vuelva. Los flujos de información, ya sabes.”

Las llamadas telefónicas entre R. y sus amigos reproducirían, dentro de los límites de su clase social, el cotilleo que un uso ritual de los medios había alimentado entre los

participantes. Las palabras de Phillip Elliott serían ilustrativas, “un ritual no es tanto la³⁴ comunicación de una realidad social como una construmbre que da expresión simbólica a las relaciones sociales” (1980:610). Leer la prensa garantizaba la interacción con los compatriotas, principalmente con aquellos incluidos dentro las fronteras internas de la nación. En caso contrario, de vuelta a casa existiría el riesgo de chocar con las fronteras de edad, educación o clase. En vez de cohesión existiría alienación y extrañamiento. Los muros de inclusión se volverían, entonces, de exclusión. Incluso, R. de Senegal, quien sabía más de lo que decían los periódicos, declaró que si no pudiera leerlos “me sentiría como en la cárcel. No sabría lo que está ocurriendo *ahí fuera*. Cuando estás en la cárcel quieres volver a casa y convertirte en miembro de la sociedad. Me sentiría como en la cárcel [énfasis mío]”. También los miembros más integrados necesitan saber “qué está ocurriendo ahí fuera”. Las fronteras inclusivas se complementan con otras y la suma de ellas puede constituir y abarcar identidades colectivas de alcance nacional.

Discusión y conclusiones

Toda comunicación es identitaria y las identidades mediáticas expresan las ilusiones, las esperanzas, los miedos y las ansiedades de vernos representados como quienes creemos que somos. Todo ello en un contexto cultural en el que nuestra identidad parezca viable. No siempre consumimos información novedosa, pero sí las identidades individuales y colectivas de las que queremos escapar o las que nos gustaría poseer. La globalización ha intensificado la intensidad y contradicciones de estos procesos. Los estudiantes extranjeros que he analizado podrían parecer anacrónicos, aunque el trabajo de campo se realizó hace apenas siete años. Ahora “buscarían información” en las ediciones electrónicas de los diarios o mantendrían interacciones a través del correo electrónico. Algunos ya lo hacían entonces y, a pesar de ello, interaccionaban con periódicos de calidad para validar sus posiciones socioculturales. Provocadas por los encuentros con los medios locales o nacionales (autóctonos, en todo caso) las audiencias desplazadas se movían discursivamente entre posiciones de diferencia e igualdad, con cada posición motivando la otra. Lo mismo puede estar ocurriendo ante las pantallas de ordenador o la televisión por satélite.

He argumentado (y espero que demostrado) que la interacción con los medios locales, cuando se realiza en un contexto extranjero, fundamenta, ante todo, una práctica ritual. Este ritual permite a las audiencias desplazadas mostrar ciertas funciones simbólicas que son básicas para construir identidades: (a) el juego simbólico de roles, plagado de modelos

culturales, (b) la celebración comunitaria de un espacio simbólico inalterado, y (c) la ³⁵ pertenencia a grupos concretos, a través de la ratificación de ciertos vínculos comunales.

Estos procesos les permitieron construir una auto-narrativa caracterizada por la coherencia global, la continuidad y la toma de conciencia. Estos rasgos fijan y sostienen las identidades desplazadas. El juego imaginario de roles y modelos culturales afirmaba la viabilidad de sus identidades en el lugar de procedencia. La audiencia podía establecer vínculos con los espacios culturales de donde venían, confirmando que “todo seguía igual”. Así, podían reivindicar una pertenencia socialmente aceptada (identidad) y esgrimirla, compartiendo recursos simbólicos comunes y estables. La audiencia también (re)construía encuentros de inclusión y exclusión, estableciendo fronteras colectivas tras las que situarse.

¿Hay tantas diferencias entre los estudiantes extranjeros y un ciudadano que desayuna con las noticias cada mañana? Esta pregunta se mantiene abierta, pero los resultados muestran que la comunicación de masas va más allá de la transmisión de mensajes novedosos. Es también (¿principalmente?) un ritual de significados sociales que confieren confianza identitaria, una pertenencia sociocultural virtual.

El tema central en juego es que los medios locales pueden proporcionar un sentido de *seguridad ontológica* (Giddens, 1990); en nuestro caso, la confianza en la continuidad de las identidades desplazadas. Mientras la comunicación global puede perturbar esa confianza, los medios locales pueden ofrecer un anclaje identitario muy potente. La inseguridad ontológica incentiva que las audiencias se piensen a sí mismas como actores sociales viables en el contexto cultural de origen. Deben implicarse en el contenido mediático de forma *cognitiva* (reconocimiento, memoria y reflexividad) y de forma *afectiva* (requiere relaciones estables con otra gente y con determinados medios). En suma, la inseguridad ontológica se reduce a través de mediadores socioculturales, sostenidos en las actividades rutinarias de la vida diaria (Silverstone, 1993, 1995).

La interacción con los medios locales parece que garantiza la viabilidad cultural de las audiencias desplazadas, al afianzar el carácter rutinario de la vida comunitaria que está siendo alterada por la globalización. La prensa considerada aquí es informativa y se refiere, ante todo, a temáticas nacionales. El género de noticias ha sido analizado como una fuente eficiente de reducción de amenazas; por su narratividad, aspecto de veracidad y frecuencia. Parcialmente por las mismas razones, los medios nacionales aportan gran parte del “material de relleno que compone por defecto la existencia ordinaria y cotidiana” (Silverstone, 1993:

588-589). Más aún, los medios tienen la pretensión de asegurar un mismo efecto para todos³⁶ y cada uno de los miembros de la audiencia, que es interpelado con mensajes hechos ‘para cualquiera que se te parezca’” (Scanell, 1995).

“Ser interpelado” es un requisito para romper el anonimato y adquirir una identidad individual. Otra condición esencial para las identidades colectivas es que la comunicación se mantenga dentro de los límites de un espacio social dado (Meyrowitz, 1985). Quedan por analizar las fórmulas textuales *concretas* y las convenciones institucionales de los medios, que confieren seguridad ontológica. Lo veremos en los siguientes capítulos del libro; aquí se han analizado los discursos identitarios que provoca la recepción en una población diaspórica accesible. En silencio permanecen las multitudes desplazadas para las que la diáspora es la única salida a la represión o a la muerte.

Otro tema final será planteado en el próximo capítulo: La tensión que existe entre las identidades culturales impuestas “desde arriba” y las que emergen “desde abajo” (Hobsbawm, 1993; Martín-Barbero, 1993). Aplicado a los medios globales, el proceso arriba-abajo apunta a una élite que (de)codifica los textos de los medios de comunicación para los otros. Imponen una identidad común y establecen las fronteras de la diversidad cultural. El sacerdote leía la Biblia en latín, mientras volvía su espalda a la audiencia fiel. El acceso a la comunicación estaba garantizado sólo por quienes poseían el texto y sabían el código. Era una lectura guiada y con un solo significado, inaccesible para el lego.

Al contrario, el modelo abajo-arriba representa la recepción de los medios locales como una práctica cultural individual y colectiva, sensible a las diferencias pero llevado a cabo en común por gente cuyas identidades perviven gracias a sus esfuerzos comunicativos. La recepción es una práctica cultural con significados abiertos, plurales, creativos e, incluso, subversivos. Esto favoreció el nacimiento de las sectas protestantes y las primeras fraternidades patrióticas en el siglo dieciocho, cuando los clásicos fueron traducidos en lecturas innovadoras. Hoy en día, el escenario global puede estar produciendo flujos comunicativos que sólo se alimenten a sí mismos y, por supuesto, a sus contados productores. Pero estos últimos necesitan audiencias concretas, sin las cuales la mayoría de los mensajes globales pueden sonar a sermones en latín.

NOTAS

- ¹ Me centré en cuánto tiempo dedicaban los estudiantes, en su grado observable de concentración (actividades paralelas, miradas distraídas, etc.) y en los patrones específicos de lectura (elección del entorno, orden cronológico de las ediciones, lectura de atrás adelante o de adelante atrás, por ejemplo).
- ² En ciertas ocasiones se estimuló la memoria, pidiéndoles que describieran más en detalle lo que pensaban y sentían en determinados puntos del proceso de lectura. Los informantes a menudo se referían a noticias o secciones específicas a las que habían estado prestando especial atención y muchos continuaron leyendo mientras charlaban con el investigador. Se evitó parcialmente el rechazo, al presentarme como otro estudiante extranjero que también leía su periódico nacional. Ello me permitió aumentar la empatía, y un alto nivel de exploración estaba garantizado al volver a los mismos temas desde diferentes perspectivas o pidiéndoles ejemplos concretos de sus afirmaciones.
- ³ Casi la mitad de los sujetos eran hombres y todo el grupo eran usuarios habituales de la sección de periódicos extranjeros. Sus edades variaban entre los 18 y los 32 años. La librería pertenece a la Northwestern University (Illinois) donde el autor pasó muchas horas de estudio (algunas veces dedicadas únicamente a la metamorfosis del lago Michigan) durante su estancia entre 1993 y 1994.
- ⁴ Ofrezco una traducción al español de los estudiantes de habla extranjera. El escenario de la investigación fueron los servicios de medios extranjeros en la planta baja de la biblioteca. El área de asientos estaba dividida en tres espacios: las mesas para microfilms, que son irrelevantes para nuestro estudio, y dos áreas para leer periódicos – un grupo de doce bancos enfrente de una mesa con tres o cuatro periódicos de numerosos países, y ocho mesas con sus respectivas sillas. Por conveniencia, sólo dos personas eran entrevistadas en el área de bancos. La sala de periódicos tenía el mismo horario que el resto de la biblioteca. El número de lectores oscilaba entre unos pocos a una docena, e incrementaba a últimas horas de la tarde. No estaba permitida la comida ni hablar en alto. Sin embargo, los entrevistados pudieron ser grabados. Este contexto permitió más distensión que en otras zonas de la librería y cierto grado de privacidad, especialmente cuando nos sentábamos en las mesas.
- ⁵ En lugar de *posse*: Clan o grupo de individuos que acostumbran a frecuentar los mismos clubs o discotecas.
- ⁶ Las identidades culturales minoritarias que buscan relevancia mediática sólo pueden fusionar formas culturales dominantes –hibridación– o, en el mejor de los casos, intentar la “indigenización” infundiendo sus rasgos locales en las formas culturales importadas o impuestas (Lull, 1995: 155-159).