

## **Pensar a la audiencia transnacional: comunicación de masas en la etapa posnacional**

*Thinking about transnational audiences: mass communication  
in a post-national age*

GABRIEL ALBERTO MORENO ESPARZA<sup>1</sup>

El artículo argumenta que las categorías de análisis de la era de la comunicación de masas permanecen vigentes –pese a la descalificación de aportes teóricos sobre los nuevos medios–, para explicar fenómenos de recepción y uso de las tecnologías de información y comunicación de la audiencia transnacional, como lo demuestran los usos sociales de la televisión por parte de mexicanos en Estados Unidos.

*This article claims that analytical categories derived from theories of mass communication –dismissed by trendy “new media” approaches– remain relevant to explain phenomena regarding transnational audiences’ use and reception of new media. This argument is supported by empirical work that looked at the social uses of television news of Mexican-origin viewers in the United States.*

**PALABRAS CLAVE:** audiencia transnacional, comunicación de masas, etapa posnacional, análisis crítico de la recepción, usos sociales de la televisión.

**KEY WORDS:** *Transnational audiences, mass communication, post-nationalism, reception analysis, social uses of television.*

---

<sup>1</sup> Universidad de Guadalajara, México.

Correo electrónico: gabrielmoren@gmail.com

DECS, Paseo Poniente 2093, Jardines del Country, C.P. 44210, Guadalajara Jalisco México. Este artículo fue realizado en el marco del programa de Apoyos Complementarios para la Consolidación Institucional de Grupos de Investigación del CONACYT.

Este texto presenta reflexiones que derivan de un programa de investigación en curso sobre la audiencia transnacional en el contexto del circuito migratorio que existe entre México y Estados Unidos.<sup>2</sup> El argumento central visualiza a los inmigrantes como actores en un entramado de redes sociales transfronterizas, cuyo uso y consumo de medios y tecnologías de información puede estudiarse mediante elementos clave del análisis crítico de la recepción. Este enfoque asume primordialmente que los inmigrantes son actores transnacionales que actúan económica, social y políticamente en al menos dos territorios nacionales y que, en su calidad de audiencias, son también “miembros de familias, hogares, comunidades y naciones” (Silverstone, 1991, p. 136). Esta afirmación conlleva la idea de que las aportaciones del pensamiento de la comunicación de masas mantienen vigencia, pese a la presunción de obsolescencia teórica disparada por la presente revolución tecno-digital.

Los llamados “nuevos medios” han abierto rutas de exploración académica debido a su impacto desestabilizador en la hegemonía de los medios de difusión masiva (McQuail, 2010, p. 136). En este contexto también se presume que los nuevos medios anuncian el final de la “audiencia”, debido a que el público en sociedades contemporáneas no sólo recibe información mediatizada, sino que también la produce y la crea. De alguna manera se sugiere que la audiencia se ha independizado de los medios. Quienes estamos en el área de la recepción, sin embargo, sabemos que ésta es una premisa falsa que reduce el concepto de la audiencia a un desarrollo lineal entre emisor y receptor. Según el novedoso paradigma, el proceso de “audienciación” (Orozco, 2001, p. 19) termina debido a que el público receptor empieza a intervenir en la producción de contenido mediático. Como Guillermo Orozco (2001) nos hace saber, empero, la recepción es un fenómeno que involucra a seres humanos en sociedad, a “sujetos sociales, activos e interactivos, que no dejan de ser lo que son mientras entablan alguna relación siempre situada con el referente mediático, sea ésta directa, indirecta o diferida” (p. 23). En síntesis, la cuestión de la audiencia sigue siendo importante porque permite pensar en la relación de la gente con los medios de comunicación –nuevos o

---

<sup>2</sup> El texto fue la base de una presentación en el XXII Encuentro Nacional AMIC 2010, que tuvo lugar en la ciudad de México del 2 al 4 de junio de 2010.

tradicionales–, y en los contextos concretos en los que se da la producción cotidiana de significados que resultan de esa interacción. Como ya se indicó, la teoría de las últimas décadas nos permite pensar productivamente en esa relación. Buscaré hacer esta reflexión hacia el final de esta entrega, vía el concepto de los “usos sociales” de la televisión aplicado al caso de la audiencia transnacional –mexicanos en Estados Unidos– que investigo. Este es un ejemplo de la utilidad que una perspectiva desde la recepción puede tener para explorar una realidad posmasiva y posnacional. Con esto en mente se propone de entrada que tanto el carácter posmasivo de los medios de comunicación como nuestra edad posnacional son rasgos de un amplio proceso de globalización económica y cultural. En este contexto, concluiré, la teoría comunicacional de las décadas pasadas es central para interpretar la relación entre lo posmasivo y lo posnacional, una dinámica que a su vez nos muestra nuevos senderos que redimensionan nuestros preceptos teóricos ante la indiscutible significancia de la convergencia digital y su impacto en experiencias contemporáneas de migración.

Antes de presentar la evidencia con la que se sustenta el argumento es necesario hacer un paréntesis para definir lo que “posmasivo” y “posnacional” significan en el ámbito de esta intervención. La comunicación posmasiva se contrapone a la comunicación de masas. La primera puede definirse como un proceso que gravita alrededor de:

Infraestructuras basadas en tres componentes: los artefactos o dispositivos empleados para comunicar o emitir información; las actividades y prácticas en que la gente se involucra para comunicar o compartir tal información, y las formas sociales o convenciones organizacionales que se dan en torno a esos dispositivos y prácticas (Lievrouw & Livingstone, 2006, p. 2).

La definición anterior puede llevar a la objeción de que tanto la comunicación de masas como la posmasiva involucran artefactos, prácticas y convenciones sociales. Aunque esto sea cierto, la diferencia se construye a partir del interés dominante en la investigación académica, que en décadas pasadas, en vez de mirar a los artefactos, las prácticas y las convenciones sociales, se concentró en la producción, el texto y la audiencia. En este sentido, mientras que la comunicación de masas pasó años discutiendo el proceso de producción, transmisión y recepción en

términos lineales, el interés en los nuevos medios obliga a pensar en “los vínculos dinámicos y las interdependencias entre artefactos, prácticas y arreglos sociales” (p. 3) que problematizan al más reciente debate. Así pues:

El relativamente ordenado terreno de la sociedad de masas se ha transformado en un nuevo y cambiante ambiente de formas de red, roles, relaciones y dinámicas. La producción y distribución masivas y las economías de escala ahora compiten con las externalidades de la red, procesos de ventaja acumulativa y leyes de poder... La investigación que otrora examinó a las audiencias, su recepción y los efectos debe ahora darle sentido a los usuarios y sus usos, a la interactividad, la reconfiguración y reciprocidad... Narrativas lineales y géneros asociados con medios y plataformas en particular... ahora han sido condensados en la forma de contenido híbrido vinculado al hipertexto y que es generado y diseminado en formas y canales diversos (p. 3).

Lo anteriormente referido sugiere que los nuevos medios requieren que se expanda el horizonte del pensamiento comunicacional. Manuel Castells (2009) plantea agregar un eje de exploración cuando habla de comunicación en la era digital, observando que a la uni-direccionalidad de la comunicación de masas se ha sumado la multi-direccionalidad del intercambio interpersonal de significados. Según nos dice, la comunicación tradicional es vertical –los pocos le hablan a los muchos–, mientras que en la más reciente modalidad los muchos pueden responder a los pocos y hablar a las multitudes a través de lo que denomina la “auto-comunicación de masas” (p. 55). Para los que se especializan en la audiencia lo propuesto por Castells nos pide agregar al menos un plano de observación que problematiza los supuestos establecidos, pero sin hacer que desaparezcan. Es decir, en vez de que lo digital reemplace a lo masivo tenemos una coexistencia entre diferentes vectores tecnológicos y sociales. Nuestro reto como académicos es evaluar de manera constante estas interacciones y refrescarlas a través de supuestos teóricos científicamente relevantes. Es con este objetivo en mente que se aspira relacionar el fenómeno de las audiencias transnacionales con el presente debate sobre la posmasividad. Y es aquí donde entra la noción de lo posnacional.

Con todos sus matices y dificultades lo posnacional evoca al hecho de que las experiencias individuales y de grupo no están delimitadas por la territorialidad del Estado-nación. En otras palabras, como sugirió Immanuel Wallerstein (1991), nuestra conciencia de ser no ocurre exclusivamente en función de una realidad nacional, sino universal. Arjun Appadurai (1996: c.2; 2003, p. 337) en este sentido comenta que la producción cotidiana de la localidad está penetrada permanentemente por las fuerzas de la globalización. Es decir, las experiencias colectivas y de grupo se dan como una interacción de las dinámicas locales con los flujos étnicos, mediáticos, tecnológicos, financieros e ideológicos que dan forma al proceso globalizador. Disparados por el capitalismo tardío, estos flujos suponen la fractura de la soberanía nacional como eje único de la vida económica, cultural y política de los pueblos.

Con el fin de delimitar el sentido que puede adquirir el concepto de lo posnacional nos concentraremos en los flujos étnicos y mediáticos referidos por Appadurai, con el fin de reflexionar sobre la relación entre lo posmasivo y posnacional, y la forma en que instrumentos teóricos y metodológicos nos permiten explorar esa relación. El flujo étnico nos remite principalmente al tráfico constante y sostenido de personas a través de fronteras nacionales, particularmente al movimiento de seres humanos que migran de un país a otro con el fin de trabajar. Hay desplazamientos poblacionales por conflictos armados, hambruna, y desastres naturales, pero la migración internacional a través de estructuras laborales ha sido la forma dominante de los últimos 200 años (Castles & Miller, 2003; Wolf, 1982, p. 362). La Comisión Global sobre la Migración Internacional (GCIM, 2005), formada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 2003, ha apuntado que la cifra de personas que viven fuera de sus lugares de origen se duplicó tan sólo en 25 años desde 1980. Estados Unidos, con más de 38 millones de inmigrantes, es el país con más extranjeros en el planeta.

Aquí entran en la ecuación los 11.8 millones de personas provenientes de México en Estados Unidos, quienes equivalen a 11% de la población total que vive en el territorio mexicano (Grieco, 2010, p. 5). Su relevancia como sustento moral y económico de familias y como fuente de divisas los convierte en parte constitutiva de la nación. Literalmente, como apunta González Gutiérrez (1999), la población mexicana en Es-

tados Unidos actúa como una extensión cultural, económica y política que contribuye a constantes transformaciones de la identidad nacional (p. 558). Además, como fuerza electoral compuesta por poco más de 3 millones de votantes, los mexicanos en Estados Unidos pueden determinar el resultado de futuras elecciones presidenciales. En otras palabras, la diáspora mexicana “marca el más grande experimento de expatriados que emiten su voto en una democracia occidental mientras que viven en una democracia distinta” (p. 558). Esta comunidad es un caso contundente de lo que Appadurai (1996) llama “una formación social posnacional” (p. 158), la cual contribuye a desestabilizar el monopolio del Estado sobre discursos nacionalistas. El autor señala que:

El “genio” del nacionalismo, que nunca quedó del todo atrapado en la botella del estado territorial, es ahora de naturaleza diaspórica. Las cada vez más móviles poblaciones de refugiados, turistas, trabajadores temporales, intelectuales transnacionales, científicos e ilegales lo llevan [al nacionalismo] como parte de sus propios repertorios culturales, y cada vez responden menos a ideas de límites espaciales y de soberanía territorial (pp. 160-161).

#### VISUALIZANDO EL VÍNCULO POSMASIVO/POSNACIONAL

Ahora que se ha discutido lo que se entiende por comunicación posmasiva y por el fenómeno posnacional se responderán las preguntas principales que ocupan a este trabajo: ¿cuál es la relación entre lo posmasivo y lo posnacional?, ¿de qué forma el pensamiento comunicacional de la sociedad de masas nos permite entender esta relación? Para generar una respuesta se discutirá evidencia empírica producto de una investigación doctoral completada en mayo de 2009.<sup>3</sup> Ésta examinó por tres meses entre junio y septiembre de 2006 la recepción de noticias televisivas de 26 familias

---

<sup>3</sup> Los hallazgos derivados de ese programa concluido en la Universidad de Westminster, Inglaterra (véase Moreno, 2009), son ahora el punto de partida para una investigación más amplia que busca generar una teoría sistematizada sobre el rol de las tecnologías de información y comunicación en el mantenimiento de redes sociales transfronterizas. Más información disponible en <http://mexicopolis.net/circuito/index.php>

u hogares –para un total de 67 informantes– de origen mexicano en Los Ángeles. De este grupo 59 individuos nacieron en México y sólo nueve en territorio estadounidense (segunda generación), por lo que se considera que el común denominador de la muestra fue su historial de migración y su lugar de residencia. En este contexto no se consideró que cuestiones de clase o educación fueran de importancia para guiar las actividades empíricas, toda vez que éstas fueron diseñadas para capturar evidencia en un sentido amplio de lo que la recepción televisiva puede enseñarnos sobre experiencias contemporáneas de migración (Moreno, 2009). Las técnicas de investigación incluyeron reportes escritos, sesiones familiares de recepción y discusión de noticias por televisión en contextos domésticos, entrevistas semi-estructuradas y encuestas. Esta presentación se basa sólo en evidencia derivada de las discusiones familiares. En éstas, miembros de 11 familias vieron una grabación reciente –de no más de un día de antigüedad– de su programa favorito de noticias,<sup>4</sup> después de lo cual fueron invitados a discutir los encabezados que ellos consideraban más importantes y a argumentar la razón de sus elecciones. Los intercambios generados por esta actividad revelaron interacciones entre los miembros de las familias que fueron analizadas vía el concepto de los “usos sociales” de la televisión, y que son de interés para articular una teoría comparativa entre audiencias nacionales y transnacionales.

Antes de presentar la evidencia es relevante reflexionar en cómo el fenómeno de las audiencias transnacionales se articula con teorías establecidas –en este caso las del análisis crítico de la recepción–, para movilizar una lógica de lo posmasivo y lo posnacional. Este paso requiere hacer un rodeo vía el estudio de la migración y los medios.

#### RE-IMAGINANDO A LA COMUNIDAD POSNACIONAL

Los medios masivos han ganado atención en décadas recientes por su supuesto rol en grandes movimientos poblacionales. Existen varias perspectivas dominantes en este sentido que pueden resumirse de la

---

<sup>4</sup> El noticiero favorito de la mayoría de los respondientes es Univisión, la quinta cadena de televisión abierta en Estados Unidos, que llega a 95% de los casi 12 millones de hogares hispanos en ese país.

siguiente manera. Una línea de investigación ha sugerido que los programas televisivos, las películas y otras formas de contenido audiovisual animan flujos migracionales de países pobres a países ricos (Mai, 2001; Sabry, 2005). Otra formulación se ha orientado en las representaciones de los inmigrantes hechas por los medios de comunicación, que supuestamente influyen en la forma que son incluidos o excluidos en los países de destino (Hargreaves, 2001; Ramírez, 1998; Wilson & Gutiérrez, 1995). En esta última puede también incluirse el paradigma central perseguido por la academia estadounidense, asidua a la idea de que los medios participan en la asimilación cultural de los inmigrantes, o como herramientas que estos últimos usan para mantener su identidad cultural (véanse respectivamente a Johnson, 2000; Ríos, Gaines & Stanley, 1999; Subervi & Ríos, 2005).<sup>5</sup>

Más recientemente ha ganado fuerza el paradigma de que los contenidos mediáticos transnacionales actúan como puentes simbólicos que los inmigrantes usan para reducir sentimientos de separación cultural y monitorear acontecimientos en sus lugares de origen (Aksoy & Robins, 2000; Karim, 1998, 2003; Siew-Peng, 2001; Tsagarousianou, 2001). Esta tradición incorpora el lenguaje del transnacionalismo y las diásporas al estudio de la comunicación y los medios, y muy particularmente al del análisis crítico de la recepción. Antes de analizar este vínculo hay que considerar el andamiaje teórico de este más reciente modelo en el contexto de la migración. El punto de partida es que los medios han re-dimensionado las experiencias migratorias de diásporas y comunidades transnacionales en todo el planeta a través de la llamada desterritorialización de la cultura (García Canclini, 1995; Scholte, 2005). Este proceso es esencialmente posnacional, ya que implica la ruptura de la relación intrínseca entre el espacio social y el territorio nacional, iniciando interacciones supraterritoriales entre las personas (Scholte, 2005, p.77), y procesos parciales de “relocalización” simbólica y material (García Canclini, 1995, p. 229). Puesto de otra manera, el orden posnacional conlleva un cambio en “la forma de imaginar comunidades” (Shohat & Stam, 1996, p. 145). Éstas a menudo se re-imaginan a través de fronteras

---

<sup>5</sup> Para un excelente resumen sobre los enfoques referidos, véase Subervi (1986).



nacionales, gestando “esferas públicas diaspóricas” (Appadurai, 1996, p. 22), vía las cuales “los inmigrantes pueden sostener vínculos instantáneos con la realidad en sus lugares de origen” (Morley, 2000, p. 125).

La capacidad que televisoras, por ejemplo, tienen para emitir sus programas de un país a otro ha gestado “regiones geolingüísticas” (Sinclair, 2004; Sinclair, Jacka & Cunningham, 2004) y “mercados lingüístico-culturales” (McAnany & Wilkinson, 1996), donde las condiciones de co-presencia dejan de ser indispensables para la creación de comunidades imaginarias. Es por esto, por ejemplo, que los mexicanos en Estados Unidos utilizan la vasta oferta de telenovelas en español para construir significados que invocan un sentido de pertenencia a la nación mexicana (Uribe, 2003). Como ya se sugirió, este suceso es fomentado por los medios masivos, la telefonía móvil y fija, el correo electrónico, y el abaratamiento en los costos del transporte. En conjunto, éstos vehiculan el tráfico de personas, símbolos y objetos, reproduciendo el ecosistema cultural de los países emisores de migrantes en sus sociedades de recepción. Los “medios diaspóricos” (Cunningham & Sinclair, 2001; Karim, 2003) referidos, comenta Appadurai (1996), modifican la naturaleza de las experiencias migratorias:

Las imágenes, los guiones, modelos y narrativas que vienen a través de la mediación en masa [tanto en sus modalidades factuales y ficticias] hacen la diferencia entre la migración del presente y la del pasado. Aquellos que desean moverse, los que ya se movieron, quienes desean regresar, y aquellos que eligen quedarse, rara vez formulan sus planes fuera de la esfera del radio, la televisión, cassettes, y videos, la prensa escrita y el teléfono. Para los migrantes, tanto la política de adaptación a los nuevos ambientes y el estímulo de migrar o retornar son profundamente influidos por el imaginario que proviene de la mediación masiva, y que frecuentemente trasciende al espacio transnacional (p. 6).

#### “AUDIENCIACIÓN” TRANSNACIONAL

Hay que decir que generalmente las perspectivas existentes sobre los públicos migrantes están enmarcadas en un “nacionalismo metodológico” (Wimmer & Glick Schiller, 2002) que encapsula la recepción mediática

en una dialéctica de asimilación y mantenimiento cultural. Un argumento central que se busca hacer en este trabajo es que la batería teórica del análisis crítico de la recepción permite “des-marginar” a la audiencia transnacional. El interés está en trascender, por un lado, los paradigmas y metodologías que indistintamente asumen que el consumo mediático de los migrantes debe investigarse a través de categorías como “etnicidad”, estatus de minoría, ciudadanía, años de residencia, ilegalidad, etc. (Moreno, 2010). Por otro lado, también se busca superar los esencialismos que perspectivas de comunicación transnacional han seguido al considerar que el uso “particularista” (Dayan, 1998; Karim, 1998) que los inmigrantes dan a los medios está exclusivamente orientado a la reafirmación de identidades culturales conectadas con el país de origen. Tales posturas pierden de vista la variedad de experiencias y orientaciones laterales que las comunidades producen en sus ciudades de destino, y que las llevan a interactuar con varios tipos de plataformas mediáticas y programación que no necesariamente están ligados a su nacionalidad o raíces culturales. Como apuntan Cunningham y Sinclair (2001), las diásporas utilizan los medios de comunicación en procesos amplios que trascienden “la dicotomía del ‘terruño’ y la sociedad anfitriona” (p. 4).

Con el propósito de apartarse del nacionalismo metodológico que ha informado en años recientes a la investigación de la audiencia transnacional, Kevin Robins y Asu Aksoy (2005) han sugerido tomar en cuenta el binomio “experiencia-conocimiento” de los individuos y familias que habitan espacios transnacionales. El argumento es que “a través del proceso de migración estos grupos se encuentran en un nuevo espacio vivencial. Dejan el espacio habitual –el espacio nacional habitual– de su país de origen, y su re-localización los posiciona en un marco de referencia internacional” (p. 24).

El ángulo propuesto por Robins y Aksoy sugiere tomar nota de la medida en que las experiencias y conocimientos ampliados por el proceso migratorio inciden en la “mediación” y “audienciación” (Orozco, 2001, p. 19) de las comunidades transnacionales. Aquí cabe considerar que las trayectorias de migración en la actualidad suponen interactuar social, económica y políticamente en diferentes espacios territoriales de manera simultánea. Esta perspectiva suprime la noción de que los inmigrantes son partes desmembradas de una entidad orgánica enrai-

zada a un territorio nacional. Recientes articulaciones de experiencias diaspóricas sugieren que los sujetos transnacionales están más allá de lo nacional. Puede ser que se sientan vinculados a personas de su país, más por cuestiones de desarrollo personal y familiar, pueden llegar a elaborar identidades alternativas con grupos e individuos culturalmente distintos (Castells, 2004; Ong, 1999). Tomando prestado de la teoría de estructuración de Anthony Giddens (1984) puede afirmarse que quien deja su lugar de nacimiento es un “actor” o “agente” con “la capacidad de entender lo que hacen mientras que lo están haciendo” (p. XXIII). Reconocer la “agencia” de los inmigrantes no ignora o desconoce la escasez de recursos económicos y políticos que sufren de manera frecuente, como lo demuestra el caso de los mexicanos en Estados Unidos. Deben dejarse atrás, sin embargo, perspectivas que de forma sistemática caracterizan a los migrantes como hordas hambrientas destinadas a una “asimilación retrógrada” (véase Waldinger, 2001).

La teoría de la estructuración, por el contrario, pone en perspectiva la interacción de los individuos con su entorno. Adaptada al caso de la migración, demuestra que los sujetos desplazados desarrollan estados mentales y actitudes prácticas requeridas para enfrentar los obstáculos –al igual que las oportunidades, sin importar cuán escasas sean– que aguardan a quienes se mudan a una nación diferente. Caracterizar a los inmigrantes como actores es un paso orientado dentro de una lógica posnacional. Ésta supone estudiar realidades sociales en un marco de lo “local” y lo “global”, donde fenómenos localizados en contextos específicos deben ser interpretados con relación a procesos y acciones que ocurren en lugares distantes. Esta “espacialización de la teoría social” (Featherstone, Lash & Robertson, 1995) nos ubica en una dimensión “trans-social”. En ésta, la conciencia e identidad de las personas se transforma y adapta a circunstancias que se sienten irremediamente conectadas a fuerzas y eventos distantes. Es así como puede entenderse que las identidades se hayan vuelto posnacionales, toda vez que la gente se ve a sí misma como miembros de comunidades imaginadas dinámicas,<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Y sabemos bien que las comunidades imaginadas son por lo general el resultado de procesos de construcción política que involucran la “invención de tradiciones” (Hobsbawm & Ranger, 1992).

que no están exclusivamente reguladas por narrativas de pertenencia a un territorio nacional.

#### BAJO LA LUPA DEL ANÁLISIS CRÍTICO DE LA RECEPCIÓN

Hasta aquí se ha expuesto el andamiaje teórico útil para contestar la pregunta que origina esta intervención: ¿de qué forma el pensamiento comunicacional de la sociedad de masas nos permite entender la relación de lo posmasivo y lo posnacional en el contexto de la audiencia transnacional? La respuesta parte, como ya se sugirió, de las aportaciones teóricas del análisis crítico de la recepción, que incorpora elementos esenciales de la escuela de los estudios culturales (Jensen & Rosengren, 1990, p. 213). El hilo conductor fue tejido por David Morley, Roger Silverstone, Guillermo Orozco, Thomas Lindlof, James Lull y otros autores que señalaron, por ejemplo, la importancia del espacio doméstico como el sitio ideal para observar las actividades de la audiencia y su oscilación entre el espacio público y privado. Al aplicarse esta perspectiva en el espacio doméstico de la audiencia transnacional se revelan sus interacciones con las esferas públicas y privadas de las sociedades receptora y emisora. En otras palabras, la recepción mediática en contextos domésticos permite explorar la naturaleza de experiencias locales y globales de los inmigrantes.

Lo anteriormente expuesto implica que un enfoque clásico desde la recepción sirve para explorar una realidad posnacional. A su vez, el resultado de esta aplicación nos lleva a la necesidad de reconsiderar los preceptos originales de la postura clásica. Se ahondará sobre este punto hacia el final de este texto, después de comentar las sesiones en las que familias de 11 hogares discutieron las noticias de televisión. Como se ha referido, los miembros de estas casas eligieron los reportes de un programa de noticias pre-grabado que consideraron de mayor importancia. Las dinámicas fueron detonadas por dos preguntas:

1. De las noticias que acaban de ver, ¿cuál es la que consideran más importante?
2. ¿Qué piensa de la opinión de su familiar en el sentido de que “x” historia es más importante que las demás?

## USOS SOCIALES DE LA TELEVISIÓN, VERSIÓN POSNACIONAL

Las respuestas de los participantes dieron lugar a una variedad de interacciones familiares que hacen eco con la perspectiva de los “usos sociales de la televisión” desarrollada por James Lull. Ésta ofrece un marco conceptual productivo para clarificar lo que el consumo noticioso de los respondientes puede enseñarnos sobre las audiencias transnacionales. Para comenzar hay que concentrarse en lo que Lull (1990) identificó como “familias concepto” y “familias sociales” (p. 88). Según el autor, las primeras promueven la manifestación de desacuerdo, mientras que las segundas buscan evitarlo. El análisis de las discusiones familiares vertidas en un procesador de texto y analizadas con el software de análisis cualitativo *Nvivo*, permitió identificar seis patrones dominantes de comunicación que oscilan entre las fases de “Acuerdo” y “Desacuerdo”. En medio de estas dos categorías se identificaron prácticas de “Mediación”, “Asistencia”, “Negociación” y “Diferenciación” que se propone, pueden tomarse como patrones de interacción familiar. A continuación se presentarán ejemplos relevantes a través de citas que incluirán el género, edad y ocupación de los informantes, siguiendo la práctica estándar de escritura académica. Lo anterior será seguido por una conclusión en términos de lo que esto significa para nuestra comprensión del análisis de la recepción en contextos posnacionales y posmasivos.

La categoría de “Acuerdo” es ejemplificada por el intercambio entre un padre y su hija, quienes compartieron puntos de vista sobre la relevancia de una protesta a cargo de simpatizantes del Partido de la Revolución Democrática (PRD) en la ciudad de México, contra el resultado de las elecciones presidenciales de 2006. La joven señaló que:

Como yo lo veo, el bloqueo de calles que el PRD está haciendo en la ciudad de México va a dañar a la economía, y por eso creo que nos afecta directamente (Mujer, 20 años, estudiante).

El padre asintió:

Estoy de acuerdo, este conflicto afecta a la economía y a la gente. Yo por ejemplo envíé 100 dólares a mis familiares, pensando que van a ser de ayuda.

Tres días después ya no tienen nada de lo que envié porque se lo tuvieron que gastar y creo que esto [el bloqueo] sólo hace que las cosas se pongan peor (Hombre, 48 años, minorista/trabajador social).

Los puntos de convergencia fueron posibles incluso en las dinámicas en que los informantes eligieron diferentes encabezados, como lo aclaró la esposa y madre de las dos personas antes citadas, cuando explicó su opción noticiosa:

Tienen razón en lo que dicen, todo el enojo que hay en México nos importa aunque yo escogí una noticia distinta, la de los niños obesos. La vi como una advertencia para que nosotros como padres de familia vigilemos nuestras dietas, sobre todo la de Beto [su nieto de 2 años] (Mujer, 47 años, ama de casa).

El patrón de compatibilidad en las opiniones se mantuvo en la discusión de una pareja que recién se había mudado a vivir en el mismo domicilio. Con referencia a otro reporte sobre la competida elección presidencial de México, un informante se refirió:

[A una] sensación de estar conectado con lo que pasa en México, de que si las cosas se ponen difíciles a nosotros nos va a ir mal también, aunque no estemos allá (Hombre, 49 años, trabajador de la construcción).

Acto seguido, su pareja reaccionó:

Claro que nos afecta. El problema es que estamos aquí porque nos iba mal allá. No estaríamos aquí si hubiera trabajos y buenos políticos [en México]. Uno está un poco mejor aquí, pero se sufre por no estar en tu país, así que estos problemas con las elecciones nos hacen pensar que las cosas se van a poner peor (Mujer, 42 años, ama de casa).

Pasamos a continuación a la modalidad de “Mediación”. En esta, un miembro de la familia –la madre, normalmente– suele intervenir durante una discusión entre dos miembros del hogar. Un caso es el de una ama de casa que intervino después de que su hija de mayor edad

crítico el hecho de que demasiados estudiantes habían obtenido bajas calificaciones en los exámenes de admisión de escuelas preparatorias. A esto, la hermana menor respondió que un informe sobre medidas de seguridad aeroportuaria en Los Ángeles era más importante, como demuestra el siguiente intercambio:

- A ti qué te importa si terminaste la high-school hace muchos años... (Mujer, 16 años, estudiante).
- Sí, pero el examen es muy fácil, por eso me sorprendió (Mujer, 24 años, estudiante).
- Pero la amenaza terrorista en los aeropuertos es mucho más seria, qué tal si tienes que viajar (Mujer, 16 años, estudiante).
- Sí, pero él [investigador] preguntó cuál noticia me gustó y escogí ésta, ¿a ti qué te importa? (Mujer, 24 años, estudiante).
- Yo creo que ustedes tienen diferentes intereses, tú volaste a México hace unos meses pero tu hermana se quedó, y por eso a ti te importan los aviones y a ella no (Mujer, 46 años, ama de casa).

En otra dimensión del “Desacuerdo”, una madre pidió a su hija respeto para su padre, quien había elegido una noticia sobre un deslave en la carretera a Puebla que dejó varios muertos y personas atrapadas en sus vehículos. El intercambio ocurrió de la siguiente manera:

- ¿Qué noticia es eso? Había mejores, como la de Schwarzenegger contra los latinos ... hasta la de las elecciones en México es más importante (Mujer, 19 años, secretaria).
- Pero él está hablando de personas inocentes que murieron, probablemente por la culpa de algún supervisor corrupto que no hizo bien su trabajo. Esto también es importante (Mujer, 45 años, ama de casa).

La “Asistencia” fue otra modalidad de comunicación familiar que se dio durante las dinámicas de recepción doméstica. Ésta se presentó a través de personas que ayudaban a otras a explicar la lógica de sus decisiones, generalmente completando sus frases, cuando tenían dificultad para hacerlo por sí solos. Una informante, por ejemplo, ayudó a su esposo a razonar su interés acerca de unas manifestaciones a favor de inmigrantes

en Los Ángeles y otras ciudades estadounidenses. Él vio de manera favorable que “los medios nos estén ayudando a apoyar los derechos de nosotros los inmigrantes”, aunque encontró dificultad para explicar por qué.

- Porque nos está ayudando... (Hombre, 34 años, constructor).
- ...a manifestarnos en la calle, los locutores decían “lleve una bandera de Estados Unidos, no de México” (Mujer, 44 años, ama de casa).
- Sí, es la primera vez que veo que nos ayudan a... (Hombre, 34 años, constructor).
- ...que se ponen de nuestro lado, que como inmigrantes también somos parte del país (Mujer, 44 años, ama de casa).
- Sí y para animarnos a buscar la ciudadanía (Hombre, 34 años, constructor).
- Porque muchos de nosotros nada más queremos la green card pero también hay obligaciones con las que debemos cumplir (Mujer, 44 años, ama de casa).
- Y también beneficios que van con la ciudadanía, pero las noticias nos están diciendo “tú también puedes ser parte de este país” y por eso [la noticia] es interesante (Hombre, 34 años, constructor).

La “Asistencia” como modalidad no es siempre bien recibida, como lo demostró un participante quien de forma renuente utilizó la ayuda de su esposa para terminar sus oraciones. Así lo demostró cuando miraba con molestia a su compañera, quien a su vez minimizaba el disgusto del hombre con una mueca desenfadada. Otra forma de interacción encontrada en el espacio doméstico puede definirse como “Negociación”. Ésta involucra a dos o más miembros de un hogar quienes se esfuerzan por llegar a un acuerdo incluso si han optado por noticias distintas. Un caso es representado por una joven pareja, formada por una mexicano-estadounidense nacida en Estados Unidos, y por su esposo nacido en México, un gerente de ventas que llegó con sus padres a Los Ángeles a los cuatro años de edad. En su discusión el hombre había elegido un reporte en el que un portavoz de la Patrulla Fronteriza advertía que debía evitarse cruzar la frontera a pie. Las temperaturas hacían de ese verano uno de los más calientes en la historia, lo cual aumentaba el peligro de muerte a todo el que tomara el riesgo de buscar acceso al país a través del desierto. Su esposa, sin embargo, eligió una noticia sobre el aumen-



to en el precio de la gasolina, y después le pidió que cambiara su opción a la misma que ella había elegido. Él respondió:

– Aunque nosotros nunca tenemos que cruzar la frontera conocemos gente que sí la cruza. ¿Es importante que tomen con seriedad este tipo de advertencias no crees? (Hombre, 33 años, gerente de ventas).

– Claro que sí pero con lo de la gasolina tenemos una noticia que nos afecta directamente. Hasta hemos dejado de manejar dos coches, ¿no? Y nadie de nuestra familia tiene que cruzar la frontera de todas formas (Mujer, 29 años, maestra).

– Es verdad... ¿Puedo cambiar mi noticia? [dirigiéndose al investigador] (Hombre, 33 años, gerente de ventas).

Otro ejemplo de “Negociación” fue puesto en perspectiva por una pareja de mexicanos que se conoció en Los Ángeles. Luego de la sesión de noticias la parte masculina escogió un reporte sobre una mujer indocumentada que ante el prospecto de ser deportada se refugió bajo la protección de la Iglesia Católica en Chicago. La parte femenina, por el otro lado, se había interesado en un debate entre demócratas y republicanos sobre migración. Él señaló que su elección era más interesante porque presentaba nuevas cuestiones sobre el rol que grupos religiosos podían tener en favor de inmigrantes sin documentos como ellos mismos. Su argumento fue que:

– Esto te hace pensar si la intervención de la Iglesia será suficiente para evitar que se cumpla la orden de deportación (Hombre, 36 años, plomero).

– Pero lo que pasa en el Congreso va a ser ley y esto nos importa a nosotros, ¿no es así? (Mujer, 24 años, ama de casa).

– Sí, pero a los señores del Senado no les importamos, lo que les importa son los dueños de las fábricas y todo eso, pero aquí hablamos de la Iglesia, que está más cerca de nosotros (Hombre, 36 años, plomero).

– A lo mejor tienes razón, y de todos modos las dos cosas están relacionadas (Mujer, 24 años, ama de casa).

En un sentido estricto se esperaría que la “Negociación” fuera siempre argumentativa. Sin embargo, también puede adoptar una forma

afectiva, como lo manifestó una joven mujer quien había elegido el reporte de un huracán en costas mexicanas, debido a que había provocado inundaciones cerca de su lugar de origen. No obstante, ella cambió de opinión a favor de la noticia que eligió su esposo sobre una campaña militar de Israel en el sur de Líbano pero “sólo porque lo quiero”.

Una última forma de interacción presente en los hogares transnacionales fue la “Diferenciación”, en la que individuos explicaron que sus distintos puntos de vista obedecían a características personales que los hacían diferentes de las personas con quienes compartían techo. Una trabajadora de 50 años que laboraba como custodia en los restaurantes de una universidad, por ejemplo, insistió en que su entendimiento de las noticias era superior que el de la colega con quien vivía. Según dijo:

Yo entiendo mejor todo esto porque veo las noticias todos los días. Desde que llego a casa hago el quehacer con las noticias del radio y luego en la noche por televisión. Ella es diferente, se queda dormida frente a la tele, pero yo veo las noticias hasta que se acaban (Mujer, 50 años, custodia/representante sindical).

La “Diferenciación” también se hizo evidente cuando una vecina que participó en una sesión con una pareja dijo que ella estaba más interesada en una noticia sobre niños heridos en accidentes automovilísticos, “porque yo tengo un bebé y ellos aún no han tenido”. Razonando sobre por qué ellos se habían interesado en una nota sobre eventos en México, ella agregó que:

Ellos tienen tiempo para pensar en México y en sus cosas allá, hasta tienen dos casas allá, pero cuando están aquí permanentemente, con una familia y todo, comienzas a pensar en otras cosas (Mujer, 26 años, ama de casa).

Por último encontramos la modalidad de “Desacuerdo”. Uno de los muchos casos que se presentaron en este sentido corrió a cargo de una madre de familia, quien reprobó el interés de su esposo en una noticia sobre Israel y Líbano. A pesar de que era importante, dijo, “uno debe pensar siempre en lo que le afecta a uno”. Dirigiéndose a él agregó que:

- Estás muy lejos de Líbano. ¿Qué tiene que ver con nosotros? A mí qué me importa. Me identifico más con el incendio en el funeral, donde la gente ya estaba sufriendo por la pérdida de un ser querido. Qué horror, no puedo imaginarme nada peor, tener que levantar el cuerpo [sin vida] de tu pariente para evitar que se queme (Mujer, 27 años, custodia).
- Pues como dicen, cada cabeza es un mundo, a mí siempre me interesan las noticias sobre la guerra (Hombre, 31 años, mecánico).

Otro de los desacuerdos en las sesiones vino en respuesta a lo que se percibió como errores en la comprensión de una noticia. Una discusión entre un matrimonio, por ejemplo, inició cuando un hombre sugirió que hubo un fraude electoral en la elección presidencial de México, a lo que su esposa contestó:

- Sí, la de las elecciones en México es importante pero [él] entendió mal porque la noticia habló de que piden un recuento de votos, pero no sobre fraude (Mujer, 22 años, trabajadora social).
- Sí pero cuando pasan estas cosas en México uno ya sabe que fue fraude (Hombre, 37 años, prensista).
- Eso lo dijo alguien que entrevistaron en la calle pero el locutor nunca dijo la palabra fraude, te lo imaginaste (Mujer, 22 años, trabajadora social).

TABLA 1  
INTERACCIONES MOTIVADAS POR LAS NOTICIAS DE TV

Modalidades de interacción predominantes	Casos
Desacuerdo	8
Acuerdo	6
Asistencia	5
Mediación	5
Diferenciación	4
Negociación	3

Las expresiones de desacuerdo pueden ser mucho más matizadas, como una pareja de edad avanzada lo manifestó, cuando la parte femenina aparentó entusiasmarse con la opinión de su esposo sobre un

niño que se había ahogado en una alberca pública. Ella había estado asintiendo con la cabeza en señal de aprobación mientras él hablaba, pero se mostró sorprendido cuando ella intervino con el argumento de que:

Me interesó mucho más la noticia de las inundaciones en Zacatecas, sentí compasión por todos los que perdieron sus pertenencias (Mujer, 64 años, ama de casa).

La modalidad de “Desacuerdo” fue la forma dominante de interacción familiar, como se indica en la Tabla 1. Más que atribuir importancia a la frecuencia de estos patrones lo que se busca es atraer atención a los elementos contextuales en que se dieron. Para aclarar este punto se presenta un último ejemplo de “Desacuerdo” en el que un hombre, su esposa e hija intercambiaron puntos de vista sobre el reporte de una marcha pro-inmigrante en Los Ángeles. Hablando en primer lugar, el “jefe de la familia” expresó que:

– Estas movilizaciones son positivas. Nos dan fuerza política, esto significa que las noticias nos están ayudando a conseguir documentos [de residencia] para todos (Hombre, 56 años, subcontratista).

– No estoy de acuerdo. No debe haber una amnistía general, si hay un programa de trabajo temporal debe ser ordenadamente y sólo para quienes lo merecen, porque no hay trabajo para todos (Mujer, 19 años, estudiante/secretaria).

– Lo que tú dijiste [dirigiéndose a su esposo] está mal. No queremos eso, por qué le van a abrir la puerta a todos estos aprovechados, muchos son criminales, drogadictos que nomás vienen a abusar. No queremos que estos indeseables vengan a causar más problemas de los que ya tenemos (Mujer, 52 años, ama de casa).

– Está bien, que vengan sólo los más trabajadores, podrían checar sus records criminales en México y recibir amnistía si están limpios (Hombre, 56 años, subcontratista).

– Pero amnistía es demasiado, mejor hay que concentrarse en los derechos de los que ya están aquí, legales. Hay cosas más importantes, por ejemplo tú [dirigiéndose al padre] podrías arreglar tu ciudadanía en vez de querer darles amnistía a todos (Mujer, 19 años, estudiante/secretaria).

El vigor con que la madre y la hija refutaron la entusiasta lectura que el padre hizo del reporte sobre la manifestación de migrantes demuestra que el análisis de recepción es un enfoque viable para estudiar la naturaleza de las relaciones dentro del hogar transnacional. Esto es compatible con la llamada perspectiva de los “usos sociales” de los medios, que revela un cambio de equilibrio en las relaciones de poder entre hombres y mujeres, y lo cual es a su vez evidencia de ese espacio social ampliado (Faist, 1999, p. 14) en el que habitan los públicos migrantes. A través de los ejemplos proporcionados se refleja el orden posnacional al que se ha hecho mención en estas páginas. El primer intercambio en la pauta de “Acuerdo”, por ejemplo, pone de relieve la constante atención que inmigrantes y sus hijos ponen en asuntos que ocurren en los países de los que descienden. Esta tendencia a “mirar a la patria” es sin embargo dinámica, como lo sugirió el padre que interpretó el bloqueo de calles en la ciudad de México como un evento capaz de incidir sobre el poder adquisitivo de sus remesas familiares. Se sugiere pues que el entendimiento del hombre sobre la realidad de México es filtrado por su actuación en el espacio transnacional, materializada a través de su envío de dinero. Y pese a que la esposa estaba de acuerdo en la relevancia de la noticia discutida por sus parientes, ésta optó por un reporte que destaca su interés en la vida saludable de su nieto en Estados Unidos. Esto nos lleva a apreciar la dimensión dialógica de las familias itinerantes, cuyas experiencias a menudo se orientan en más de un lugar a la vez. Este proceso está, sin embargo, sujeto a matices, como lo sugiere el caso de la joven que reprochó a su hermana por no apreciar la relevancia de un reporte de seguridad en los aeropuertos. Esa reacción, según la madre de ambas, se derivó del reciente viaje por avión a México de una de ellas, lo cual deja en manifiesto el hecho de que en las familias transnacionales algunas personas tienen desplazamientos transfronterizos, mientras que otras pueden mantenerse al margen de éstos. En un sentido más clásico de las barreras que pueden existir entre inmigrantes y sus descendientes, fue también posible detectar cómo una hija criticó a su padre por su orientación en un accidente en México sin relevancia directa para su núcleo familiar, un requisito que sí aplicaba para la noticia sobre lo que ella vio como ataques políticos contra personas de su grupo étnico por parte del gobernador de California. Es también

de interés notar la medida en que las audiencias transnacionales aquilatan el papel que la televisión en español puede tener para apuntalar sus intereses en la sociedad receptora, ya sea en el contexto de sus luchas a favor de una reforma migratoria o de las dificultades y riesgos que se presentan para familiares o amigos en torno al asunto de la frontera (véanse ejemplos de “Asistencia” y “Negociación”). En cualquier caso, lo importante de este artículo es enfatizar que los métodos de investigación empleados para la recepción mediática en la sociedad de masas sirven para investigar realidades posnacionales que no se presentan en el usual entorno nacional que por años, se ha asumido como el espacio focal para los estudios de la comunicación y los medios.

#### CONSIDERACIONES FINALES

La evidencia discutida con anterioridad presenta ejemplos contundentes de la forma en que las audiencias transnacionales nos invitan a considerar cuestiones que han pasado desapercibidas para el análisis crítico de la recepción. Estos fenómenos se vinculan con el desarrollo de sociedades posnacionales donde la erosión de estructuras patriarcales nos pide reconfigurar paradigmas que por ahora permanecen cristalizados (Castells & Subirats, 2007). La idea, por ejemplo, de que existen divisiones de género que asignan ciertos atributos, usos y relaciones para ciertos tipos de programación, tecnologías y plataformas mediáticas, debe en este sentido reconsiderarse. Por ejemplo, hasta ahora permanece relativamente estable la noción de que en espacios domésticos, los hombres ven las noticias mientras que las mujeres cocinan, habiendo ya consumido su dosis de telenovelas mientras el “jefe de la familia” estaba en el trabajo (Hobson, 1982; Morley, 1986, 1988; Radway, 1984; Yarto & Lozano, 2004). Como afirman Yarto y Lozano (2004), el análisis crítico de la recepción reproduce en sus hallazgos la idea “de la subordinación de la mujer con respecto al hombre” (p. 2).

Puede presumirse como un asunto de sentido común que el hombre no es la única autoridad en espacios domésticos. Como escribe Castells (2004), “el patriarcalismo en la familia queda del todo eliminado en la creciente proporción de hogares liderados por mujeres, y seriamente cuestionado en la mayoría del resto de las familias, debido a las ne-

gociaciones y condiciones ejercidas por mujeres y niños en el hogar” (p. 287). Algunos autores (Charsley, 2007; Hirsch, 2003) vinculan esta asertividad femenina con una creciente influencia económica, mayores niveles de escolarización e intervención de agencias del Estado que en conjunto refuerzan la posición de la mujer y los hijos en el hogar transnacional. Desde el análisis de la recepción, no obstante, son escasos o nulos los casos de estudio que rinden cuenta del cambiante equilibrio en las relaciones de poder entre hombres y mujeres, y de cómo esto incide en el uso y consumo de los medios nuevos y tradicionales.

De manera paradójica, los enfoques y métodos de investigación contribuidos por el análisis crítico de la recepción pueden iluminar tendencias que dan cuenta de esas variaciones. La aplicación de los “usos sociales de la televisión” a diferentes familias transnacionales, como se constata en los ejemplos presentados en esta entrega, sugiere de hecho que las mujeres pueden ser tan o más asertivas en la interpretación del texto periodístico, así como en la defensa de argumentos que sostienen tal interpretación. Así mismo, el posicionarse como investigador en contextos domésticos, puede llevarnos a identificar el papel de las nuevas tecnologías de información y comunicación en el mantenimiento de actividades de tipo transnacional, pero esa es una labor pendiente que aún se debe sistematizar. Es así pues que la teoría de la comunicación de masas sirve para darle sentido a lo posmasivo y a lo posnacional.

### **Bibliografía**

- Aksoy, A. & Robins, K. (2000). Thinking across spaces: Transnational television from Turkey. *Cultural Studies*, 3, 343-365.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis, EE.UU./Londres: University of Minnesota Press.
- Appadurai, A. (2003). Sovereignty without territoriality: Notes for a postnational geography. En Lawrence-Zúñiga (Ed.), *The anthropology of space and place: Locating culture* (pp. 337-350). Malden, MA: Blackwell.
- Castells, M. (2004). *The power of identity*. Malden, MA.: Blackwell.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford: University Press.

- Castells, M. & Subirats, M. (2007). *Mujeres y hombres: ¿un amor imposible?* Madrid: Alianza Editorial.
- Castles, S. & Miller, M. J. (2003). *The age of migration*. Basingstoke, Inglaterra: Palgrave Macmillan.
- Charsley, K. (2007). Risk, trust, gender and transnational cousin marriage among British Pakistanis. *Ethnic and Racial Studies*, 30, 1117-1131.
- Cunningham, S. & Sinclair, J. (2001). *Floating lives: the media and Asian diasporas*. Lanham. Rowman & Littlefield Publishers.
- Dayan, D. (1998). Particularistic media and diasporic communication. En J. Curran & T. Liebes (Eds.), *Media, ritual and identity*. Londres: Routledge.
- Faist, T. (1999). Transnationalization in international migrations for the study of citizenship and culture. *Transnational Communities Programme. Working Papers Series*. Oxford University. Recuperado el 12 de septiembre de 2007 de <http://www.transcomm.ox.ac.uk/working%20papers/faist.pdf>
- Featherstone, M., Lash, S. & Robertson, R. (Eds.). (1995). *Global modernities*. Londres/Thousand Oaks, CA: Sage.
- García Canclini, N. (1995). *Hybrid cultures: strategies for entering and leaving modernity*. Minneapolis, Minn.: University of Minnesota Press.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: outline of the theory of structuration*. Cambridge: Polity Press.
- Global Commission on International Migration GCIM (2005). *Migration, in an interconnected world: New directions for action*. Recuperado el 18 de julio de 2010 de <http://www.gcim.org/attachements/gco,-complete-report-2005.pdf>
- González Gutiérrez, C. (1999). Fostering identities: Mexico's relations with its diaspora. *The Journal of American History*, 86, 545-567.
- Grieco, E. M. (2010). Race and hispanic origin of the foreign-born population in the United States: 2007. En *American Community Survey Reports*. Washington, DC.: Census Bureau.
- Hargreaves, A. G. (2001). Media effects and ethnic relations in Britain and France. En R. King & N. Woods (Eds.), *Media and migration: Construction of mobility and difference*. Londres/Nueva York: Routledge.



- Hirsch, J. S. (2003). *A courtship after marriage: Sexuality and love in Mexican transnational families*. Berkeley/Los Ángeles: University of California Press.
- Hobsbawm, E. & Ranger, T. (1992). *The invention of tradition*. Cambridge: University Press [Trabajo original publicado en 1983].
- Hobson, D. (1982). *Crossroads: The drama of a soap opera*. Londres: Methuen.
- Jensen, K. B. & Rosengren, K. E. (1990). Five traditions in search of the audience. *European Journal of Communication*, 5, 207-238.
- Johnson, M. A. (2000). How ethnic are U.S. ethnic media: The case of latina magazines. *Mass Communication and Society*, 3, 229-248.
- Karim, K. H. (1998). From ethnic media to global media. En *Transnational communication networks among diasporic communities. Transnational Communities Programme, Working Papers Series*.
- Karim, K. H. (2003). Mapping diasporic mediascapes. En K.H. Karim (Ed.), *The media of diaspora*. Londres: Routledge.
- Lievrouw, L. A. & Livingstone, S. M. (2006). *Handbook of new media: Social shaping and social consequences of ICTs*. Londres: Sage.
- Lull, J. (1990). *Inside family viewing: Ethnographic research on television's audience*. Londres: Routledge.
- Mai, N. (2001). Italy is beautiful: The role of Italian television in Albanian migration to Italy. En R. King & N. Woods (Eds.), *Media and migration: Construction of mobility and difference*. Londres/Nueva York: Routledge.
- McAnany, E. & Wilkinson, K. T. (1996). *Mass Media and free trade*. Austin: University of Texas Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Los Ángeles, CA/Londres: Sage.
- Moreno Esparza, G. A. (2009). *Transnational audiences and the reception of television news: A study of Mexicans in Los Angeles*. Tesis de doctorado no publicada. University of Westminster, Londres Inglaterra.
- Moreno Esparza, G. A. (2010 julio-diciembre). Mexicanos en Los Ángeles: audiencia transnacional y noticias de televisión. *Comunicación y Sociedad*, 14, 49-82.

- Morley, D. (1986). *Family television: cultural power and domestic leisure*. Londres: Comedia.
- Morley, D. (1988). Domestic relations: The framework of family viewing in Great Britain. En J. Lull (Ed.), *World families watch television*. Beverly Hills, CA/Londres: Sage.
- Morley, D. (2000). *Home territories: media, mobility, and identity*. Londres: Routledge.
- Ong, A. (1999). *Flexible citizenship : the cultural logics of transnationality*. Durham, NC, EE.UU./Duke University Press.
- Orozco, G. (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Radway, J. A. (1984). *Reading the romance*. Chapel Hill, NC, EE.UU./Londres: University of North Carolina Press.
- Ramírez, C. (1998). Stereotyping in films in general and of the hispanic in particular. En C. Clara Rodríguez (Ed.), *Latin looks: Images of latinas and latinos in the U.S. media*. Boulder, CO, EE.UU./Oxford: Westview Press.
- Ríos, D. I., Gaines Jr. & Stanley, O. (1999). Latino media use for cultural maintenance. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75, 746-61.
- Robins, K. & Aksoy, A. (2005). Whoever looks always finds: Transnational viewing and knowledge-experience. En J. K. Chalaby (Ed.), *Transnational television worldwide: Towards a new media order*. Londres/Nueva York: I.B. Tauris.
- Sabry, T. (2005). Emigration as popular culture. *European Journal of Cultural Studies*, 8, 5-22.
- Scholte, J. A. (2005). *Globalization: a critical introduction*. Basingstoke, Inglaterra/Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Shohat, E. & Stam, R. (1996). From the imperial family to the transnational imaginary: Media spectatorship in the age of globalization. En R. Wilson & W. Dissanayake (Eds.), *Global/Local: Cultural production and the transnational imaginary*. EE.UU.: Duke University Press.
- Siew-Peng, L. (2001). Satellite television and Chinese migrants in Britain. En R. King (Ed.), *Media and migration: Construction of mobility and difference*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Silverstone, R. (1991). From audiences to consumers: The household

- and the consumption of communication and information technologies. *European Journal of Communication*, 6, 135-154.
- Sinclair, J., Jacka, E. & Cunningham, S. (1996). *New patterns in global television: peripheral vision*. Nueva York: Oxford University Press.
- Sinclair, J. (2004). Geolinguistic region as global space: the case of Latin America. En R. Hill (Ed.), *The television studies reader*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Subervi, F. & Ríos, D. (2005). Latino identity & situational latinidad. En E. Valle (Ed.), *Hispanic marketing and public relations: Understanding and targeting America's largest minority*. Boca Raton, FL: Poyeen Publishing.
- Subervi, F. (1986). The mass media and ethnic assimilation and pluralism: A review and research proposal with special focus on hispanics. *Communication Research*, 13, 71-96.
- Tsagarousianou, R. (2001). A space where one feels at home: Media consumption practices among London's South Asian and Greek Cypriot communities. En N. King & R. Wood (Eds.), *Media and migration: Constructions of mobility and difference*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Uribe Alvarado, A. B. (2003). *Re-imaginando México con la telenovela. Recepción cultural de telenovelas por inmigrantes mexicanos residentes en Los Angeles*, CA. Tijuana, B.C.: El Colegio de la Frontera Norte.
- Waldinger, R. (2001). *Strangers at the gates: New immigrants in urban America*. Berkeley/Los Ángeles/Londres: University of California Press.
- Wallerstein, I. (1991). The national and the universal: Can there be such a thing as world culture? A. King (Ed.), *Culture, globalization and the world-system: Contemporary conditions for the representation of identity*. Binghamton EE.UU.: Macmillan.
- Wilson II, C. C. & Gutiérrez, F. (1995). *Race, multiculturalism, and the media: From mass to class communication*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Wimmer, A. & Glick Schiller, N. (2002). Methodological nationalism and beyond: nation-state building, migration and the social sciences. *Global Networks: A Journal of Transnational Affairs*, 2, 301-334.

- Wolf, E. R. (1982). *Europe and the people without history*. Berkeley/Los Ángeles/Londres: University of California Press.
- Yarto, C. & Lozano, J. C. (2004 primavera). Televisión, rutinas y vida cotidiana en mujeres de México, Guadalajara y Monterrey [Television, routines and the everyday life of women in Mexico, Guadalajara y Monterrey]. *Global Media Journal En Español*, 1 (1), 40-56.