

cantidad de información que están viendo, ni cómo responden a la multitud de imágenes que se presentan en la televisión. Por ejemplo, y sin caer en una actitud apocalíptica, de acuerdo con los datos de Castells M. (1996), a fines de los ochenta, la televisión presenta 3.600 imágenes por minuto por canal, el cerebro responde conscientemente a sólo un estímulo sensorial por cada millón de estímulos enviados.

Debido a la compleja tarea que implica aprehender el llamado 'proceso de recepción', pensamos que la idea de México imaginado o construcción imaginaria de la nación que estamos construyendo en esta investigación a partir de la recepción de telenovela, puede ser uno de esos tantos "lugares desde donde se produce el sentido de la acción ver televisión" (Martín-Barbero 1987; Martín-Barbero y Muñoz -coords-, 1992). Como ya lo mencionamos en el capítulo segundo, algunos estudiosos de la recepción televisiva en Latinoamérica llaman mediaciones a esos lugares de producción de sentido. Por lo tanto, el México imaginado desde la perspectiva teórica de la mediación, es empíricamente observable en las variadas formas de interacción social de las personas con las telenovelas.

Hemos dicho que la construcción imaginaria de la nación a partir de la experiencia de recepción de telenovela se puede dar por el sentimiento de filiación social. Las personas aunque no estén juntas físicamente a través de su experiencia de ver telenovela, se pueden imaginar ser parte un grupo mayor y compartir el sentido de adscripción nacional. Debido a la experiencia de simultaneidad que otorga el ver las telenovelas, los sujetos sociales pueden sentirse parte de una comunidad simbólica nacional. Por otro lado, la telenovela puede traducir el carácter simbólico de una nación televisiva. Al decir que la telenovela como género televisivo muestra elementos nacionales, no significa negar que haya en su contenido patrones de significación globales que aludan a sentimientos universales como el amor, el odio, la tristeza, sin duda ganchos que las han colocado en los mercados internacionales. Martín-Barbero (1987),

conocedor y analista del género dice que sin negar el carácter nacional, las telenovelas tienen un 'carácter decididamente latinoamericano'. Sin embargo, aunque haya valores universales en las historias, y matrices culturales latinoamericanas, la especificidad del género de las telenovelas mexicanas, refieren al mundo de vida que tiende más a un sentido nacional, el 'sello nacional', al que ya hemos referido en el capítulo inicial. Sólo basta ver la forma como se reproduce la idea de familia nuclear como modelo social, la recurrencia a la religión católica y culto guadalupano como credo central en las historias; particularmente el uso del melodrama en exceso en el estilo narrativo, debido a su abuso en su estructura genérica y nudos climáticos de 'tidy nacional', se puede dramatizar y ritualizar la nación. En la historia de la industria cultural mexicana, el melodrama ha ocupado un lugar medular.

Durante todo el proceso de codificación discursiva y análisis tanto de las entrevistas familiares como de las sesiones grupales, estuvo siempre presente la idea del México imaginado, éste es un referente fundamental y punto de arranque para el análisis. Como ya lo dijimos, para el caso del análisis de los grupos de discusión, el México imaginado es el código mayor, el código guía, el ordenador de los otros códigos. Como punto de partida para la investigación, el México imaginado puede nutrirse de la discusión acerca de la problemática de la nación y/o lo nacional (que hemos recuperado en el capítulo inicial), pero fueron los propios referentes empíricos, es decir, lo dicho por los informantes en las sesiones grupales y los propios criterios de clasificación de la investigadora (los teóricos y de sentido común) lo que le dan sentido.

El México imaginado ha sido construido desde los datos empíricos. En ese sentido, nos apoyamos en la tradición de la llamada Teoría Fundamentada, presentada inicialmente por Glaser y Strauss en 1967, en el libro *The discovery of grounded theory* (Schwartz y Jacobs, 1984). La Teoría Fundamentada buscaba legitimar la investigación cualitativa ante las teorías totalizantes de los años sesentas, particularmente de la Sociología. La publicación simultánea de este

libro en Estados Unidos como en Inglaterra motivó a los estudiantes y académicos en estos países a la investigación cualitativa. Se trata de una propuesta metodológica que busca generar y desarrollar teoría en la interacción con los datos observados en el trabajo de investigación; mediante el método comparativo y reflexivo constante, esta propuesta evoluciona y se enriquece a través de la continua interacción con los datos.

Con base en el proceso de observación, registro, codificación y comparación de nuestros datos empíricos y apoyados en la perspectiva de Glaser y Strauss, tanto en los grupos como en las entrevistas, hemos elaborado una categoría que sirve como guía analítica. Anteriormente referimos a la propuesta de codificación para el caso de las sesiones grupales. Esta propuesta trata de hacer explícita la orientación y organización de nuestros hallazgos específicos que formalizaremos ahora en el capítulo cuarto y parten del capítulo quinto de este trabajo. Este propuesta busca pensar el México imaginado, desde la recepción de telenovela a través de dos referentes *adscripción y exclusión*. El primer referente se nutre de tres características: nostalgia, orgullo y fidelidad, y simultaneidad en tiempo-espacio. Vamos a comentar un perfil general de cada uno y luego lo haremos explícito a lo largo de nuestros hallazgos.

Referente de adscripción y pertenencia

a) La metáfora de *La Casa de Mumbi* (nostalgia por el pasado)

Los emigrantes de origen mexicano tanto de los grupos de discusión como de las mujeres entrevistadas, al mirar telenovelas pueden establecer sentimientos de añoranza con el pasado vivido en su país de origen. Ver telenovela mexicana puede llegar a provocar sentimientos de adscripción donde el sujeto extraña la vida y seguridad que le provoca su *Casa de Mumbi*. De acuerdo a la perspectiva teórica de los estudios étnicos señalada para la corriente del Primordialismo (Isaacs, 1975), la *Casa de Mumbi* es la casa matriz donde todos hemos nacido, es un lugar permanente de origen y retorno. Issacs habla de *Mumbi* como referencia

a la madre progenitora de la tribu kikuyo de Kenya. A través de un tribalismo esencial, la casa refleja una necesidad de pertenencia al lugar y al grupo de origen, ahí se muestran las raíces de los pueblos, siempre estaremos en ellas aunque a veces la olvidemos, porque está nuestra memoria y nuestras tradiciones, es el lugar de adscripción donde nos sentimos protegidos, amparados, disminuye el vacío existencial, ayuda a crear un espacio de seguridad y amparo (Isaacs, 1975).

No tenemos la intención de discutir teóricamente, la perspectiva étnica del primordialismo, tampoco adaptar o forzar esta postura a nuestros datos empíricos. Lo que interesa es recuperar el texto de Isaacs como una forma metafórica para reflexionar acerca de la necesidad de pertenencia del sujeto a las raíces de origen (lugar físico y grupo e identidad social), particularmente nos interesa usar la *Casa de Mumbi* como un escenario que hace posible despertar el sentimiento de añoranza y nostalgia por el pasado vivido en el país de origen. En ese sentido, ver telenovelas mexicanas pueden detonar esos sentimientos.

Como una referencia al lugar de nacimiento territorial y cultural, la *Casa de Mumbi*, también puede llegar a ser identificada como el sentimiento nostálgico que puede provocar en el sujeto el recordar lo que Luis González (1995) llama de *matria*, esos lugares que refieren a nuestro terruño de nacimiento. En un sentido parecido G. Jiménez, refiere a estos lugares como geosímbolos (1996 y 1999a). Tanto la *Casa de Mumbi* como las *matrias* son referencias simbólicas que nos ayudan para pensar acerca de los sentimientos nostálgicos orientados hacia el pasado.

b) orgullo y fidelidad por 'Made in México'

Así como la experiencia de ver telenovela puede contribuir a despertar sentimientos nostálgicos, también puede estimular en los receptores emigrantes, sentimientos de orgullo y lealtad por la nación de origen. Independientemente de la trama narrativa que desarrolle, el hecho de ser telenovelas producidas en

México (con actores mexicanos, donde se hablan español con acento 'mexicano', donde se proyectan escenarios mexicanos) contribuye a fortalecer el orgullo por la nación de origen. Sentimiento reforzado también por ser telenovelas transmitidas en una televisora (Univisión) que se dedica a incluir en su oferta televisiva, programación en su mayoría proveniente de México.

El origen de la producción (hechas en México) refuerza la relación de fidelidad con la nación imaginada. Una especie de lealtad que puede entenderse como patriotismo (Gellner, 1988). Telenovelas producidas en otro lugar diferente al de México no contribuyen a la imaginación de la nación mexicana. Un vector singular para comprender la fidelidad a las producciones hechas en México es la "familiaridad" que las audiencias han establecido históricamente con el género; sobre todo para las mujeres que vivieron su juventud en México (en nuestro caso son la mayoría). El mirar telenovelas mexicanas durante muchos años ha contribuido para que las audiencias se involucren cotidianamente con el género y adquieran cierta familiaridad (y vínculo sentimental) con las narrativas.

La fidelidad y familiaridad con el origen de la producción, significa también una cercanía con un género televisivo que durante muchos años conserva patrones narrativos con tendencias nacionales (en el capítulo segundo abordamos este tópico), por ejemplo el exceso de melodrama en el relato, grabaciones en exteriores que aluden a escenarios naturales no sólo de la capital del país, sino de las diversas regiones, considerar la unión familiar y la religión católica como eje fundamental en la historia, entre otros. Telenovelas producidas en otros lugares no gustan a la audiencia de emigrantes, porque no les hace sentir esa cercanía cultural con el género.

Recursos de *marketing* bastante usados para enganchar emocionalmente a la audiencia y reforzar esa 'familiaridad' en la recepción del género, es el uso del suspenso en la resolución de conflictos sentimentales y del descubrimientos de 'los secretos' (hijos que encuentran a sus padres, hermanos que no lo son, conquista de herencias millonarias). Estos recursos (características propias del

melodrama) influyen para que las audiencias no dejen de mirar lo que están viendo y se interesen por saber cómo se resolverán los enredos. Oliven R. y A. Damo (2001), estudiando el fútbol dicen que el fútbol despierta el sentimiento de lealtad y pertenencia nacional. A lo que nosotros llamamos fidelidad y familiaridad, estos autores llaman de 'relación analógica'.

c) Coordenadas espacio-tiempo: "estar allá, sentir lo de allá"

Cuando el sujeto ve televisión y géneros de ficción como las telenovelas, pueden llegar a mezclar e incluso sustituir imaginariamente las distancias reales por las distancias simbólicas (Lull, 1988; Thompson, 1998). Construir sentido de lo visto en la pantalla pone en juego coordenadas de tiempo-espacio (Castells, 1996; Morley, 1998), de tal manera que el sujeto puede sentir experiencias vividas de otros tiempos y en otros lugares distintos al lugar donde se encuentre cuando se expone ante la televisión. Este juego de coordenadas M. Berman habla de la internacionalización de la vida diaria, la idea de estar en la casa e ir a varios lugares (citado en Morley, 1998). Para el caso de los emigrantes mexicanos que ven telenovela mexicana, este juego de coordenadas está influenciado significativamente por la experiencia de vida transnacional entre el país emisor y el receptor y por la desterritorialización "proceso que abarca la pérdida de la 'relación natural' de cultura con los territorios geográficos y sociales" (García-Canclini:1990:288).

Referente de exclusión

Así como ver telenovela puede despertar sentimientos que otorgan al sujeto cierto orgullo nacional, también puede despertar sentimientos completamente contradictorios a esta dirección. Las telenovelas mexicanas, no sólo enorgullecen, por la forma de narrar las historias, su trasmisión en los canales hispanos, también son motivo de vergüenza. De acuerdo con algunos informantes, particularmente masculinos, las telenovelas no reflejan para nada las identidades

mexicanas. Los receptores no pueden sentirse identificados con géneros televisivos donde hay una exageración del melodrama, malas actuaciones, marcadas distinciones de clase e historias carentes de realismo. Por lo tanto, ver televisión en español y telenovelas en particular para hombres emigrantes, es llegar a sentir una experiencia de exclusión cultural del país receptor. Por otro lado, la programación de la televisión hispana que ven desde Los Angeles, además de ser meramente comercial en la mayoría de su oferta y programación, no ayuda en nada al proceso de adaptación de los emigrantes. Para el caso de las informantes femeninas, estos argumentos no aplican. Si la telenovela no refleja ni identifica al país de origen, hay otros medios de la industria cultural que sí pueden llegar a cumplir este objetivo como son ciertas películas mexicanas, la música o el fútbol. Por otro lado, no todas las categorías se comportan por igual en cada grupo ni en cada sujeto, sobre sus diferencias hablaremos a lo largo del trabajo.

Adscripción y exclusión en el discurso grupal

1. Lo que sí es México en la telenovela

De acuerdo a nuestros hallazgos en los grupos de discusión y en la construcción del consenso, uno de los códigos más significativos que responde a las preguntas de investigación de este trabajo, fue el calificado específicamente como *México Imaginado por la telenovela*. En términos cuantitativos, este código alcanzó uno de los mayores puntajes en nuestros datos empíricos (45 códigos), sobre todo en los grupos femeninos. Ver el cuadro siguiente (Num.1). Eso no sucedió con los grupos masculinos, concretamente los tres grupos de jornaleros (V, VI y VII) que obtuvieron mayores referencias al código bautizado como *México Imaginado por la televisión*. Una primera lectura de este resultado nos muestra que fueron las mujeres de origen mexicano (grupos III y IV) quienes tienden a hablar **más de la telenovela en específico** que los hombres, éstos no focalizaron en este género televisivo, más bien recurrieron constantemente a lo que está pasando con la

televisión hispana en general. Aunque la telenovela fue un referente también presente, la descalificaron de inmediato y prefirieron hablar de la oferta de programación televisiva en general. Recuperaron el asunto de la telenovela en otros tópicos. Por lo tanto, para las mujeres de estos grupos, México puede imaginarse más por la telenovela en particular, que a través de cualquier otro tipo de programación hablada en español. Para los hombres este argumento no es tan aceptado, ellos recuerdan momentos y situaciones cotidianas de allá desde otros referentes que no sólo son programas de ficción como las telenovelas. Sobre estos argumentos y los resultados empíricos, iremos conversando en los apartados siguientes.

Cuadro Num. 1.
Códigos por categoría en los grupos: telenovela y televisión

Grupos	Código Mex Imag por TVN	Código Mex Imag por TV
I Chicanas jóvenes	10	0
II Mujeres adultas	5	0
III Mujeres adultas	10	2
IV Trabajadores jóvenes	12	2
V Trabajadores adultos	4	9
VI Trabajadores adultos	0	9
VII Trabajadores adultos	4	14
Total de códigos en grupos	45	36

Al afirmar que México puede imaginarse más por la televisión hispana que por telenovela, los hombres intentaron tomar distancia de su experiencia de ver telenovelas, pues para ellos, la telenovela es una actividad más femenina que masculina, aun cuando lleguen a ver una telenovela, no será fácil que asuman y expresen sus sentimientos sobre lo visto. En sus investigaciones sobre usos de la televisión en Londres, Morley D. (1993) destaca las diferencias en los modos de ver televisión por hombres y mujeres. Son las mujeres las que tienden (y asumen) ver más programas de ficción como las telenovelas que los hombres, éstos tienden a identificarse más con programas no ficticios (noticieros, documentales).

Las mujeres miran televisión de forma fija, distraída y con culpa, ver televisión, de acuerdo con el autor, un "placer culpable" porque aun cuando sientan placer por lo visto, ellas creen que pueden estar perdiendo el tiempo al ver televisión. Los hombres miran de una forma de comunión silenciosa, sin interrupciones y sin hacer otra actividad. Esta perspectiva de modos de mirar televisión apuntada por Morley, ha sido también expresada en los trabajos empíricos de México realizados por Covarrubias et. al (1994); González, J. (1998), donde se hace referencia a que los hombres miran televisión de una forma más absorta y las mujeres de una forma más receptiva y activa (realizando otras actividades domésticas). Además de los modos de mirar, la práctica de ver telenovela sugiere una forma de proximidad sentimental con el género televisivo, para las mujeres esta proximidad se establece de forma más "implicada" (Heller, A. 1987) que los hombres, éstos continuamente toman distancia para manifestar sus proyecciones sentimentales acerca de lo visto.

De acuerdo a nuestros hallazgos, desde la perspectiva femenina, más que la masculina, gran parte de la narrativa de las telenovelas mexicanas son pretextos para transportarse simbólicamente a México. En ese sentido, este popular género televisivo puede jugar un importante papel en la construcción imaginaria de la nación mexicana a través de la lectura de telenovela hecha por los inmigrantes. Como género televisivo presentado cotidianamente en la pantalla casera, elaborado con un formato industrial de producción, la telenovela mexicana, es un medio para que las audiencias puedan viajar simbólicamente a uno o varios lugares que se encuentran distantes. Es decir, a través de formatos audiovisuales fragmentados en capítulos semanales, las audiencias inmigrantes pueden re-territorializar experiencias y sentidos de vida del país de origen.

...para mí, a veces sí te quita el tiempo, pero en cierta manera, yo que estoy acá sí es un medio para irte a México, para transportarte allá, al ver cosas de allá, que es el pan, que es la ropa y si hay cosas ...

Grupo III

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 5-10 años en USA)

En un análisis sobre la comunicación y cultura John B. Thompson (1998) argumenta que con la modernidad, los medios de comunicación, particularmente la televisión ha sustituido poco a poco los patrones de interacción cara a cara, creando experiencias de discontinuidad en tiempo y lugar. "Los individuos que miran la televisión, deben en cierta medida, suspender la estructura espacio-temporal de sus vidas cotidianas y orientarse temporalmente hacia un grupo de coordenadas espacio-temporal diferentes; se convierten en viajeros espacio-temporales ocupados en la negociación entre estructuras espacio-temporales distintas y en relacionar de nuevo su experiencia mediática de otros tiempos y lugares con el contexto de su vida cotidiana. La habilidad para negociar estas estructuras y volver a salvo a los contextos de la vida cotidiana es parte de las habilidades que poseen los individuos como telespectadores competentes" (Thompson, J. 1998:130). Esta reflexión puede aplicar para lo que venimos comentando. La recepción de telenovelas mexicanas en nuestros informantes de los grupos puede funcionar como un juego de coordenadas espacio-temporales que permiten que el sujeto pueda mezclar imágenes ficcionales vistas en tiempo presente (el propio momento de exposición televisiva o incluso después) con imágenes reales vividas en un tiempo pasado (experiencias de vida en México). Aquí la situación de migración tiene un papel importante en el juego de estas coordenadas, pues el sujeto se ha movido territorialmente de su lugar de residencia.

James Lull (1991), estudiando la recepción televisiva en China, encontró que las personas al mirar televisión, marcan una "distancia simbólica" de los contextos espacio-temporales. Al mirar por la pantalla televisiva regiones del

mundo (distantes geográfica y culturalmente de las suyas), los individuos toman distancia para reflexionar sobre sus propias vidas. En el caso de la recepción de telenovelas en el entorno transnacional, la "distancia simbólica" dada por la tecnología y la misma situación de inmigración, se puede convertir en "proximidad simbólica", pues la telenovela como género televisivo predecible, les permite a los sujetos traer información de la cultura y estilo de vida del propio país donde fue producida la historia. Los mexicanos que residen en Los Angeles, ven telenovelas y se conectan con su propia vida a través de las producciones mexicanas. Los chinos se pueden separar de su mundo para hacer una autorreflexión y los mexicanos al contrario, se aproximan a su mundo. Obviamente esta diferencia, puede estar dada por el análisis de los géneros televisivos entre una y otra investigación, y sobre todo por la enorme distancia entre ambas culturas.

En ese viaje simbólico y juego de coordenadas, las telenovelas mexicanas se han convertido en transmisoras de mensajes con bastante poder cultural y mercadológico. Con su presencia diaria en la oferta televisiva hispana, en todos los horarios, no sólo en los estelares, están recordando a la audiencia la existencia de México, su historia, su estilo de vida, su pasado y tal vez hasta su presente. Se mueve en la memoria un sentido de adscripción a la nación territorial y a la nación simbólica. De acuerdo a lo dicho por los informantes en los grupos de discusión, la telenovela llega a ser una evidencia visualmente construida de que México existe, está presente y vivo. Este género popular se convierte para las audiencias desterritorializadas en un *símbolo de masa nacional*. De acuerdo con Canetti, los símbolos de masa nacionales son "entidades naturales o histórico-imaginarias que constituyen la referencia privilegiada del sentimiento nacional"¹. Asimismo, este sentimiento nombrado por Canetti puede ser equiparable a la

¹ Canetti (citado por G. Giménez, 1993:18-19), dice que el símbolo de masa nacional de los alemanes es el bosque donde se prepara el ejército, para los franceses la revolución, para los italianos la roma inmoral, para los ingleses el mar, para los suizos las montañas. De acuerdo con nuestra analogía, las telenovelas pueden cumplir esta función.

idea de *geosímbolo*. De acuerdo con G. Giménez, esta idea es asumida por la llamada Geografía Cultural, y se define como: "un lugar, un itinerario, una extensión o un accidente geográfico, que por razones políticas, religiosas o culturales revisten a los ojos de ciertos pueblos o grupos sociales una dimensión simbólica que alimenta y conforta su identidad. Los *geosímbolos*² pueden ser evidentes en los bienes ambientales (áreas ecológicas, paisajes rurales, urbanos y pueblerinos, sitios pintorescos, monumentos, caminos y brechas, canales de riego y en general, cualquier elemento de la naturaleza antropizada" (Giménez, G. 1999a:33).

Sí, refleja mucho la añoranza de todos, aunque no veamos novela, pero estamos viendo algo que nos está dando un mensaje de México, de qué no te olvides de él.

*Grupo III
(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 5-10 años en USA)*

Efectivamente, como dice el argumento de esta informante y como lo expresa el siguiente argumento, la añoranza o nostalgia por lo que han dejado, por la familia y la vida en México, es un sentimiento subjetivo que puede salir a flor de piel cuando se ven telenovelas mexicanas dentro del hogar, ya sea en la sala o en los cuartos de la casa. Y no se trata de un sentimiento que "brota" sólo y necesariamente en el momento mismo de exposición televisiva. Aunque puede suceder, no es una constante. Si en algo han avanzado los estudios de recepción televisiva desde la década de los ochenta (como ya lo hemos discutido en el capítulo primero de esta tesis) es en asumir que los receptores no son simples máquinas que reaccionan con estímulos mecánicos e instantáneos a lo que ven en la televisión. La recepción televisiva trasciende el propio acto de ver televisión. Con base a lo anterior, el sentimiento de la añoranza puede ser estimulado cuando se ve la telenovela, pero puede seguir aludiéndose a él en momentos

² La definición de "geosímbolo" es citada por este autor, a partir de la obra de Bonnermaison, 1981. Ver G. Giménez, 1999a:33.

posteriores a la propia exposición televisiva. Así, puede ser estimulado por un discurso entre los personajes, un lugar, un tipo de vestuario, una cierta forma de hablar, una escenografía determinada, un estilo de vida (de comer, de dormir, de descansar, de trabajar, de maquillarse, de vestirse), la canción de la telenovela, las características físicas de los personajes. Cualquiera de los elementos mencionados puede convertirse en detonadores de la añoranza. Por otro lado, lejos de ser un sentimiento individual, la añoranza es susceptible de ser compartida socialmente y trascender fronteras geográficas y temporales. La añoranza es parte de un sentido de identificación y filiación grupal. De esta manera, la telenovela se convierte en la mediación simbólica y cultural de ese sentido de adscripción socialmente compartido. El argumento de la informante que presentamos a continuación es bastante ilustrativo y de forma muy sencilla alude a lo que estamos explicando.

4= Yo creo que lo que estaba diciendo mi compañera es que uno, cuando miras es la añoranza de que a lo mejor queremos estar allá, porque también tenemos casi toda la familia allá. Entonces es la añoranza de que estás viendo una novela y te estás acordando de o lo mejor tu familia, si ya la habrá visto, o si ya allá ya se acabó y acá todavía no.

Yo sigo insistiendo que siento la añoranza y sí, parte que te llevas nuestro México, cada quien en la parte que te corresponde, y aunque la novela viene siendo el medio y el que nos cautiva. Aunque queriendo y no, siempre llegamos y vemos algo, y siento que somos más fáciles de cautivar, de ver un párrafo, o de ver una noche o una tarde o que llegas y vuelves a caer a lo mismo, no importa que sea y siempre nos dura unos minutos el estar viendo una novela.

Grupo III

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 5-10 años en USA)

Aparte de ser detonadores de sentimientos nostálgicos, las telenovelas mexicanas a través de la mediación técnica de la televisión, también pueden producir sentimientos de orgullo nacional en los inmigrantes mexicanos que las ven cotidianamente. Se trata de un orgullo que puede aludir a un territorio nacional (porque refiere a los lugares conocidos en cualquier lugar de la República Mexicana y/o visitados por los informantes durante su residencia en

ese país) o bien a un territorio regional (que refiera al propio lugar de origen, ciudad o pueblo, de los informantes). Por ejemplo, comentarios expresados en consenso grupal en una sesión de mujeres (grupo II), refuerzan nuestros argumentos. Aunque en páginas posteriores recuperaremos esta idea del sentido del territorio y las regiones en el contenido de la telenovela.

4= *Sí, te hace acordar México la novela*

3= *Yo creo que sí, definitivamente. Y te hace enorgullecerte, sentirte orgulloso porque pasan escenas de México también. Claro, pasan las más bonitas en ciertas novelas, pero no importa. Más aquí que conviven con tanta gente de tantos lugares. Te sientes orgullosa*

4= *O cuando pasan, uno ve las que han hecho en el DF, que gente del DF dice, oh, mira, es tal colonia. O que van a otro lugar, depende de donde están, si en el DF o en otro estado. Hay gente de donde es ahí, se acuerda también. Depende como enfoquen*

3= *Y esa misma gente se siente orgullosa de que estén pasando en esa telenovela su pueblo, su ciudad, su gente. Y yo me imagino que se siente feliz de escuchar. Porque cada estado es tan grande, cada estado tiene su tiple. Es curioso, pero sí..*

Grupo II

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 15-30 años en USA)

Ese orgullo nacional sentido en la acción de mirar telenovela, además de alimentarse de las referencias territoriales aparecidas en el contenido de la historia de amor, puede sentirse también por la inclusión de telenovelas específicamente mexicanas dentro de la barra de programación hispana. El saber que se trata de un producto cultural "hecho en México", independientemente de la calidad del contenido, puede reflejar un sentimiento de orgullo nacional. Es decir, la identidad del producto en sí mismo, es lo que enorgullece a la audiencia y lo que le da lealtad como *símbolo de masa nacional* o *geosímbolo nacional* (Giménez, 1999a). Este criterio puede ser uno de los motivos por lo que las personas llegan a mantener una fidelidad con las telenovelas mexicanas y por consecuencia con el canal de televisión que las transmite, en este caso es Univisión. Esa fidelidad y lealtad evidenciada en las telenovelas también puede ser parecido a los criterios de consumo de otros productos de la industria

cultural. De acuerdo con reportes de publicidad, los hispanos prefieren usar marcas conocidas que desconocidas.

1= La cosa es que siempre la extrañamos, y es de México y viene de México, y la vemos nada mas para pensar en eso que viene de México, aunque la telenovela sea 'pinchurrienta' y llega la imagen y la vemos, aunque sea un churro, pero sientes orgullo, aunque sabes que la telenovela no vale la pena y llegue un salvadoreño u otro y diga que es fea, no... es algo en lo que vas a defender aunque sean así.

Grupo III

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 5-10 años en USA)

Esos sentimientos nostálgicos y de orgullo que provocan las telenovelas en las audiencias trasnacionales, operan también como detonadores discursivos fragmentados de lo que puede ser la nación mexicana. Las telenovelas mexicanas, dijeron nuestros informantes en grupo, particularmente las mujeres, sí reflejan México, sí reflejan mucho de lo que somos los mexicanos. Los contenidos de la telenovela, su estructura y lógica narrativa heredera del melodrama, como ya comentamos en el capítulo segundo, representar metonímicamente, el *tidy nacional* del que habla Estill, "la comunidad de la telenovela cerrada emula la comunidad imaginada de la nación de su propio texto también, especialmente desde que el enfoque melodramático de la novela mexicana enfatiza la moralidad, la justicia y el eterno juego entre el bien y el mal. Estos enfoques crean en cada turno un retrato de lo que debería ser la nación" (1998:12).

4= *Y cada novela si trae un poquito de cultura, si te pasan un museo, siempre te pasan de que es pintor, o que es escultor o que hace novelas y siempre traen algo de cultura.*

3= *Cuando yo dije cultura, no dije cultura solo en el sentido de lo que es arte y todo eso, no, yo estaba hablando de las convenciones, modas o modalidades como mexicanos. Nuestra comida, la forma en como tenemos nuestras casas, el lenguaje y todas esas cosas que se reflejan, incluyendo todo eso.*

Grupo III

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 5-10 años en USA)

Y la asociación con México no sólo se da con lo explícito y directamente observable el contenido de la telenovela, también con lo que ésta no dice. Se puede imaginar una adscripción nacional por ausencia o exclusión de referentes significativos en la telenovela. Es decir, por lo que no es, lo que no está o lo que no aparece explícitamente en la telenovela. Dentro de los textos del análisis del semiótico-discursivo se habla de una forma de comprender los significantes el silencio, lo que no se dice, lo que no está explícito en el texto³.

Cuando las mujeres, ven telenovelas mexicanas y no reconocen en su narrativa aspectos conocidos o familiares, y por eso no pueden compartir un sentimiento de adscripción mexicana con lo que ven en la pantalla, están dando indicadores de la forma como impactan en su propia experiencia de recepción, la ausencia de referentes significativos o explícitos. Podemos decir entonces que en los procesos de recepción televisiva en el entorno de inmigración, la nación imaginada se puede construir también por ausencia de referentes nacionales.

Es importante mencionar que es desde la producción televisiva, donde se definen los referentes significativos. Son las audiencias, en su constante contacto con las telenovelas a través del tiempo, las que adquieren competencia para reconocerlos. Podemos mencionar como referentes significativos por ejemplo la presentación de los escenarios (tanto los exteriores y los interiores), las características físicas de los actores, la escenificación de los personajes, el desarrollo y secuencia del guión, y todo lo que tenga que ver con la puesta en

³ Sobre el silencio y su significado, ver Lozano, et. al. y Haidar, et. al.

marcha de la narrativa audiovisual. Inclusive, la información que pueden tener los públicos con el mundo del espectáculo televisivo (la vida privada y profesional de los actores) son datos que contribuyen para el reconocimiento de los referentes significativos.

La siguiente cita, fue dicha en consenso grupal por un grupo de mujeres (grupo III). Lo amplio del argumento se justifica por lo ilustrativo de su contenido, pues expresa precisamente lo que estamos tratando de explicar.

3= Les voy a decir porqué nos arraigamos más y me están dando la razón cuando estamos viendo una novela que no es de México, que para empezar no conocemos ni los barrios, ni esos apartamentos tan grandes, ni las callecitas, donde se ve el movimiento que hace de boca que no va con lo que se está hablando y no nos llama la atención, y aunque veamos eso y decimos yo no creo que estén diciendo eso y hasta la forma de expresión que hacen....No sé, y no nos vamos a quedar e ver esa, mejor le cambiamos y vamos a ver algo mexicano, no importa que sean las noticias, o que sean otra cosa. Preferimos mejor ver algo que nos esté dando a saber de nuestro México que estar viendo esa que dice del Clon, o la otra de la Xica, que nada más al oír la música, ni la música me gustaba, luego le cambiaba.

Grupo III

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 5-10 años en USA)

Ese sentimiento alimentado por compartir y reconocer lo familiar, es lo que impide que no les guste a las audiencias las telenovelas que no son mexicanas. Esto explica un poco porque las telenovelas brasileñas, géneros televisivos muy distintos a las mexicanas, no han logrado satisfacer los gustos de los públicos acostumbrados con los mismos referentes significativos. Es importante mencionar que éstos no se refieren solamente a la lógica de producción (forma y contenido), aunque de ellos se alimente, sino al reconocimiento y familiaridad que atribuyen a las audiencias esta forma y contenido. Por ejemplo, el gran impacto que tuvieron las telenovelas de excelente producción como *Mirada de Mujer* y las producciones de Argos para Televisión Azteca, telenovelas diferentes al modelo clásico y tradicional desarrollado durante muchos años por Televisa. En estas telenovelas aparecieron actores ya

consagrados en la televisión como Angélica Aragón y Ari Telch. Los personajes protagónicos, sobre todo la mujer, son ya reconocidos por el público.

2. Lo que no es México en la telenovela

El sentimiento de adscripción nacional manifestado por las mujeres, no es compartido del todo ni asumido por los hombres. Aunque éstos manifestaron que hay elementos territoriales y estéticos en las telenovelas que ilustran México y algunas referencias que pueden fortalecer la memoria a través de experiencias vividas en México, no por ello la telenovela como formato televisivo puede ser motivo de orgullo nacional ni escenario de lo que es la realidad mexicana necesariamente. Las discusiones de los grupos masculinos, tanto de los jóvenes (grupo II) como de los más adultos (los grupos V, VI y VII), más que pensar en efectos emotivos del contenido de la novela, se inclinan a cuestionar su contenido, y no sólo de las novelas mexicanas, sino de la programación hispana en general. Para ellos, la televisión hispana que ven desde Los Angeles, además de ser meramente comercial en la mayoría de su oferta y programación, refleja aspectos negativos de la comunidad mexicana. Hubo consenso en afirmar que los hispanos ven un tipo de programación televisiva en su idioma que no refleja lo que son ellos.

1= ¡No!, no es México, para nada! Porque la programación es casi netamente comercial y fuera de lo que es nuestro país. El país no está hecho de novelas, de películas, de ese tipo de cosas que se ven en el 34, no refleja nada de México!. La programación no es México, ni es Guatemala, ni el Salvador, ni Centroamérica, ni España, ni nada....

4= Aquí, hay gente trabajadora en su gran mayoría en México, Guatemala, Salvador, en todo Centroamérica, en toda la comunidad de habla hispana, que se dedican a trabajar, no nada más es eso. Y la televisión en español refleja mucho lo negativo de la comunidad

Grupo V

(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

No sólo no refleja las raíces étnicas mexicanas, no refleja tampoco la diversidad cultural propia de los países latinoamericanos en un sentido amplio.

El tipo de oferta televisiva que hay en las televisoras hispanas en Estados Unidos, a decir de los informantes, no es lo que merecen y esperan. Hasta se llegaron a sentir ofendidos con el hecho de haberles lanzado este asunto para discusión.

1= México somos nosotros, morenos. Por decirlo, como los de Oaxaca, ellos son chaparritos, acá, los yucatecos, gente de nosotros. De Chihuahua, alta, así que vean la variedad de México, y también manera de hablar, por decirlo los de Zacatecas tienen una manera de hablar, los del norte otra manera de hablar. O sea ahí se va a ver en realidad qué es México desde Mérida hasta Chihuahua, Tijuana, todo eso, las diferencias, la variedad de culturas que hay, como los de Mérida, porque ahí estaba la cultura maya. Aquí el DF, todo eso, de los aztecas. Me imagino mucha variedad que ahí y que en realidad no la refleja. Refleja todo lo bonito, todo lo que según eso es fácil.

Grupo VI

(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

Sólo se busca competir, colocar a la telenovela en una lógica de mercado, pero no enseñar las 'verdaderas raíces mexicanas', como dicen insistentemente los trabajadores de los cuatro grupos masculinos entrevistados.

2= Yo creo que si como ellos quieren competir, porque es lo que hacen las novelas. Competir con las demás televisoras de los demás países, como aquí se ve mucho la exportación de Venezuela, Colombia, telenovelas de todos lados, lo que hacen es competir. Pero yo creo que si quisieran competir enseñar verdaderamente lo que es México, que vamos a enseñar nuestras raíces, lo que es México desde adentro, si queremos competir con otros países, pero quieren competir únicamente en cuestión de ver quien saca creo que más carros buenos, quien tienen mejores residencias, pero por qué no enseñar verdaderamente lo que es México, lo que es nuestras raíces

Grupo VII

(hombres 30-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

Asumieron que existe un estereotipo bastante negativo del mexicano y del latino en general, la televisión se ha encargado de mostrar una imagen completamente reducida y hasta falsa de su forma de ser. La televisión hispana y las telenovelas mexicanas lejos de ser motivo de orgullo, son una vergüenza para los mexicanos. Estos puntos de vista de los grupos de trabajadores acerca de

la televisión y telenovelas, no están tan alejados de los resultados de estudios que hablan sobre la imagen de los latinos en la televisión y en los medios. Como lo referimos en la introducción de esta tesis, existe una invisibilidad de los latinos en los medios, y si aparecen es sólo para escenificar estereotipos negativos (Rodríguez C., coord. 1997; Escalante 2000; Ríos I. 2000).

4= ... a veces se nos refleja a nosotros determinadamente como nos ven en un programa, como nos ven en la televisión, así creen que somos los mexicanos... el mexicano que come mucho chile, el mexicano que es borracho, porque así nos pasan en las películas, el mexicano que es el mujeriego... Sin que tomemos en cuenta que todos esos mismos tópicos se manejan en todos los países latinos, es exactamente lo mismo!, pero con diferente forma de habla, diferentes cuestiones con respecto a su interpretación...no solamente el mexicano, estamos hablando de los latinos.

Grupo VII

(hombres 30-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

En esta línea de reflexión, el grupo de las chicanas (grupo I) manifestó puntos de vista muy semejantes a los dichos por los hombres. Ellas dijeron que el hecho de que jóvenes anden con hombres mayores, como se mostró en la telenovela *Amigas y Rivales*, no puede ser una característica de la sociedad mexicana. Desde su punto de vista, las relaciones de pareja con diferencias de edad no son tan comunes en México, es más posible pensarlas en una sociedad como la americana que es más abierta a los cambios.

Referentes al *Mex Imag* desde la producción

1. El lenguaje español. Primera evidencia

Un elemento bastante significativo en la adscripción a la nación imaginada es el lenguaje español. Este es de los códigos donde hubo más consenso en todos los grupos. Por ejemplo, en un grupo femenino, al inicio de la sesión grupal, una vez lanzados los detonadores discursivos, esto fue lo que dijo una de las informantes, después fue apoyado en consenso grupal con argumentos similares.

¿Telenovelas mexicanas?

Lo primero que a mi se me viene a la mente de novelas es mirar televisión en español sobre todo cuando se es bilingüe, a veces como que me siento cerca de casa aunque sea un poquito, esa mirada de televisión se le antoja a uno, voy a ver las noticias y empiezo a jugar con todas las de en la mañana y me quedo clavada en alguna, no necesariamente en las novelas, pero entonces lo más seguro es que muchos de esos canales hala una telenovela y hay muchas series, pero siempre he notado que la que a mi más me llama la atención es la mexicana, pero es el lenguaje, el tono del lenguaje, el idioma, lo primero que me llama la atención. Y ya después me pongo a ver y ya me empiezo a abocar en otras cosas, no sólo el lenguaje, ya sea de algún nacionalismo, algo típico reflejado ahí, pero al mismo tiempo verlo desde del punto de vista como persona que no vive ahí...

Grupo III

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 5-10 años en USA)

Mirar telenovela en español como dice esta informante, no es sólo un criterio de selección de la programación, sino el primer criterio. Si estuviera hablada en otro idioma, seguramente no se tomaría en cuenta esta posibilidad. Y eso pasa no sólo con las telenovelas, sino con toda la programación hispana. El idioma llega a convertirse en prioridad de elección. Inclusive para los hombres que manifestaron un sentimiento de insatisfacción a la oferta televisiva hispana, en cuestión del lenguaje, asumieron la importancia que tiene el ver esa oferta de programación en idioma español, con todo y sus deficiencias.

3= Para mí son muy importantes los programas en español, porque cuando veo un programa, yo me siento como si estoy en mi país

Grupo VII

(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

La cita anterior fue expresada por una persona que no nació en México. Recordemos que en los tres últimos grupos, participaron algunos trabajadores de otros países latinoamericanos. Para el informante que referimos, los programas en su idioma, aunque no sean producidos en su lugar de origen, Guatemala, si le

hacen recordar a su país. El idioma español es un elemento importante para el vivir un sentido de adscripción al país de origen.

Por otro lado, esa acción de mirar novelas en español no significa que se comparta esa opinión para todas las novelas. Aquí entra un asunto de gran importancia para la sección, es el acento. No es lo mismo ver telenovelas habladas en español con acento argentino, venezolano, colombiano, o de plano telenovelas "dobladas" como es el caso de las brasileñas. Los televidentes saben perfectamente diferenciar esto, inclusive cuando se trata de acentos regionales. En el caso de las mexicanas, que la mayoría son producidas con referencias territoriales y culturales de la capital, el acento del capitalino es muy identificable. De cualquier manera sea capitalino o provincial y aún cuando sea reconocible la diferencia, sólo el (los) acento(s) mexicano(s) es aceptable para el público mexicano inmigrante. Muy a pesar de las diferencias, es un referente que ayuda a la emergencia del sentimiento de adscripción nacional. Lo que resulta observable en la telenovela, puede ser también visible en la vida cotidiana. La diversidad de acentos son criterios de diferenciación étnica entre la comunidad latina. Por el tono de hablar de un hispano que reside en Estados Unidos, es posible identificar el lugar o lugares (por lo menos en escala nacional) donde ha estado antes de migrar. De cualquier forma, cuando los actores no están hablando con el acento nacional, la audiencia lo reconoce y siente una especie de resistencia y extrañeza con lo que esta viendo en la pantalla. Así lo expresan en consenso grupal las siguientes entrevistadas del grupo II y del IV.

4= Pero fíjense, yendo atrás a lo que ella dijo que si con las novelas uno se recuerda más a México, y sí es cierto, y uno está acostumbrado a mirar novelas mexicanas, porque de repente viene una de Venezuela y uno como que no, no agarras bien. O una novela de Brasil. Ah, bueno ella las mira

3= A pesar de que no es el mismo idioma

4= Yo no puedo, yo siento que...

3= Las costumbres son diferentes (interrumpe)

4= Yo ya estoy acostumbrada a las novelas mexicanas

3= Si son bonitas, no niega uno que sí, porque a mí me gustan

4= O que casi siempre es lo mismo

2= Se acuerda uno de su infancia

4= Pero es que uno está acostumbrado verdad?

Grupo II

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 15-30 años en USA)

-----*

3= Hay una novela brasileña, como se llama esa... Xica y la primera vez que la estaba viendo y dije algo está mal ahí, no hay coincidencia con el movimiento de labios, se me quitaron las ganas, aunque se veía interesante.

5= Es lo que pasa con el Clon, hablan pero no convence, habla pero no va de acuerdo con el movimiento de voz...

3= Como que no, como el lenguaje chino, como que no dan mas ganas de verla... , pero en la telenovela como que si hay un poco del arraigo

Grupo IV

(hombres 20-35 años, estrato bajo, permanencia de 2-10 años en USA)

A la audiencia, por lo regular le gusta mirar lo que ya está acostumbrada a ver, hay una relación cultural de proximidad con lo semejante. Sobre todo, en el caso de las telenovelas mexicanas que durante varias décadas han sido producidas por una misma lógica de formato y contenido. Aunque ciertamente esa proximidad con lo semejante no significa necesariamente que la gente no tenga voluntad para cambiar de opciones y para criticar el contenido de lo que ve. La emergencia de nuevas opciones televisivas en México como Argos Televisión, por ejemplo, demuestra el interés por buscar nuevas opciones (Covarrubias y Uribe, 1999).

Sin duda alguna, la fuerza del lenguaje español es un elemento para elevar el *rating*. Eso lo saben muy bien los responsables de la producción de telenovelas y del mercado de la televisión hispana, sobre todo los canales líderes en Estados Unidos, el 34 y el 52. Cuando en el reparto de alguna telenovela, se incluyen actores que proceden de un país diferente a México. Los responsables de la producción, particularmente los profesionales que trabajan en el *casting*, preparan al actor para que ejerce su acento como el español mexicano. La presencia y el creciente uso del lenguaje español en Estados Unidos ha tocado con fuerza variados campos, no sólo los de la televisión y de la industria cultural en general. En el capítulo anterior hablábamos de la forma como está invadiendo diversos espacios culturales. El uso del español entre la comunidad hispana y mexicana ha sido abordado por diversos estudios de migración desde hace varias décadas.

A diferencia de los otros grupos, para las chicanas jóvenes (grupo I) el hecho de que una telenovela esté hablada en español no es un criterio de selección de la programación. Ellas tienen acceso a otro tipo de oferta televisiva en inglés. Es una opción más, no "la única opción". Aunque las telenovelas mexicanas no resulten prioridad en su elección, si las ven con frecuencia. Si está prendida la tele en su casa por decisión de la madre, no les queda otra casa que verla. Ellas asumieron que han visto y ven telenovelas por influencia de sus madres, desde que eran niñas sus madres veían novelas mexicanas y ellas eran las que decidían lo que se veía en casa. Aquí las madres han cumplido una función de "mediación social" con sus hijas en los procesos de recepción de la telenovela.

Fuenzalida y Orozco, en sus estudios sobre recepción televisiva en Chile y México⁴, dicen que los padres cumplen la función de mediadores sociales fundamentales en los procesos de recepción, ellos pueden transmitir a través de la imitación algunas conductas y parámetros de los modos de ver. Además

⁴ En el capítulo tercero se hizo una recuperación de las propuestas teóricas de estos autores.

muchas veces es la madre quién determina lo que se ve en casa. Eso es precisamente lo que pasa con las madres del grupo de las chicanas. Las madres han influido en sus hijas en los hábitos y recepción de la telenovela. De alguna manera, el gusto por la telenovela ha sido como una herencia materna, como lo ha sido también el propio aprendizaje del idioma español.

Por lo que respecta a la diversidad de acentos del español, el grupo de las chicanas (grupo I) dijo que esto no determina en su decisión para ver una telenovela. A ellas no les incomoda que lo escenificado y dicho por los actores no corresponda con el movimiento de sus labios, como sucede con los doblajes de las novelas brasileñas. Por otro lado, la experiencia de ver telenovelas habladas en español es sólo una opción televisiva más, como cambiar de canal. Es obvio que su sentimiento a la nación imaginada no tiene el sentido que tiene para las mujeres nacidas y criadas en México, o para las mujeres adultas que siempre han tenido contacto cultural con México como veremos en el capítulo siguiente.

4= ...Cuando prendo la tele, veo los canales, oigo algo en español o algo en inglés, no diferencio. No digo, ahhh, estoy pensando en México porque está en español, luego le cambio, ahora estoy en inglés. Cuando veo este, una telenovela mexicana, este, no es que esté recibiendo a México, nomás es un show entretenido... Y no pienso que estoy yendo a México, nomás es algo entretenido

A= Es un cambio natural

4= Ajá

Grupo I

(mujeres 18-20 años, estrato medio, total permanencia en USA)

La televisión puede ser una herramienta para aprender idiomas. El género de la telenovela no es la excepción. Igual lo veremos en las entrevistas en el próximo capítulo. De acuerdo a lo dicho por las informantes, la telenovela mexicana puede contribuir a la enseñanza del español para quienes no lo hablan. El siguiente argumento es revelador.

5= A mí, lo que me pasa ahorita que tengo compañeros que son de diferentes partes del mundo y que me dicen yo quiero aprender a hablar el español. Y les digo mira, ponte a ver más novelas y aprendes lo que dicen los

ricos e ignora lo que dicen los pobres, porque lo que hablan los ricos es como lo tienes que decir y lo que dicen los pobres eso ni lo escuches, es errado

1= Aparte de que no es real, no es cierto, no hablamos así

3= hay de todo, si hay gente que de repente hay gente que si habla, de veras, y se cae en un extremo. También hay de rico, rico, rico, y pobre, pobre, pobre. Porque el muy rico no se expresa así tan bien con un léxico floreado. Por eso les digo escucha lo que dice el rico y luego lo que dice el pobre y de ahí te vas a ir agarrando.

Grupo IV

(hombres 20-35 años, estrato bajo, permanencia de 2-10 años en USA)

Además, la función de enseñanza del idioma que cumple telenovela mexicana, como argumento resulta sugerente, porque trae un valor agregado en lo dicho por la informante, una discusión sobre el contenido ideológico de la trama narrativa. No se aprende "bien" el español sólo con ver la telenovela, hay que diferenciar "quién" es el que socialmente habla durante el relato. Es la clase alta (los ricos) quienes mejor expresan el idioma, mientras que la clase social desprotegida (los pobres), son los que peor hablan nuestra lengua. Lo que piensan las informantes en esta sesión grupal no está muy alejado de la realidad. Las telenovelas mexicanas han llegado a estilizar el uso del lenguaje en algunos personajes y han abusado (y exagerado) en el uso incorrecto de éste⁵.

2. La mirada escenográfica

Los escenarios aluden a escenografías grabadas en espacios exteriores como por ejemplo la vida urbana y el cosmopolitismo (calles, carros, gente caminado, multitudes, camiones colectivos, iglesias, oficinas) o la vida rural, exótica (ríos, lagos, mares, rancherías) o simplemente lugares concurridos por el turismo internacional. Estas últimas referencias son de las más significativas para los

⁵ Sobre todo cuando se desarrollan con personajes de la ciudad de México. Por ejemplo, personajes como Guicho Domínguez en la telenovela *El Premio Mayor*, o las actuaciones de actrices como Thalía en la trilogía de *Tres Marías*, o Verónica Castro en la telenovela *Rosa Salvaje*, donde escenifican a típicas capitalinas pobres que usan constantemente expresiones muy capitalinas "chale carnal", "hijo mano", "que onda". Como si los mexicanos siempre hablaran así.

informantes, tanto en los grupos de discusión como en las entrevistas. En los últimos años, la telenovela mexicana y en general las telenovelas latinoamericanas, pensando en el mercado internacional, han estado puliendo el género televisivo y han integrado en los guiones la referencia a escenarios naturales. Para el caso de los informantes de origen mexicano que han participado en esta investigación, esta referencia a lugares ha estado siempre presente en las telenovelas que han tenido oportunidad de ver.

Eso no sucede necesariamente con el grupo de las mujeres México-americanas (grupo I), que no hicieron comentarios respecto a eso. Para ellas ver un escenario natural no le significa nada respecto a lo que estamos comentando, sólo argumentaron que los escenarios como lugares bonitos, son una característica significativa de las novelas mexicanas que las diferencia de las *soap operas* americanas. Los escenarios pueden ser referencias territoriales específicos y llenos de significado como Garibaldi por ejemplo, una referencia bastante conocida para los mexicanos capitalinos en particular. Un *geosímbolo* o *símbolo de masa nacional* (Giménez, 1999a). Así lo menciona un integrante del grupo de trabajadores jóvenes (grupo IV).

3= Como Garibaldi, me acuerdo que mi papá tenía un tubo y una vez se lo llevó a Garibaldi y al otro día iba a jugar América-Guadalajara y luego se lo querían comprar ahí. Son cosas que dices, que cuando ves por decirlo que pasa Garibaldi, si, pues te acuerdas de allá. Sí, o sea, me acuerdo cuando estaba allá...

*Grupo IV
(hombres 20-35 años, estrato bajo, permanencia de 2-10 años en USA)*

Este argumento fue manifestado con apoyo del consenso grupal, por un trabajador que nació y vivió toda su vida en la capital del país. Garibaldi es una plaza popular ubicada en la zona centro del Distrito Federal, es un lugar turísticamente conocido por la afluencia de mariachis que se congregan todos los días ahí. En Los Angeles, hay también una plaza Garibaldi que intenta recuperar

en un sentido parecido, la presencia mexicana. Se ubica en el barrio del Este de Los Angeles (zona donde viven la mayoría de mexicanos). Hay conjuntos de mariachis que se reúnen en espera de clientes.

Para los grupos de origen mexicano, los escenarios pueden aludir a la nación imaginada, pero estos espacios no siempre incluyen a los actores de la telenovela, es decir, los actores no necesariamente suelen ser referentes de adscripción con lo mexicano. Esto lo manifiestan muy bien el grupo de trabajadores inmigrantes que nacieron en la capital del país.

1= A mí en lo personal, el verla, bueno cuando es en la ciudad de México quizás, recordar a mi país, las calles!, y hay veces hay algo que refleja la gente que va, no los actores! Porque en realidad pura ... pero lo que hay el fondo, verdad, porque cuando uno ve que los peseros, que son bien atrabancados, o sea, todas esas cosas te hacen recordar México

2= Ahorita por ejemplo la ciudad de México, algo que allá esto, se acuerda uno

1= O que una vez estuve ahí! se acuerda uno, pero no tanto por lo que reflejen los actores, sino por lo que ve

Grupo IV

(hombres 20-35 años, estrato bajo, permanencia de 2-10 años en USA)

Hay también diferencias de los escenarios producidos en la capital del país y de los escenarios producidos en las provincias de origen. En las entrevistas cualitativas con las familias (como diremos en el siguiente capítulo), cuando se referían a escenarios, las personas que no nacieron en la capital y que no vivieron ahí tampoco, manifestaban que los escenarios que pasan en las telenovelas mexicanas, sí les hace recordar México, pero desde una mirada centralista del Distrito Federal. De cualquier manera, aun cuando sea una visión capitalina, dijeron que las escenografías diseñadas por los propios equipos de producción donde se narra la manera de vivir de las familias mexicanas (Por ejemplo la forma como se adornan las casas, los muebles, los colores de las paredes, los objetos de decoración), son también elementos significativos que estimulan el sentimiento de orgullo por el lugar de origen.

Pero esos "escenario bonitos" aunque hagan recordar, muevan la añoranza y refuercen el sentido de adscripción, eso no significa que los receptores sean inocentes en el aspecto de la credibilidad con lo que ven. Es conocido que las telenovelas mexicanas, por lo menos el formato clásico, siempre presenta en términos de clase social, dos estructuras radicales, por un lado una vida de carencia y pobreza, por otro un estilo de vida de la clase media y alta, aparecen siempre grandes mansiones donde se desborda el lujo y la comodidad. Los receptores son atentos a eso, muchas veces hasta se sienten agredidos por la falta de credibilidad en la forma de presentar esos estilos de vida, las grandes mansiones con servidumbre uniformada. Al respecto, un comentario del grupo II de mujeres.

3= Esas mansiones que yo he visto, las vi, y se me hace curioso porque fueron las mismas cuando fui a Acapulco. Entonces por eso es que cada que miro una telenovela, me imagino. Bueno, tiene que ser gente que vive en esas mansiones, porque no sé, los medios en los que yo viví, cuando yo viví, y estuve en la secundaria en ese tiempo...

Grupo II

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 15-30 años en USA)

3. Sin diversidad étnica: los actores

Esa falta de credibilidad en algunos escenarios puede ser similar con el perfil étnico de los actores. La mayoría de los personajes de telenovela tienen características que no necesariamente reflejan la diversidad cultural de los mexicanos. Mujeres y hombres de piel blanca y ojos azules son siempre los protagonistas centrales, personajes de piel morena son los que escenifican papeles secundarios.

2= *Y yo creo que ahorita de por sí, digamos de cuestiones de la televisión, telenovelas, películas y todo, yo creo que ahorita se basan únicamente digamos como a cuerpos, caras, personas que van a llamar siempre la atención en la televisión, pero no agarran ... como gente morena, casi no vemos gente morena en la televisión, es pura gente güera alta y bien parecida.*

Grupo IV

(hombres 20-35 años, estrato bajo, permanencia de 2-10 años en USA)

Y eso no es cuestión de las telenovelas mexicanas, sino de las telenovelas latinas y en general de las políticas de producción de la televisión. No hay referencias a figuras que representen la diversidad étnica y cultural de una nación. Muchas novelas brasileñas, insistieron en presentar a personajes mulatos sólo protagonizando papales subordinados y de servicio a blancos, por ejemplo trabajadores domésticos o de algún servicio. Lo cierto es que las telenovelas mexicanas presentan una determinada tipología física de los personajes, que no necesariamente reflejan la diversidad étnica y pluralidad cultural que existe en México, por ejemplo personajes como Thalía, la actriz mexicana protagonista de varias telenovelas entre ellas *María la del Barrio*. Al respecto un jornalero dijo que como mujer mexicana, *María la del Barrio*, es una ofensa para México, que no refleja para nada la diversidad de mujeres de la nación y menos aún su lenguaje bastante simple.

3= *...Lo característico de la mujer, el estereotipo de la mujer no esa de Chale carnal!. La mujer mexicana no te maneja esa situación así, y menos por muy vulgar que sea, no te maneja eso... La mujer mexicana al igual que las mujeres de otro país tienen diferentes raíces. Tenemos mujeres indígenas, mujeres de alta escuela, otras.. que no necesariamente tuvieron que ser Mariás las del barrio para llegar a ser lo que son, no!*

Grupo VII

(hombres 30-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

Esa falta de diversidad étnica, la mayoría de las veces se ve compensada por una lógica de transformación simbólica, vivenciada sobre todo por los personajes femeninos. Durante la trama narrativa, los personajes, sobre todo mujeres, sufren transformaciones de varios tipos. Transformación de valores

(que va de la bondad a la maldad, de la ignorancia a la sabiduría, de la indecencia a la decencia, de la injusticia a la justicia). Esto nos puede remitir a un ideal de nación donde los buenos son compensados y los malos son castigados, la honestidad, la decencia y la justicia, son vistas como las mismas cualidades que la nación desea. Una transformación de clase (de la riqueza a la pobreza); una transformación estética (de la fealdad a la belleza). Sobre todo la transformación de valores nos remite a un ideal de nación, donde los buenos son compensados y los malos son castigados.

Esta última ha sido un recurso mercadológico bastante útil que les ha resultado muy bien a las empresas productoras. Por ser la transformación económica y valorativa, lugares comunes bastante reconocidos por el público, se está recurriendo a la transformación estética de los personajes, sobre todo del lado de los buenos. El éxito tan rotundo que ha tenido la telenovela Colombiana *Betty la fea* nos habla perfectamente de la función que tiene este tipo de transformaciones. La versión mexicana de esta historia fue *El amor no es como lo pintan*, producción de televisión Azteca transmitida durante el año 2000 en horario vespertino. Llegó al público hispano en Estados Unidos dos años después. Bety fue una mujer que era fea, pero inteligente, con el tiempo logró ser bonita. Su transformación estética contribuyó a fortalecer su capacidad creativa y a conquistar el amor. Como todo melodrama termina en el cuento clásico de boda y final feliz. *Bety la fea* ha sido una telenovela con bastante éxito en el mundo entero. En Estados Unidos, esta telenovela logró que Telemundo, la segunda red hispana, alcanzara altos puntos de *ratings* y conquistara nuevos públicos.

El caso de la telenovela *Amigas y Rivales*, que fue la que refirieron nuestros entrevistados, como toda telenovela, recurrió a varias transformaciones, pero hay dos que fueron medulares. La del personaje principal Nayeli, protagonizado por Angélica Vale, que de ser una simple empleada doméstica, logró ir a la universidad y llegó a ser una cantante exitosa. Una transformación que como

todas, careció de credibilidad. Sobre este personaje, conversaremos más adelante también. De acuerdo a nuestros entrevistados.

1 = Como decirlo, como la chava esa que se va a ser artista, cómo es que puede. Para empezar una persona que no se sabe expresar verdad (afirmativo). Y tiene un tono, como lo tenemos los del DF, así como que dicen que cantadido verdad? Porque yo soy así, así hablamos. Entonces que ya va a ser artista, o sea una persona que te la ponen que no tiene pues cultura, o no se sabe expresar bien, y de repente ya la van a mandar a la producción. Un salto muy grande y a la vez refleja que piensan que el mexicano o la mexicana es así verdad?, es un salto muy grande pero no tiene nada adentro, o sea no refleja nada de México, algo que es cultura, que te expreses bien, ahí es un concepto malo. Y es algo imposible no se, como él dice, es una fantasía, verdad, cómo una persona que está muy bajo, ya va a ser artista, y sin una preparación.

Grupo IV

(hombres 20-35 años, estrato bajo, permanencia de 2-10 años en USA)

Por otro lado, la transformación estética del personaje Ulises que protagonizó el actor Sergio Soto en la telenovela *Amigas y Rivales*, él era un joven universitario, estudiante de la carrera de informática, clase mediero, él tenía características físicas poco atractivas para las chicas de su edad. Era feo porque tenía granos en al cara, una barriga abultada, además tenía otro defecto de personalidad, era bastante torpe en todas sus acciones y tenía falta de coordinación en los pies, frecuentemente se caía. Su personalidad era motivo de burla de sus compañeros en la universidad. Sin embargo, por motivos del destino, se casó con Ofelia, una joven rica, compañera de la universidad, ella padecía el SIDA. El casamiento con Ofelia lo transformó. Ella recibió una herencia millonaria y le pagó cirugías en el cuerpo y la cara. De la noche a la mañana "el feo" se transformó en un atractivo joven que volvía loca a las jovencitas. Esta parte de la telenovela mereció gran atención de la audiencia, basta ver el *ratings* antes y después de su transformación⁶. Este tópico fue mencionado particularmente en los primeros cuatro grupos de discusión. Los

⁶ Una detallada revisión del *rating* y comentarios sobre el personaje y su transformación puede ser encontrada en los grupos de discusión vía internet de la telenovela. Aparecen en la sección de telenovelas de novelas de la página <http://www.univision.com>

tres grupos de jornaleros adultos no comentaron al respecto. Los feos no aparecen en la telenovela, y si aparecen son transformados. Este tipo de personajes son excluidos de una sociedad como la mexicana o latinoamericana, sus "defectos estéticos" según nuestros entrevistados, no son bien aceptados en las narrativas audiovisuales.

3= Por eso es ahí donde yo veo el problema, de por ejemplo. Al chavo eso que ya le hicieron la cirugía, va a quedar así un tipazo, porque no se queda feo. Por qué el guionista no lo deja feo, y que realmente la persona, si lo va a aceptar una muchacha que realmente lo quiera así como fue, y que sean felices, y es el mismo problema ya llegando a nivel personal, muchas veces si nosotros nos analizamos, tenemos ese problema. Porque somos así, pero queremos ser diferentes no?, queremos ser no como el aquel el actor tal..

Grupo IV

(hombres 20-35 años, estrato bajo, permanencia de 2-10 años en USA)

La telenovela no narra la diversidad étnica de México, ni la complejidad cultural y dinamismo de la sociedad mexicana globalizada. La telenovela sólo es un esquema modernista cerrado en sí mismo, un *tidy nacional* (Estill, 1998). Los personajes fluctúan de europeos a norteamericanos, pero nunca mexicanos. El grupo de las chicanas expresa el punto de vista en ese sentido.

4= Yo nada más, yo no veo casi la novela, pero me parece que los personajes este, está representando México la novela, pero los personajes se ven muy americanos. Entonces esa es la cosa.

Grupo I

(mujeres 18-20 años, estrato medio, total permanencia en USA)

Otras vías y conexiones al *Mex Imag*

1. La telenovela como género televisivo

Uno de los códigos más discutidos en todos los grupos de discusión, fue el relacionado con la telenovela como género televisivo. Para ubicarnos en los datos empíricos referidos, recuperemos los resultados de códigos de los grupos de acuerdo a nuestro análisis con *Atlas-ti*. El cuadro siguiente lo ilustra.

Cuadro Num. 2

Códigos por categoría en los grupos: telenovela como género televisivo

Grupo	Código: TVN Género Televisivo
I Chicanas jóvenes	2
II Mujeres adultas	12
III Mujeres adultas	4
IV Trabajadores jóvenes	10
V Trabajadores adultos	7
VI Trabajadores adultos	6
VII Trabajadores adultos	6
Total de códigos en grupos	47

Entendemos al género televisivo como una estrategia de comunicación. En consenso grupal en seis grupos (todos, a excepción del grupo de las chicanas que fue quien menos argumentó sobre el tema) se habló de que el modelo tradicional de telenovela, el de las jovencitas pobres que se transforman en ricas, ya no convence, ese tipo de telenovela es irreal. Se repiten las mismas historias.

1= *Pero es que han pasado años y años, y ya tenemos como diez años repitiendo la misma historia, y lo mismo, la telenovela que hace cincuenta años era con Verónica Castro, la vuelven a repetir, y lo mismo, la gente lo sigue viendo, pero se repite, en cuanto la prendes la vez cinco minutos y ya sabes que es lo que va a pasar y saber en que va a terminar*

4= *Mira esa de Corazón Salvaje la han hecho tantas veces, la del Derecho de Nacer.*

Grupo III

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 5-10 años en USA)

Si bien las mujeres (grupo II y III) son claras en criticar el modelo tradicional de la telenovela, los grupos de los jornaleros tienden a ser hasta radicales en sus sentimientos respecto al género de telenovela mexicana, para ellos, este modelo es una burla, una ofensa. A decir de ellos, las novelas mexicanas como formato televisivo, cuentan siempre las mismas historias, perturba las mentes de las mujeres y su creatividad, no dejan nada de aprendizaje. Un comentario de un trabajador del grupo V.

2= *Las novelas desde que yo me acuerdo, y desde que existen, es el mismo trama, es la misma babosada de siempre, pues. Y este, no cambia, no ha cambiado. Es lo mismo con diferente artista.*

Grupo V

(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

Las telenovelas mexicanas, a decir del discurso grupal de la sesión de trabajadores también, son proyecciones e identificaciones de la audiencia con los actores, son historias basadas en sueños, la gente quiere vivir de eso, por eso gustan tanto. El aprendizaje y la referencia al mundo real que se maneja en las telenovelas, es mínimo comparado con la historia onírica. El formato telenovela tiene siempre la misma trama, el modelo tradicional de una joven pobre que quiere ser rica. Así fue expresado en sesión de trabajadores del grupo VII.

4= *El concepto de sueño, porque todas se basan... es difícil que se base a la realidad de aquella persona que está en lo mas bajo, resulta que va a escalar y luego es la persona más rica, la que tiene todo el poder. El mexicano siempre vive con sueños, que va a ser rico y un día se va a sacar la lotería, va a cambiar la vida. En eso también nos han encasillado.*

Grupo VII

(hombres 30-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

Sin embargo, esa misma lógica de repetibilidad en el formato y contenido también es susceptible de modificación, de hecho, ya está modificándose. En los últimos años, las telenovelas mexicanas están abriéndose a nuevas temáticas. Esos argumentos también fueron discutidos entre nuestros informantes. De acuerdo a lo dicho por ellos, el caso de la telenovela *Amigas y Rivales*, es una muestra del nuevo rol que está jugando este género televisivo. Temáticas como la droga, los problemas juveniles, el narcotráfico, el SIDA, el aborto, son asunto que poco a poco están modificando la estructura de la telenovela mexicana. Esas temáticas son actuales, dijo el grupo II (mujeres adultas), no pasaban cuando ellas estaban viviendo en México y eran adolescentes. Por ejemplo el problema de la droga y el aborto que plantea la novela *Amigas y Rivales*.

4= Antes no ponían novelas como de drogas, de sexo

1= Fuertes

4= bien fuertes

1= Ahora, sí es cierto, se están tocando muchos de estos temas

2= Y está bien

1= Porque es la realidad, o sea está cambiando ya de las novelitas rosas de Thalía a lo que es la novela

4= Y es mejor porque los niños miran, como mi hijo, mi sobrino, miran y dicen, no!, esto está mal!, comentan como de las drogas y eso.

Grupo II

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 15-30 años en USA)

Y eso, el público lo sabe y lo acepta, de hecho, son estas temáticas las que resultan más atractivas. Para el caso de las mujeres, esta novela llega a ser educativa en los elementos de realidad que maneja. Aunque es cierto que esta telenovela trajo temas nuevos y que puede ser educativa, también es cierto que abordó otros con exceso de ficción, por ejemplo el caso de Nayeli que de un día para otro se convirtió en cantante. Durante diversos momentos de la discusión grupal, los informantes en los grupos manifestaron la posibilidad de que las empresas televisivas y los equipos de producción, deben seguir abriéndose a nuevos formatos, de ir mejorando el propio género televisivo de la novela. Si bien es cierto que ha habido cambios, todavía son necesarios más. Por ejemplo, en dos de los grupos fue citado el caso de la serie *Lo que llamamos las mujeres*, transmitida por Azteca América en Los Angeles, serie televisiva más apegada a la realidad, trae más enseñanza que la novela tradicional mexicana.

4= ... las de Azteca, como que está más apegada a la vida cotidiana, si es cierto las novelas de Televisa hablan mucho de la niña pobre, que se hizo rica o de la cenicienta que se casó con su príncipe y que ya la saca de limpiar casa o de ser la sirvienta no, y lo que están hablando de televisión Azteca, si es cierto, están más apegados a la realidad, por ejemplo las series que dicen las compañeras, 'Lo que callamos las Mujeres', porque es algo que verdaderamente son muchas cosas que como mujer uno calla y yo siento que estamos aprendiendo de ahí y no tanto de las novelas, aunque las novelas nos reflejan mucho nuestra añoranza, no, de estar en México o estar enterados de qué es lo que está pasando, porque las novelas de antaño a las de ahora hay una diferencia muy grande.

Grupo II

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 15-30 años en USA)

La guerra de las televisoras que fue evidenciada en la década de los noventa en México (Covarrubias y Uribe, 2001), también está siendo observable en los públicos mexicanos que viven en el otro lado de la frontera. La competencia que ha venido a representar televisión Azteca para Televisa empieza a ser evidente, sobre todo en el mercado de las telenovelas. Sin embargo, es importante mencionar que esta competencia recién comienza y no se puede comparar a la fuerza y liderazgo (en *rating* y trayectoria) que tiene Univisión en su programación hispana y en particular en sus telenovelas (como lo hemos comentado durante el capítulo segundo). En Estados Unidos, las telenovelas producidas por televisión Azteca comenzaron a proyectarse en 1999, dos años después de haberse transmitido en México, al principio a través de canales filiales de Telemundo, después con su propia retransmisora, Azteca América. La red hispana Univisión sólo ha tenido la política de transmitir novelas producidas por la empresa Televisa. Como lo dijimos en el capítulo anterior, es más barato retransmitir telenovelas que producirlas.

En México, con la emergencia de las telenovelas de la empresa Argos Televisión en los últimos años, que fuera una productora afiliada a TV-Azteca y ahora opera como productora independiente, se han presentado nuevas opciones en la oferta de telenovelas. Un caso ejemplar lo fue la telenovela *Mirada de Mujer*, que causó mucha polémica durante su transmisión en México en 1997, y en

varios lugares del mundo donde se está presentando. *Mirada de Mujer* fue una novela que por su forma y contenido contribuyó a la emergencia de una nueva cultura televisiva en México. (Covarrubias y Uribe, 2002) Por los *ratings* alcanzados llevó a la entonces líder en telenovelas mexicanas, el conglomerado Televisa, a modificar los contenidos de la telenovela que transmitía en ese entonces, inclusive de novelas posteriores. Esta telenovela, como la que le precedió, *Nada Personal*, fueron telenovelas con estructuras narrativas y estilos de producción muy semejantes, cargadas de realismo sin abandonar el melodrama que distingue al género, se cuidó todo el profesionalismo del formato televisivo. De esto también se han dado cuenta los públicos mexicanos en Estados Unidos que han podido ver estas novelas.

6= Y aquella que pasó con Angélica Aragón, Mirada de Mujer, esa sí se asemeja a la realidad, porque ahí sí le están diciendo cuáles son los riesgos por tener una relación con una desconocida, el problema es que, digamos, con una persona con problemas hereditarios. Otra es los riesgos que está uno corriendo, verdad... La telenovela Nada Personal, es una de las telenovelas que vinieron a revolucionar la televisión. Antes eran puros melodramas de... o sea que lo mismo y lo mismo. Y esto vino a revolucionar porque la competencia estaba dura con Televisa y Televisión Azteca y ya se vinieron a ser producto de mejor calidad.

Grupo VI

(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

Mirada de Mujer también llegó al público hispano en Estados Unidos, pero no tuvo el éxito en México, sobre todo por los horarios en los que fue vista, durante sus dos tiempos de transmisión consiguió llamar la atención de los públicos y marcar una diferencia en el tipo de telenovelas diferentes que se estaban haciendo en México. De los aciertos más atractivos en esta historia fue la conexión que había de lo narrado con la vida real y la excelente calidad en la producción. Curiosamente, en nuestros grupos de discusión y en nuestras entrevistas, pudo observarse el interés por esta telenovela, así como el acuerdo que esta historia revolucionó la televisión mexicana. Veamos los argumentos de

informantes del grupo III. Aunque estas mujeres son seguidoras fieles a las novelas mexicanas de Univisión (filial de Televisa), no negaron su gusto por *Mirada de Mujer*.

3= *Creo que sí, estuvo preciosísima. Con decirle que la cambiaron de horario. Estaba en el canal 52, creo. La cambiaron de horario y mi esposo la grababa para que la viéramos los fines de semana. Estaba lindísima. Si se trataba de una mujer. Es Angélica Aragón, con el otro...*

4= *¿Cuándo pasó esa novela?*

3= *Pasó hace como tres años, estuvo bien bonita (con énfasis). Y creo que esa fue una que revolucionó las novelas en México. Fue de TV-Azteca. Estaba fantástica, muy bonita. . Y creo que esa fue una que revolucionó las novelas en México. Fue de TV- Azteca. Estaba fantástica, muy bonita. Y termina ella enamorándose de alguien mucho más joven que ella. No recuerdo el nombre del muchacho, pero es todo peludido. Estuvo muy bonito..*

Grupo II

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 15-30 años en USA)

De la relación que puede tener la telenovela *Mirada de Mujer* con el México imaginado, no se habló mucho. Sólo se destacó la información que alude a la guerra de las televisoras Televisa-Azteca, que a decir de los informantes, es muy similar la competencia de audiencia que existe entre Univisión y Telemundo. Estos indicadores comparativos contruidos por los sujetos, reflejan la forma como la audiencia asume a la red hispana Univisión, como una extensión de Televisa, y a su contrincante Telemundo como extensión de Televisión Azteca. Para el caso de Univisión sí es cierto, pero para el caso de Telemundo, no funciona así, pues como ya hemos comentado en el capítulo anterior, Telemundo no tiene exclusividad con una sola empresa televisiva en Latinoamérica, sino con varias. Por otro lado, al referir a la novela *Nada Personal*, en consenso grupal se hizo alusión a los referentes de la historia contemporánea mexicana. Esta novela, trató de mostrar en un juego de ficción y realidad, trozos de la vida política mexicana. Esta telenovela, fue una muestra clara de cómo un equipo de producción imagina México a través de la política.

3= *La telenovela Nada Personal, es una de las telenovelas que vinieron a revolucionar la televisión. Antes eran puros melodramas de... o sea que lo mismo y lo mismo. Y esto vino a revolucionar porque la competencia estaba dura con Televisa y Televisión Azteca y ya se vinieron a ser producto de mejor calidad.*

*Grupo VI
(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)*

Es bastante significativo lo que dijo el grupo de las chicanas sobre el asunto de la telenovela como género televisivo. Debido a que toda su vida han radicado en Estados Unidos, han podido ver televisión americana y hasta telenovelas americanas alguna vez por curiosidad, pero nunca han seguido con detalle la trama. Por lo tanto, cuando se tocó el asunto del género televisivo, por consecuencia fue aludido un criterio de comparación. Para ellas, el género televisivo mexicano es diferente del género de las *soap operas* americanas, de acuerdo a sus argumentos, las telenovelas mexicanas plegadas de romanticismo, son más abiertas a los exteriores, además los personajes tienen más soltura en la actuación. Eso no sucede con los teledramas americanos que no les convence. Además, recordemos que estas jovencitas tienen la herencia materna de ver telenovelas mexicanas, sus madres quienes deciden muchas veces lo que se ven en casa en el televisor de la sala, no ven y ni les interesa ver novelas americanas.

1= *La diferencia sí, en novelas es diferente. Las de inglés se miran muy falsas, no saben actuar bien, no la hacen ni los personajes. Se mira muy encerrado. En cambio las mexicanas se mira lo abierto, si es en la calle, la calle, es más real*

5= *Las propias historias, y de los programas. No tienen un punto que no les entiendo, pasan cosas que no.*

*Grupo I
(mujeres 18-20 años, estrato medio, total permanencia en USA)*

Cómo género televisivo vendido en el mercado globalizado, la telenovela mexicana es de las mejores hechas y con éxito internacional. Comparadas con otras telenovelas latinas, "la mexicana es la mejor", se comentó en una sesión

grupales. Además del orgullo sentido por verla fuera de casa, es un orgullo que puede ser ampliado y extendido. La audiencia se imagina que otras personas más, en otros lugares del mundo, están siendo enterados de lo que es México vía la narrativa melodramática. Recordemos que las novelas mexicanas son vendidas a más de cien países. El éxito en el mercado nacional es la principal garantía para venderse en el extranjero.

5= Fíjate algo de lo que comentaba ella que la telenovela mexicana vende cultura, porque sí es cierto, muchos compañeros que yo tengo, me dicen, oye cómo es México, y sí es cierto. Cómo hasta uno mismo vez una novela colombiana, y dices, ah, a ver si pasan un cachito del centro de Cali, o Bogotá, para conocer un poquito de ese país. Igual pasa con la mexicana, no porque sea nuestro país, pero son de las mejores hechas, con mejor producción, con mejor calidad y tiene éxito internacional, al igual las vemos nosotros aquí y están en China, en Rusia, en muchas partes y es algo super importante que la telenovela da, lo que es cultura para los demás que no son mexicanos.

Grupo IV

(hombres 20-35 años, estrato bajo, permanencia de 2-10 años en USA)

El género televisivo de las mexicanas hechas directamente desde México, es diferente de las producciones que se están haciendo actualmente en Miami, donde participan actores mexicanos. El sentido de adscripción es vivenciado sólo con los productos realizados en México ya sea por Televisa o Azteca. Curiosamente, las telenovelas hispanas hechas desde la capital del entretenimiento en norteamérica, productos con una narrativa y formato más globalizado (porque participan actores de diversos lugares latinos), no logran captar el gusto de las audiencias mexicanas. De acuerdo a nuestros datos de grupo, no hay motivación por mirarlas. Es preferible mirar lo que se está acostumbrado a ver. De hecho los horarios de transmisión de estas telenovelas en la oferta hispana son de media noche. Eso significa que no son consideradas todavía como productos rentables.

2= Yo sí encuentro diferencias, como esas novelas que hacen en Miami, la esa con actores de...

3= Esas también son diferentes, agarran de México, de Venezuela. Novelas internacionales

2= Ahí también se mira, verdad, no han pegado

3= Y las han hecho en Miami. Creo que por ahí ha habido una que otra buena, y no han pegado como han pegado las de México

2= Como las de México

3= Como ahorita están pegando la de Colombia.

Grupo II

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 15-30 años en USA)

2. Oferta y demanda televisiva (¿adaptación cultural?)

Los hombres tienden a mostrar un sentimiento de inconformidad e insatisfacción con la oferta de televisión hispana y con las telenovelas. Estos juicios fueron manifestados por los grupos de jornaleros (V, VI y VII) los que se mostraron más inconformes y por lo mismo más críticos con la oferta de televisión hispana y en consecuencia con la telenovela. De acuerdo a los resultados codificados con nuestro *software* de análisis, sobre oferta de televisión y demandas (Cuadro núm. 3), los grupos de trabajadores masculinos fueron muy insistentes.

Cuadro Num. 3

Códigos por categoría en los grupos:

Oferta y demanda de la televisión hispana

Grupo	Código: TV Hispana Oferta	Código TV Demandas
I Chicanas jóvenes	0	0
II Mujeres adultas	4	0
III Mujeres adultas	6	0
IV Trabajadores jóvenes	2	2
V Trabajadores adultos	16	3
VI Trabajadores adultos	4	5
VII Trabajadores adultos	8	6
Total de códigos en grupos	40	16

Se dijo en consenso grupal que la televisión producida y transmitida en español a la comunidad hispana en Estados Unidos tiene un carácter meramente

comercial, de eso se nutre y vive lo que se ofrece a la audiencia. Dijeron que la estructura de programación televisiva funciona como un mecanismo de control social y no como un medio de comunicación. Los trabajadores sienten que la oferta televisiva que existe no es suficiente ni como forma de distracción, ni como forma de aprendizaje. Es muy limitado lo que se ofrece en televisión abierta para ellos, por eso mismo demandan un tipo de televisión hispana que contenga programas que los apoye en su búsqueda de mejores oportunidades laborales.

5= ... sería bueno se hablara de un oficio, de un trabajo, que se comentaran todas las vacantes del trabajo que hay, cómo llenar aplicación, cómo buscar trabajo. Los beneficios, me gustaría que hubiera un espacio para eso.

*Grupo VI
(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)*

Están conscientes que el formato de televisión abierta a la que tienen acceso es meramente comercial, por lo tanto es difícil cambiar los intereses y la estructura de la programación. Muy a pesar de eso, piensan que se puede incluir en los contenidos de la oferta lo siguiente:

5= Así como dicen ellos en la cuestión de los trabajos que deben anunciar ahí, pero cuando hacen una pauta, en los comerciales, porque en los programas que ellos están haciendo no lo pueden hacer de los trabajos. Si no cuando hacen una pausa deben decir quién están interesados en los trabajos, deben dar los teléfonos, direcciones. Información dónde puede uno conseguir los trabajos. Eso sí me gustaría a mí, porque en el programa de televisión no se puede hacer eso.

*Grupo VI
(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)*

Quedó señalado pues que la oferta de televisión que se transmite en español en las redes Univisión, Galavisión, Telemundo, Telefutura y recientemente Azteca América que llegan a Los Angeles, tiene un perfil sólo comercial. De acuerdo con ellos, ese tipo de oferta es la que existe porque el público no está acostumbrado a ver otro tipo de programación, no se ha educado

culturalmente a la audiencia para exigir programas diferentes. Por este motivo, ellos demandan un tipo de programación diferente a la transmitida que sea dirigida a sus propias necesidades, que les ayude en el proceso de transición de un país a otro.

4= ... porque yo he visto que aquí se manejan mucho los programas de lotería, que las novelas, pero le digo, programas buenos, programas de enseñanza, culturales, programas que te ayuden a pensar que estas en un lugar diferente, en un país diferente, con costumbres diferentes y que tienes que adaptarte a este país, ¿eso no!

Grupo VII

(hombres 30-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

Al criticar y molestarse con el tipo de televisión pública que ve la comunidad de habla hispana en Estados Unidos, nuestros informantes dijeron que la televisión debería ayudar a la comunidad hispana, a la familia, a niños, a los adultos, en el proceso de adaptación de los inmigrantes. La televisión debería elevar el "nivel cultural" de las personas que la ven. La televisión hispana sólo se preocupa por transmitir "chismes", no le ayuda a los trabajadores en su proceso de adaptación en una nueva cultura. Este punto es muy importante, pues en varias ocasiones los trabajadores, por la situación desigual que están viviendo como inmigrantes indocumentados en Estados Unidos, manifestaron su sentimiento porque no tienen atención en el país que tanto le dan con su mano de obra calificada, aun cuando no tengan documentos legales. Dijeron que mínimo debería apoyar su proceso de adaptación y también su búsqueda de trabajo. Y creen que la televisión hispana, por su capacidad y responsabilidad de llegar a grandes masas y a sujetos inmigrantes, podría contribuir con esta mayúscula función.

2= *Vienes a un lugar donde no hablas el idioma, donde traes una serie de problemas, y en lugar de ayudarte ellos a encaminarte, dedicar una hora, no sé, a un programa de inglés, a enseñarte la historia de este país, por qué tantas cosas que suceden, ellos se enfocan a decirte que en México hay bigamias, que en México o por la comunidad latina, este, este...*

Grupo V

(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

En términos de calidad en la producción así como en los contenidos, se descalificaron los noticieros y los programas de auditorio. De los noticieros se comentó que son bastante tendenciosos, amarillistas, carecen de credibilidad y seriedad, no traen información suficiente para orientar a la comunidad, para ayudar a los espectadores a conocer la realidad de su país de origen ni del país residente. Los programas de auditorio hispano estilo *Laura en América, Cristina*, y los programas mexicanos que dirige Carmen Salinas, son en realidad representaciones falsas y vulgares donde los participantes reciben dinero por escenificar sus historias, todo esto es sólo una degradación y casi una humillación a la cultura hispana, "la realidad ya es dura, no es necesario que la pasen por televisión", decía por ahí un informante en el grupo. Se habló también del negocio que representa este tipo de programas, pues le pagan a los asistentes y muchas veces cuentan historias sin sentido.

Las mujeres no expresaron sentimientos que hablaran acerca de un tipo de televisión que ayuda o debiera ayudar en la adaptación de los inmigrantes. La recurrencia que tuvieron particularmente los tres grupos de trabajadores adultos a esta temática puede ser comprensible si pensamos en su propia situación laboral. El no tener un empleo fijo y tener que estar viviendo en un país sin documentos legales los coloca en una situación bastante vulnerable. Por ello cuando se les invita a participar en una sesión grupal y se les pide hablar sobre la relación que puede tener la televisión y telenovelas con su país de origen, más que hablar del melodrama en sí mismo, a ellos lo que más les motiva al diálogo,

es hablar de su propia experiencia inmediata, de las dificultades económicas y de adaptación que están viviendo en un país que no es el suyo.

Si comparamos la televisión hispana y su oferta de programación contemporánea, vemos que dista muchísimo de ser lo que ha sido la producción cinematográfica chicana. Aunque tal vez la comparación puede ser muy desigual, lo destacable del caso es que el cine chicano sí ha logrado producir material para que los chicanos reordenen e inventen nuevos sentidos de vida a su estancia en la unión americana. La televisión, aun cuando esté dando espacios informativos, no ha logrado atender las demandas directas y no ha logrado resolver problemas inmediatos de los inmigrantes.

Mientras que los grupos de jornaleros (V, VI y VII) calificados con regular permanencia en Estados Unidos, dedicaron gran parte de las sesiones a cuestionar los contenidos de la programación televisiva hispana, el grupo de los trabajadores jóvenes (grupo IV) que calificamos con corta permanencia en Estados Unidos, dirigieron el consenso grupal en debatir la cuestión de la clase social. El asunto de la oferta de televisión hispana fue diferente para el grupo de las mujeres, ellas no se dedicaron a criticar y a demandar otro tipo de programación, más bien optaron por referir acerca de las nuevas políticas de televisión Azteca en México, de acuerdo a sus sentimientos, ellas esta televisora a diferencia de Televisa, transmite con calidad los noticieros.

3. Telenovela y la migración (un cruce ilegal por la pantalla)

La migración mexicana a Estados Unidos fue un tema que inevitablemente se puso a discusión en las siete sesiones grupales, sobre todo la forma como la telenovela *Amigas y Rivaldes* abordó este tópico. Aunque en apariencia no fueron muy numerosos los resultados cuantitativos de los códigos como lo muestra el cuadro número 4, lo dicho ha sido de gran relevancia para los objetivos de esta investigación, particularmente si tomamos en cuenta que la inmigración es un elemento de referencia al México imaginado.

Cuadro Num. 4

Códigos por categoría en los grupos: Migración y telenovela

Grupo	Código:	
	TVN Migración	Código Migración mexicana
I Chicanas jóvenes	2	0
II Mujeres adultas	3	3
III Mujeres adultas	4	0
IV Trabajadores jóvenes	1	2
V Trabajadores adultos	0	0
VI Trabajadores adultos	1	5
VII Trabajadores adultos	2	0
Total de códigos en grupos	13	10

A unos meses de haber aparecido en la programación televisiva de Univisión, la novela comenzó a presentar a su personaje Nayeli (protagonizado por Angélica Vale) como una joven que quiere irse a Estados Unidos a buscar mejor oportunidad, pues en su país no lo puede alcanzar. A través de una amiga, logra establecer contactos y armar un proyecto de viaje, cruzando como lo hace muchos mexicanos, sin documentos legales y por las vías alternativas. Primero llega a la frontera de Tijuana. Ahí busca contactos con los llamados “coyotes” y se integra a un grupo de indocumentados que pretenden llegar al otro lado de la línea. Al parecer cruzan en un trailer.

Con base en la propia experiencia de los informantes, sobre todo para el caso de los grupos de hombres, esa parte de la narrativa de la telenovela estuvo ausente de credibilidad. Dijeron además, fue bastante fantasiosa, no abordó los riesgos que se presentan durante esta odisea. Cuando una persona cruza sin documentos a Estados Unidos, desafiando el desierto y las mismas leyes americanas, sabe perfectamente todos los peligros que implica esta acción, inclusive sabe que puede perder la vida. Efectivamente, cuando el personaje de Nayeli cruzó “al otro lado”, no se abordó en el relato audiovisual, la complejidad subyacente no sólo en la acción de cruzar sin documentos al país de las oportunidades, sino todo el proceso de socialización e incorporación paulatina a

la nueva vida. En nuestras sesiones, hubo bastante consenso grupal acerca de este tópico.

2 = ... Parece que la pasaron en un trailer, pasó el trailer y pasó pero no se ponen a ver también cuántos reportajes han salido de cuántas personas se han quedado muertas adentro de los trailers, en los trailers.

1 = Como el de los trenes en los cuarentas, que se murieron!, cuánta gente no, en un tiempo de frío, en un tiempo de calor, cualquier tiempo!!!

2 = Yo creo que a veces sí, depende de la suerte que pases, sin problemas o a veces no, pero de que vas a sufrir a la hora de venirte, sufres!!, aunque a veces tenemos la ventaja como está el tema de que tenemos familiares aquí, entonces que son a veces los que nos ayudan, a veces a pasarnos y tenemos una base a donde llegar, que si llegamos porque tenemos que llegar, tenemos la base pero no tenemos trabajo. Entonces, a conseguir trabajo, y después de conseguir trabajo, como tú dices (refiriéndose al No. 1) a juntar el dinero pues para pagar lo que te habían prestado, y pues yo creo que esta muchacha no tenía personas aquí para donde llegar. En cambio ella llegó y parece que ya estaba trabajando, están pintando las cosas muy sencillas, muy fáciles

Grupo IV

(hombres 20-35 años, estrato bajo, permanencia de 2-10 años en USA)

El grupo IV, formado por trabajadores de limpieza, cuando vieron este tipo de escenas en la pantalla chica, dijeron que inevitablemente las escenas revivieron su propia experiencia de cruce por un lado, pero por otro llegaron a sentirse agredidos, les molestó la forma tan simplista que la producción de la telenovela había abordado este asunto. Ellos saben perfectamente lo que significa desafiar la ley norteamericana, arriesgar la vida y afrontar los peligros. Por otro lado, la propia decisión de emigrar implica muchos gastos, más aún cuando se es originario de ciudades que no quedan cerca de la frontera como el Distrito Federal o Puebla lugares de donde son estos informantes. Es bien sabido que un cruce por "coyotes" a Estados Unidos no es nada económico⁷.

⁷ Aunque los costos han crecido en los últimos años. De acuerdo a datos de 1994, para un emigrante que sale de Guanajuato, Michoacán o Jalisco, los estados de más vieja tradición de migración hacia Estados Unidos y California en particular, el costo promedio es de 9 mil pesos. Por costo se entiende lo que debe pagar el emigrante desde que sale de su casa hasta recibir su primer pago salarial... se cuentan tres intentos por cruce en Tijuana, hasta que logran un empleo

Para el grupo de hijas de inmigrantes mexicanos, esta parte de la telenovela también fue carente de credibilidad. Pero lo destacable en sus argumentos es que ellas, cuando vieron en la pantalla chica escenas de Nayeli y el grupo de gente en el trailer atravesando la frontera, revivieron parte de los sentimientos que sus padres experimentaron cuando estuvieron en esta vulnerable situación. Por lo tanto estas escenas, aunque ellas no las vivieron, les implicaron por extensión de sus padres.

2= *A mí, ¿las novelas? De vez en cuando las veo, porque se tratan historias de familia, si le pasa a esa persona en la novela, a uno le recuerda aquello que pasó mis papás, cuando cruzaron la frontera*

1= *Lo más que me llama la atención y me gusta es la muchacha Nayeli, ella me recuerda mucho a mi mamá. Porque joven, vino bien joven, sola a Estados Unidos, buscando una mejor vida, y ahorita lo ha logrado. Sufrió con todo lo que está acá pero ahorita le está yendo bien*

Grupo I

(mujeres 18-20 años, estrato medio, total permanencia en USA)

Todas las jóvenes que integraron el grupo número 1, son hijas de inmigrantes de origen mexicano. Para llegar a Estados Unidos, sus padres tuvieron que arriesgar la vida en el desierto o bien utilizando estrategias fuera de la ley. Lamentaron asumir que particularmente sus madres, aún siendo mujeres tuvieran que haber pasado por este tipo de experiencias. Precisamente por lo que sus madres les han contado, lo que han aprendido desde que eran niñas y lo que han visto por la televisión, atravesar la frontera y enfrentarse a una nueva vida en Estados Unidos no es nada sencillo. Por ello les pareció demasiado exagerado la forma como se trató la experiencia de Nayeli en la telenovela *Amigas y Rivales*.

en Estados Unidos. Es decir, lograron el empleo después de dos intentos de expulsión por la migra. Aparecido en Bustamante (1997), tomado de *Excelsior*, 17 de enero de 1994

3= Yo creo que exageraron, porque cuando personas vienen para acá, es más difícil que pasen aquí así. Ella pasó muy rápido, y por lo que me ha contado mi mamá, dice que tienen que correr, dice que es muy difícil. Exageraron, la pasaron muy rápido.

5= Yo también, por lo que me ha dicho mi mamá que tienen que correr con gente que ni conocen que las pueden robar, ahí las roban, las matan, las violan, y este por unas montañas, por un cerco bien feo, bien feo. No es nada más pasar en una troca y ya. No, no te van a chequear así nomás, no es tan fácil, especialmente si estas cargando mercancía. Es más feo de lo que dijeron.

Grupo I

(mujeres 18-20 años, estrato medio, total permanencia en USA)

Así como no es fácil atravesar la frontera, tampoco lo es encontrar un trabajo de la noche a la mañana siendo inmigrante sin documentos. A la protagonista de la telenovela le resultaron las cosas demasiado fáciles. Rápidamente se acomodó en un empleo, se hizo de amigos, encontró el amor y la vida le floreció. Los que han tenido que batallarle años en Estados Unidos para conseguir siquiera un trabajo digno, saben que lo visto en la telenovela sólo son cuentos de hadas. Fue efectivamente un consenso grupal en todas las sesiones.

4= Me perdí la parte de la pasada Yo nada más vi cuando la sorprendieron y cuando ya estaba acá y cuando se facilitó un trabajo, y nosotros sabemos que no es cierto eso, de que tan fácilmente llegas y tienes un trabajito, no es verdad. Yo creo que no se dan las cosas tan fácil como alguien que viene y como en toda novela exageran un poquito, y más en las condiciones en las que viene ella que sin papeles y de la noche a la mañana está en una casa rica.

1= Un trabajo no se encuentra así de fácil.

5= Es como muy exagerado.

3= Lo vieron muy fácil.

Grupo III

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 5-10 años en USA)

La telenovela trató el asunto del cruce a Estados Unidos del personaje Nayeli de forma idílica, sin tomar en cuenta toda la complejidad que implica el fenómeno de la migración. Particularmente los entrevistados que han vivido en carne propia la experiencia de la migración y que han tenido que luchar para

encontrar una mejor vida en Estados Unidos, lo saben muy bien. Estos mismos puntos de vista fueron compartidos en las entrevistas cualitativas que comentaremos en el siguiente capítulo.

4= Y en cambio aquí la realidad es diferente, mucho muy diferente!. Ahorita pasa con nosotros. Nosotros estamos esperando un trabajo que llegue, por qué? muchos han salido a buscarlo o han estado buscándolo por meses y no lo encuentran!, ni siquiera medianamente pagado, entonces la realidad es muy diferente. Por eso a veces la televisión es una ficción completa.

*Grupo VI
(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)*

Si bien es cierto que la historia de la migración femenina en la telenovela, fue presentada sin mayores conflictos, eso no sucedió con una historia de migración masculina que fue narrada a unos meses antes de terminar la telenovela. *Amigas y rivales*, fue una historia que se caracterizó principalmente por presentar problemas de la juventud capitalina de clase económica muy alta. Nos habló de los conflictos existenciales y problemas de identidad de los hijos de familias ricas. Presentó problemas sociales como el SIDA, el aborto, la falta de amor y comprensión por parte de los padres. En ese contexto apareció Abelardo (protagonizado por el actor Damián Mendiola), un joven de origen humilde. Un buen día, Abelardo decide irse a Estados Unidos a buscar una mejor vida. Viaja del Distrito Federal al Paso Texas, ahí se conecta con un "pollero" quien lo cruza. Sin embargo, no corre con la misma suerte de Nayeli. Él se pierde con otros amigos en medio del desierto. Uno de sus amigos muere y él queda a punto de morir también, pero ya casi llegando a Estados Unidos, una señora los encuentra y les ayuda. Luego de una dura batalla, Abelardo vence los obstáculos y logra conocer parte de Texas. En la pantalla televisiva aparece este personaje moviéndose sin mayor problema en la dinámica de la vida urbana de Huston, Texas. Pero días después, decide regresar a México.

Así es como este personaje vive la experiencia de la migración. A diferencia del personaje de Nayeli, él si sufre un poco, pero después logra conocer el otro lado de la frontera y finalmente regresa. De cualquier forma, su experiencia también fue presentada de forma bastante simple por la pantalla chica, aún cuando se narraron parte de las vicisitudes que viven los inmigrantes mexicanos en el desierto, él pudo encontrar una "alma salvadora" que lo ayudó. Una característica distintiva del formato de telenovela mexicana clásica. Y eso, no siempre sucede en la vida real. Tal vez el escritor y productor de la telenovela decidieron incluir la experiencia de Abelardo para completar la experiencia ilusoria y simplista del personaje de Nayeli. Aunque Abelardo sí logró vivenciar parte de los riesgos de la migración, no fue del todo realista.

De cualquier manera, los productores de la telenovela, al presentar un problema tan complejo de una forma tan simple, en lugar de sensibilizar a los receptores que viven en México de los riesgos, pueden incentivarlos a que se vayan de indocumentados, sin tomar en cuenta los peligros. Aunque ciertamente, cuando una persona decide migrar a Estados Unidos, no lo va a hacer sólo porque vea o no una telenovela. Se toma la decisión por otros motivos complejos (sobre esto se han escrito cientos de páginas) entre ellos la falta de oportunidades de superación en su país de origen, y la oferta, de ellas en el país receptor, o bien porque una parte de su familia ya lo ha hecho.

En las telenovelas mexicanas y latinoamericanas, no existe una trayectoria larga de la inclusión del tema de inmigración. Eso no sucede con el cine por ejemplo. Las representaciones e imágenes de los inmigrantes mexicanos en la pantalla cinematográfica tienen casi una historia igual de larga al desarrollo e intensificación de los procesos migratorios a lo largo del siglo pasado. En México, hay cerca de un millar de largometrajes de migración producidos y distribuidos en toda América Latina (Iglesias, N. 1991). Específicamente, el cine mexicano tiene más largometrajes de migración que el de cualquier otro país. De acuerdo con Maciel D. y García Acevedo M. (1999) existen dos periodos del cine de este

género en México, desde 1922 hasta finales de los sesenta, y el segundo desde los sesenta hasta los noventa. Prácticamente es durante el segundo periodo que las películas sobre inmigrantes inundaron las salas cinematográficas en México. Debido a su basta producción, puede hablarse de "el género" cinematográfico de la migración. La mayoría de las producciones mexicanas realizadas, no le han hecho justicia a la experiencia inmigrante, distorsionan la realidad, se cargan con narrativas de violencia en las zonas de la frontera. En las producciones de Hollywood, la migración mexicana sólo ha servido como tema secundario para filmes de acción. Las películas no han revelado mucho la dimensión humana de los inmigrantes mexicanos, ni han reflejado o retratado las importantes contribuciones que éstos han hecho a la economía del país. De acuerdo con los autores citados, ni las producciones mexicanas ni las hollywoodescas en su mayoría han reflejado la complejidad del fenómeno de la migración. Eso no ha pasado con las producciones del cine chicano, que ha ofrecido importantes contribuciones al estudio de la experiencia de mexicanos y latinos en Estados Unidos, sus producciones son las más creativas y aproximadas a la realidad social.

En el terreno de las telenovelas mexicanas en particular, existe poca producción que informe específicamente de la problemática de la migración, ya sea de los motivos que impulsan a la gente a migrar, de los riesgos y peligros del cruce o del proceso de adaptación de los inmigrantes dentro de la vida norteamericana. Cuando comenzaron a exportarse telenovelas mexicanas a Estados Unidos, los inversionistas en la televisión en español no la consideraban un negocio rentable, pues la población de habla hispana no era un segmento en crecimiento. Sin embargo, actualmente las cosas han cambiado, los hispanos están creciendo y expandiéndose en la unión americana. Por lo tanto representan un negocio para los interesados en el mercado de la televisión. Ahora se están buscando estrategias comerciales para seguir exportando programas en español y telenovelas. Sin embargo, aunque se busque invertir en programas hispanos, la

027451

oferta televisiva no cambia mucho, y tampoco existen (y ni han existido) programas específicos que aborden el tema de la inmigración.

En el caso de las telenovelas, son escasas las producciones que tratan de forma particular la complejidad de esta problemática. Hay algunos intentos en los noventa, que si bien no abordan en todas su dimensión las causas y consecuencias de la inmigración, apenas alcanzan a citar algunos aspectos, apoyados en la estructura del melodrama. Por ejemplo, en 1988 Telemundo produce *Angélica, mi vida*. La primera telenovela producida en Estados Unidos que tiene características centrales de los inmigrantes en ese país, no sólo mexicanos, sino puertorriqueños y cubanos. En 1991, se produce el de Puerto Rico, México y Cuba. Después sigue la telenovela *El Magnate* (1991) y *MariElena* (1992), También producidas en Estados Unidos. Estas novelas abordan los procesos de asimilación y exilio que vive la cultura latina al país receptor. Esta telenovela fue escrita por la cubana Delia Fiallo y tuvo como actriz principal a Lucía Méndez (actriz mexicana que ha participado en muchas novelas de Televisa). Durante su transmisión en Estados Unidos fue exitosa y un año después (1993) llegó a México y también obtuvo buenos *ratings*. En reacción a este suceso, la red mexicana Televisa, produjo *Dos Mujeres y un camino*, telenovela que en algún momento de su trama abordan el asunto de adaptación de los latinos en Estados Unidos y recuperan en algunos capítulos la experiencia de cruce de inmigrantes⁸. Por su parte, Televisión Azteca de México, hizo un intento de producción de ficción seriada donde abordaba este asunto. La telenovela *Al norte del corazón*, transmitida en México en el año de 1997, bajo la producción de Televisión Azteca, narró la historia de un joven que va en busca del sueño americano y en esa aventura tiene que sacrificar el amor. Sin embargo, esta telenovela no tuvo el éxito esperado.

⁸ Las referencias a las telenovelas producidas en Estados Unidos con el tema de la inmigración, las hemos tomado de López A. (1995).

En esta línea de reflexión acerca de la inmigración y la televisión, nuestros participantes en las sesiones, particularmente los trabajadores inmigrantes, expresaron algunos puntos de vista sobre los sentimientos y valoraciones que experimentan cuando ven por televisión imágenes de otras personas que intentan cruzar ilegalmente a Estados Unidos. De acuerdo a nuestros entrevistados, cuando ellos ven en los noticieros y en algunos programas en español o informaciones de inmigrantes que mueren, de inmigrantes que son aprehendidos por la policía y los diversos riesgos a los que se han enfrentando, es inevitable revivir la experiencia.

4= Lo que me refiero de ver la televisión, y me da pena, no sé, de los compañeros que vienen pasando y les pasa algo en el camino, que no los dejan pasar y todo, entonces uno ve por medio de la televisión y uno siente como si uno estuviera en ese peligro, da lástima de la gente que viene pasando, uno siente.

Grupo VI

(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

Gracias a la televisión, el sujeto puede reconstruir y proyectar con imágenes y sonidos, sus vivencias, puede hacer colectiva esa experiencia. Estas noticias también pueden funcionar como medidas de alerta para el cruce, avisar sobre los costos vitales que implica llegar "al otro lado".

4= Pues hasta cierto punto es positivo porque uno ve la realidad, con el sueño americano que no todo es fácil, sino que se sufre para lograr, para que uno logre su objetivo, y muchos no lo llegan a lograr porque se quedan en el camino. Lo que pasa es que en esas imágenes que pasan en la televisión, nos ayuda bastante para saber si lo queremos hacer o no lo hacemos. Ya estamos sabiendo el riesgo que se corre, por eso es algo benéfico, nos ayuda bastante.

Grupo VI

(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

Alternativas al *Mex Imag*

1. Cine y música

En esta investigación hemos trabajado con la metodología cualitativa, donde la voz de los informantes es determinante en la construcción de nuestras categorías analíticas. Así como las telenovelas fueron significativas para las mujeres; el campo del cine y la música fueron relevantes para los informantes masculinos en nuestras sesiones. Ellos dijeron que estos campos, pueden tener mayor impacto en su relación con el país de origen, que los productos televisivos o telenovelas. En los resultados del análisis de los códigos puede ser observable las recurrencias temáticas al cine y música que tuvieron los grupos.

Cuadro Num. 5

Códigos por categoría en los grupos: *Mex imag* por cine y música

Grupo	Código: Mex Imag Cine	Código Mex Imag Música
I Chicanas jóvenes	0	0
II Mujeres adultas	2	2
III Mujeres adultas	3	2
IV Trabajadores jóvenes	2	2
V Trabajadores adultos	5	0
VI Trabajadores adultos	0	5
VII Trabajadores adultos	4	7
Total de códigos en grupos	16	18

Para el caso del cine, los grupos de trabajadores masculinos, asumieron que películas históricas, de época, donde actúa particularmente Pedro Infante como *Pepe el Toro*, son bastante efectivas para añorar y recuperar su sentimiento de adscripción a su lugar de origen. Las producciones más contemporáneas como la *Amores Perros* y la *Ley de Herodes*, por ejemplo, son pretextos para hacer visible la realidad dura que vive y ha vivido el país, películas como estas, no sólo hacen recordar México, sino que los pone a reflexionar en las dificultades socioeconómicas que enfrenta este país. El contenido de estas producciones habla precisamente de la forma como se imagina un México violento, cruel, abrumado por la dinámica sofocante de la vida urbana donde se evidencia la infidelidad, la

corrupción, la insatisfacción, la violencia física y moral, el autoritarismo, la desigualdad social.

Amores Perros es una película urbana que habla de la violencia física y moral que puede existir en las grandes urbes cosmopolitas. La *Ley de Herodes* es producción cinematográfica que fue transmitida en México durante el año 2000, es una película basada en una obra de Jorge Ibargüengoitia con el mismo nombre. El guión cinematográfico es una historia de crítica política, con estilo humorístico retrata aspectos del presidencialismo mexicano, de la forma como el Partido Revolucionario Institucional (PRI) valiéndose de la corrupción y autoritarismo, conquista muchos espacios del poder político. Luego de haber estado censurada por el contenido tan explícito, esta película fue transmitida en las pantallas gigantes mexicanas precisamente en el contexto de las elecciones presidenciales del año 2000. Ha sido una de las películas mexicanas más vistas en muchos años. Por su contenido, obviamente, esta película es una representación de la forma como un equipo de producción puede imaginarse México desde el campo político. Eso lo percibieron muy bien los informantes, particularmente los del grupo de jóvenes trabajadores (grupo IV).

3 = *Para mí hay una película que salió hace un par de años que se llama La ley de Herodes, me gustó muchísimo. Además de que refleja un realidad pero así casi chocando. La censuraron por lo mismo, porque toca toda la historia de PRI. Entonces yo creo que una de las películas bonitas es esa, siento que toca realidad pero a fondo*

2 = *Esa película con una tequila y una depre... nos llega.*

Grupo IV

(hombres 20-35 años, estrato bajo, permanencia de 2-10 años en USA)

Hay también un género de películas calificadas por nuestros entrevistados como "albureras", aquellas donde se narra la vida cotidiana mexicana en un doble sentido, donde se evidencia una cultura popular alimentada del humor.

3 = *A mí, lo que siento que me acerca muchísimo a México, más que las novelas, las películas, pero no las películas de narcotráfico, las albureras*

2 = *ándale*

3 = *como por ejemplo Lalo el mismo*

2 = *Los albañiles*

3 = *Los Albañiles. Realmente me siento como que estar en un barrio de allá de México. Siento que reflejan la realidad muy más exactamente. Es decir, yo sí me siento allá*

1 = *En todos los sentidos*

3 = *Que lo Sanchos, que todo eso.*

Grupo III

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 5-10 años en USA)

Aunque vale la pena hacer notar que no todos los géneros del cine son susceptibles de ser recordados con orgullo ni refuerzan sentimientos de adscripción nacional. Por ejemplo, las producciones mexicanas de narcotráfico y acción que transmiten las televisoras hispanas en Estados Unidos, particularmente el canal 22 (para el caso de Los Angeles), de acuerdo con los informantes, son una ofensa y humillación a los públicos que las ven, no reflejan nada positivo de lo que realmente es la nación mexicana. Sobre todo porque narran historias llenas de violencia, corrupción y drogadicción.

5=... *programas de narcotráfico, películas que se ven mucho aquí en estos canales que hay aquí, hay programaciones que duran casi todo el día con películas de ese tipo. Y no necesariamente el país, económicamente vive del narcotráfico, no?, no es cierto. Por ejemplo, yo no me identifico, no me siento muy mexicano cuando pasan películas de Mario Almada, de todos ellos, que proyectan la camioneta gris, y que no sé que... que chocamos, que el narcotráfico. A pesar de que soy de Michoacán y que muchas cosas del narcotráfico he visto como se dan. Yo creo que no es eso México necesariamente.*

Grupo V

(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

El tipo de cine al que se refiere este informante, puede ser del género fronterizo. Para Norma Iglesias (1991), el cine mexicano (producido bajo la visión centralista del Distrito Federal) ha jugado un papel importante en la definición y

construcción de estereotipos de lo fronterizo⁹. De acuerdo con esta autora, el cine fronterizo, que entró al mercado norteamericano a partir de los años treinta, es un género cinematográfico (mexicano) caracterizado por la simplificación de sus tramas, donde hay historias trilladas que siempre tienen los mismos elementos, los mismos actores pero en distinto orden. Sin narrar la complejidad cultural, económica y social que envuelve la frontera México-Estados Unidos, ha impuesto estilos para contar historias. Vacío en contenidos creativos y sólo pensando en la rentabilidad, ha construido mitos y expectativas sobre la frontera donde el narcotráfico, la violencia, las persecuciones policíacas, la migración y sus consecuencias, están envueltos en el relato melodramático. Siguiendo a Iglesias, (1991), otra de las características de este tipo de cine es mitificar a determinados actores, en ese contexto han surgido figuras heroicas como Mario Almada, que a través de la acción y violencia, ponen en escena el bien (donde personifican la esperanza) y el mal (donde buscan exterminar con lo que está equivocado en la sociedad). Desde los años setenta, este actor ha sido una de las figuras centrales en el cine mexicano y el cine fronterizo que se ha transmitido al público hispano en Estados Unidos. En 1988 Mario Almada declaró haber participado en alrededor de 200 películas, sin duda, actualmente esta cifra debió haberse duplicado (ibidem).

Tanto el cine con temas fronterizos y de migración producido en México, como el cine producido en Hollywood sobre esta misma temática, siempre ha estado cargado de estereotipos. Del lado de las producciones de Hollywood, se ha construido a los mexicanos y chicanos con estereotipos bastante negativos como bandoleros, bandidos, flojos, pandilleros, sin carácter, entre otros. Incluso los latinos en general pueden aplicar a estos estereotipos. Del lado de las

⁹ De acuerdo con Iglesias N. (1991), el cine fronterizo puede envolver varios elementos, es un estilo de **personaje** (personaje fronterizo), de un **género** (parte del argumento se refiera a la frontera o identidad cultural), **una forma de producción** (haya sido filmada en una ciudad fronteriza, aunque no se haga evidente en la trama que se trata de una ciudad fronteriza) y, **problema de identidad cultural** (población mexicana que vive en Estados Unidos).

producciones mexicanas, los estereotipos negativos han sido con mayor énfasis para los chicanos, calificados de forma denigrante como "pochos" (Maciel, D. 2000). Aunque ha habido algunas excepciones a estos puntos de vista (por ejemplo películas como *Zoot Suit* (1981), *La bamba* (1987), la descalificación siempre ha permanecido y los estereotipos siguen siendo recurrentes. Así como no se ha abordado en la pantalla gigante una adecuada representación sociocultural del mexicano y chicano, de forma parecida, en muchas producciones mexicanas del siglo pasado, tampoco se ha representado correctamente la complejidad sociocultural que envuelve el tema de lo fronterizo. A pesar de la falta de creatividad y sensibilidad para abordar el asunto de la migración mexicana (sus causas, consecuencias y todo el universo sociocultural que lo envuelve) ha sido en el cine, como medio de entretenimiento masivo, más que la televisión, quien ha asumido liderazgo para abordar este tema. Por otro lado, la producción del cine fronterizo está lejos de ser como la producción del cine chicano. Este, inició desde los años sesenta en el contexto del movimiento de los derechos civiles, se ha desarrollado de manera paulatina primero con documentales y luego con largometrajes han logrado producciones talentosas y creativas.

En la bibliografía pionera en el estudio de la migración México-Estados Unidos (Gamio, 1971), se había hecho referencia a la importancia de la música en la memoria y sensibilidad de los inmigrantes. De acuerdo a nuestros datos empíricos, al igual que el cine, la música puede tener también referencia en la construcción del México imaginado de los informantes, sobre todo para los grupos masculinos, quienes tienden a prestarle mayor importancia que a las telenovelas.

2= *Yo creo que eso se basan en la música, es donde se define mucho más. Como si escuchamos una canción que me gusta, es un recuerdo, pero yo creo que telenovelas para el hombre yo creo que no.*

Grupo IV

(hombres 20-35 años, estrato bajo, permanencia de 2-10 años en USA)

Y estamos hablando que un campo musical podría abarcar variados géneros, desde el ranchero, los boleros o incluso cualquier tipo de música romántica. Como ya lo habíamos mencionado en el capítulo anterior, actualmente, el mercado de la música mexicana registra importantes ventas en Los Angeles. Se recuerda el sentido de ser mexicano cuando se escucha radio en español, música romántica de años atrás, música ranchera por ejemplo del tipo *Los Tigres del Norte* que ya son casi un símbolo de mexicanidad para los descendientes de mexicanos que viven en Estados Unidos. La *K-Ilove*, es una de las estaciones de mayor preferencia por la comunidad hispana.

1= *A mí, algo que me recuerda mucho, también es al música cien por ciento, lo que es la música en español o la música del mariachi, la música regional, para empezar la música es lo que primero se viene a la mente y me recuerda México.*

4= *Esta la K-Ilove, hay otras estaciones de radio que pasan música ranchera, música mexicana y se siente uno digamos este, pues se siente uno con orgullo de ser mexicano, al escuchar esos programas se siente con orgullo.*

Grupo VI

(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

La música tocada en español refuerza la identidad de la nación de origen, pero al mismo tiempo ayuda a olvidar la difícil situación laboral y de adaptación que están enfrentando en un lugar que no les pertenece completamente. Eso también fue expresado con bastante entusiasmo durante la producción del discurso grupal.

3= *A veces hay tristezas aquí en Estados Unidos, así nos pasa, andamos consiguiendo trabajo, a veces no hay trabajo, no hay nada, pero cuando uno escucha un programa mexicano o una música mexicana como que se nos olvida todo al escuchar la música que algo le ayuda a uno a alimentar el alma... en el corazón. Se recuerda uno pues de México.*

Grupo VI

(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

Parte de las categorías acerca del *Mex imag* que hemos comentado como hallazgos en los grupos de discusión, se retomarán en el siguiente capítulo. Primeramente, abre el capítulo V, una revisión acerca del contexto de la migración mexicana a Estados Unidos, posteriormente se retoman elementos sobre los usos la televisión y telenovela en los hogares de inmigrantes.

CAPÍTULO V

La experiencia con inmigrantes dentro de los hogares

El contexto de la migración

1. Perspectiva México a Estados Unidos

En este capítulo vamos a recuperar la experiencia de usos y recepción televisiva en los hogares de inmigrantes mexicanos, así como la forma como se percibe el México imaginado a través de la propia experiencia de la recepción telenoveler. Como lo hemos mencionado, durante el año del 2001, fueron realizadas entrevistas cualitativas dentro de catorce hogares de inmigrantes en Los Angeles. Con apoyo de trabajo etnográfico, la madre de familia fue la fuente principal de investigación empírica. Otros miembros del hogar (esposo e hijos) también proporcionaron información complementaria que ayudó a comprender nuestro objetivo de investigación. No es la intención de este trabajo hacer un análisis detallado sobre las causas y consecuencias de la migración, sin embargo, ésta constituye un vector significativo que afecta nuestro objeto de estudio, porque nuestros informantes principales, no radican en el lugar donde han nacido, su experiencia de vida ha sido atravesada por su condición de inmigrantes.

En el caso de los grupos de discusión que hemos comentado en el capítulo anterior, no fue posible retomar este aspecto de la migración, la propia metodología no lo permitía. Aunque sabemos que todos los informantes de las sesiones son inmigrantes, ellos no tuvieron la oportunidad (ni tiempo) de expresar en consenso su propia experiencia de migración. Es cierto que hubo momentos en la discusión grupal cuando los participantes recordaron detalles y situaciones del cruce fronterizo. Particularmente cuando se habló del caso de la novela *Amigas y Rivales* y su intento de narrar en pantalla la historia de una mujer que quiere probar fortuna en Estados Unidos, el personaje Nayeli, protagonizado por Angélica Vale. En el caso de las entrevistas cualitativas, las mujeres (en algunos casos con apoyo de esposos e hijos) tuvieron oportunidad de narrar cómo y por qué decidieron salir de México. Por lo tanto, antes de entrar a

discutir la relación de las telenovelas con la vida cotidiana de las mujeres y su familia, para iniciar este capítulo, vamos a recuperar datos contextuales de la migración mexicana a Estados Unidos y la experiencia individual y familiar de las mujeres.

Desde los decenios de 1870 y 1880 se impulsa la migración mexicana a Estados Unidos, en estos años aparecen los primeros flujos de personas que comienzan a trabajar en el campo, el ferrocarril, las minas entre otras actividades¹. Aunque es cierto que las relaciones entre mexicanos y norteamericanos tienen una larga historia². A partir de 1910 se presenta una ola de emigración, muchos mexicanos dejaban el país de origen por el temor de la política porfirista y por las consecuencias de la Revolución Mexicana. Asimismo, otras circunstancias de la época incentivan la migración, como el movimiento cristero posterior a la revolución, la demanda de trabajadores mexicanos durante la primera guerra mundial y el desarrollo económico de la posguerra (Durand, 1991). De tal manera que las primeras tres décadas del siglo XX, son determinantes para la migración masiva de mexicanos a Estados Unidos. Fueron más de un millón de mexicanos que entraron en estas décadas, cantidad que se agregó al medio millón de inmigrantes ya existentes, particularmente en el sur de California. Por el carácter masivo de la migración, esta época es referida como “la gran migración” (González, M. 1999). La crisis económica de 1929 fue la causa de una deportación masiva de mexicanos. Entre una tercera parte y la mitad de mexicanos fueron deportados voluntaria o involuntariamente en los años treinta. De hecho, el más intenso periodo ocurrió entre 1929-1935 (González, M. 1999).

¹ Los primeros inmigrantes que llegaron a Estados Unidos de forma masiva fueron los irlandeses en las décadas treinta y cuarenta del siglo XIX, después llegaron inmigrantes del sur de Europa, particularmente italianos, posteriormente arribaron del norte y del este europeo (Bustamante, 1997).

² De acuerdo con el historiador Manuel M. González (1999), las relaciones culturales, económicas y políticas entre mexicanos y norteamericanos se dan antes del Tratado de Guadalupe, por lo tanto entender la presencia mexicana en Estados Unidos implica regresar la mirada hasta la época prehistórica, cuando los españoles invaden el nuevo mundo, ahí se muestra la génesis de la comunidad mexicana en el vecino país.

Muchos se fueron, pero también muchos mexicanos se quedaron, los segundos también se vieron afectados por la crisis, por ejemplo algunos dejaron su vida en las regiones rurales y se fueron para las ciudades en busca de mejores condiciones de vida. Los Angeles fue una ciudad que comenzó a poblarse y urbanizarse en este contexto. La repatriación en muchos lugares como los Angeles, no pasó de ser sólo una estrategia burocrática. La mayoría de mexicanos que se mandaban a México, a la larga regresaban a Los Angeles después de haber viajado a expensas del gobierno y del condado (Castillo P. y Ríos Bustamante 1989).

Es conocido que con la entrada estadounidense a la segunda guerra mundial, emigraron grandes cantidades de obreros a trabajar en actividades agrícolas y ganaderas. El *Programa Bracero* (1942-1964) llevó más o menos a cinco millones de personas a trabajar temporalmente en los campos de cultivo americano. El Programa se firmó como un acuerdo entre los gobiernos de México y Estados Unidos para la contratación de mexicanos, principalmente en labores agrícolas. El propósito del *Programa Bracero* fue cubrir la escasez de mano de obra norteamericana provocada por su intervención en el movimiento bélico mundial.

El fenómeno de la migración mexicana a Estados Unidos está lleno de complejidades y dinamismo, conforme avanzan los años, los inmigrantes regresan menos a sus lugares de origen y se “prolongan las estancias migratorias” (Corona, R. 2002). Es decir, se modifican constantemente los flujos migratorios. Antes de los ochenta, apenas una tercera parte de los inmigrantes provenían del área rural, dos décadas después, los inmigrantes de las grandes ciudades son los que mayoritariamente asumen la delantera. Para los ochenta, hay una creciente urbanización de los flujos migratorios³. Así, la idea del

³ De acuerdo con Lozano (2002), la urbanización del flujo migratorio a Estados Unidos ha estado influenciada por tres cuestiones: a) la propia urbanización que ha vivido la sociedad mexicana en los ochenta y noventa; b) la crisis de la economía mexicana de los ochenta y principios de los noventa; c) los procesos de incorporación de la economía y sociedad mexicana al mercado mundial.

inmigrante de origen rural deja de ser variable determinante al entrar los ochenta. Igual ha sucedido con otras características como el género y el nivel de escolaridad por ejemplo, no son ya una constante. Con el abrir del nuevo milenio, los flujos de migración mexicana a Estados Unidos se han incrementado en volumen y en diversidad (Tuirán, R, 2000a y 2000b, Memoria 1999).

La migración al vecino país resulta ventajosa para ambos países, para México por las sumas cuantiosas de remesas enviadas por los inmigrantes. Se estima que las remesas enviadas a México provenientes de salarios de Norteamérica, son la segunda fuente de ingreso. Por otro lado, para la economía de Estados Unidos, los inmigrantes mexicanos trabajan en empleos que pocos trabajadores norteamericanos desean por un salario mínimo o hasta menos, principalmente en el sector servicios, en la agricultura, en el área doméstica, en la textil. Así, los inmigrantes contribuyen mucho más a la economía de Estados Unidos⁴.

Ha sido un largo tiempo en que los mexicanos comenzaron a emigrar a Estados Unidos, ni las guerras mundiales de ese siglo, ni la guerra fría, ni las múltiples medidas utilizadas por el Servicio de Inmigración Americano, ni la información de los medios de comunicación acerca de los peligros en el desierto, logran detener la migración masiva. Los mexicanos son ya una de las principales diásporas de inmigrantes en el mundo, de cerca de 150 millones de personas que emigran, 9 millones son mexicanos⁵. Mientras exista la incapacidad del gobierno mexicano para generar fuente de empleos suficientes que permitan cumplir las demandas de desarrollo económico y social, la migración no va a detenerse. De muchas maneras, el problema de la migración está asociada al subdesarrollo mexicano (Bustamante, 1997). Así, las estrategias utilizadas del gobierno

⁴ Para 1994, los inmigrantes contribuían entre 25 mil a 30 mil millones de dólares anuales a la economía de Estados Unidos (Ramos, J. 2000:240)

⁵ Dato expresado por Rodolfo Tuirán, Secretario del Consejo Nacional de Población en México, durante su participación en el Foro "Migración y Derechos Humanos, la frontera de la dignidad", organizado por la agencia "Detrás de la noticia" y la BBC de Londres, febrero del 2002..

norteamericano para evitar la entrada de forma ilegal del gobierno no tendrán el efecto deseado. Mientras sobre mano de obra y fuentes de trabajo en México y falta en Estados Unidos, habrá migración legal o indocumentada. Cada año se quedan en Estados Unidos más de cien mil indocumentados mexicanos⁶, la mayoría, se quedan en California. Lugares como Los Angeles cada vez se están mexicanizando.

2.Migración, mujeres y familia: nuestros casos

Para ubicar un perfil y rasgos de la migración de nuestras informantes, el cuadro siguiente (Núm. 1) es sugerente. En él se muestra un registro de la época de llegada y estancia migratoria de las informantes, el lugar de origen, la situación migratoria como entraron a Estados Unidos (con o sin documentos), así como la situación migratoria actual. Iremos retomando durante el desarrollo de este capítulo, esta información acerca de las informantes. En el capítulo tercero, hemos comentado acerca de las características generales de las informantes (cuadro Num. 4), éstas serán útiles en este capítulo.

Desde el siglo antepasado y pasado, cada vez más se multiplican de forma ascendente los flujos de personas al vecino país. Aunque los motivos y las causas de migración son diversos, en las experiencias de cada sujeto dependen momentos y circunstancias históricas, decisiones personales, historias de vida, influencia de las comunidades transnacionales, entre otros. Sin embargo, uno de los factores más evidentes son los mercados laborales y la búsqueda de mejores condiciones de vida que no ofrece el país de origen. Eso es bien conocido dentro del campo de estudio de la migración mexicana a Estados Unidos.

⁶ De acuerdo con Ramos, J. (2000), se quedan en Estados Unidos 105 mil, y otras fuentes dicen que tres mil.

CUADRO NUM. 1. Mujeres informantes para trabajo de campo. Datos de migración

Informantes	Generación (llegada)	Origen	Origen del esposo	Condición migratoria actual	Estado civil cuando migró	Visita México (frecuencia)	Migración en red Familiar/amigos
1. Rosa	segunda (1971)	Cd. Juárez	Rep. Dominicana	ciudadana	temporal	soltera	c/diez años fam (padre)
2. Mirrella	primera (1996)	Oaxaca, Oax.	Oaxaca, Oax.	sin documentos	temporal	casada	c/cinco años fam (esposo)
3. Georgina	primera (1988)	Cardel, Ver.	Tomatlán, Jal.	sin documentos	sin documentos	soltera	c/diez años amigos
4. Angélica	primera (1988)	Cardel, Ver.	Michoacán	sin documentos	sin documentos	soltera	c/diez años amigos
5. Ofelia	primera (1983)	Abasolo, Gto.	Guanajuato, Gto.	ciudadana	sin documentos	casada	c/ 1 y 5 años fam (esposo)
6. Dolores	primera (1978)	Irapuato, Gto.	Guanajuato, Gto.	ciudadana	sin documentos	casada	c/diez años fam (hermano)
7. Lorena	primera (1981)	Guentitán, Mich.	Zacatecas	residente	temporal	soltera	c/diez años fam (hermano)
8. Lourdes	segunda (1988)	Guanajuato, Gto.	Zacatecas	ciudadana	residencia en trámite	soltera	c/ 1 y 5 años fam (padres)
9. Margarita	tercera (1958)	Los Angeles, Ca.	Michoacán	ciudadana	ciudadana	soltera	c/diez años fam (hermanos)
10. Luisa	primera (1974)	Cozumel, Q. R.	Cozumel, Q. R.	ciudadana	sin documentos	casada	c/diez años fam (esposo)
11. Juanita	primera (1951)	Zacatecas	s/d *	ciudadana	sin documentos	soltera	c/año amigos
12. Egracia	segunda (1968)	Estancia, Gto.	Estancia Gto.	residente	sin documentos	casada	c/año fam (padres)
13. María	primera (1974)	Zacatecas	Zacatecas	ciudadana	temporal	casada	c/diez años fam (esposo)
14. Rosario	primera (70s)	México, D. F.	s/d *	residente	sin documentos	casada	c/diez años fam (hermanos)

* s/d: información sin documentar

Nuestras informantes para esta investigación, no están exentas de esta peculiaridad. Aunque llegaron en épocas históricas y circunstancias muy distintas, a lo largo de nuestras entrevistas vimos que uno de los motivos más determinantes que impulsaron a las mujeres, solteras o con su familia (esposo e hijos) a dejar su país, están asociados fundamentalmente con la búsqueda de mejores condiciones laborales. La difícil situación económica vivida en sus regiones de origen, orilló a mujeres como Angélica y Lorena, a dejar sus ciudades, siendo jóvenes y solteras, aún a costa de su propia voluntad.

Mi sentimiento era ya no regresar más, por la vida tan dura que estaba en México, cómo pasábamos nosotros necesidades si no trabajaba uno, pues no tenía uno dinero. Sabes a que años empecé a trabajar yo en México? a los diez años, yo no iba a la escuela, nunca me gustó la escuela.

(Lorena)

Lo que pasa que nosotros conocimos un señor, llegó a Veracruz, y ese señor tenía familia aquí. Su familia se quería traer al señor para acá, le compraron una casa para que se viniera y quería que alguien que ya conocía viniera a cuidarlo. Entonces mi mamá me dijo que yo viniera. Yo y mi otra hermana la más chica... Y ya este, pues me vine, contra mi voluntad casi porque yo no quería... Y ya me vine con mi hermana, nos venimos juntas ... pasamos ilegales, pasamos por Tijuana ... yo iba a cumplir diez y ocho años.

(Angélica)

A diferencia de Angélica y Lorena que migraron siendo solteras (ver al respecto situaciones semejantes en el cuadro anexo Núm. 1 de la página anterior), otras mujeres emigraron siendo casadas. En unos casos, y por decisión del marido, las mujeres se quedaron con sus hijos en México por un tiempo, después alcanzaron a sus parejas en Estados Unidos. En otros, no les agradó la idea de quedarse, optaron por irse junto con el marido y dejaron sus hijos en México. Así lo narra la experiencia de Ofelia en nuestra entrevista.

O= Nos vinimos los dos juntos porque en el 83, como ya estaba medio difícil la situación allá, él no ganaba mucho como para sostener la familia. El trabajaba en herrería, tenía su propio negocio, pero se fue bajando el trabajo y ya casi no agarraba mucho... La más grande tenía seis años, el chamaquillo

tenía cuatro, la otra tenía dos, y la otra tenía un año y algo, porque enseguida de eso nació la que me traje chiquita. Pues yo le dije que yo no me quería quedar, porque pasaban mucho cosas de que venían y ya se quedaban acá y no regresaban

A= ¿Le daba miedo quedarse?

O= Sí, y ya con bastante chamacos, me daba pendiente. Veníamos que según íbamos a durar un cierto tiempo para juntar dinero y seguir trabajando allá. Pero pues no, se alargó el tiempo y todavía acá estamos.

(Ofelia)

Como lo muestra el cuadro número 1, de las catorce mujeres, doce llegaron al país receptor en edad adulta, siendo solteras o casadas (con hombres de origen mexicano) con hijos. Sólo Rosa (núm. 1 del cuadro) hija de padres mexicanos y nacida en México, arribó a la edad de siete años, desde entonces ha hecho su vida en Los Angeles. Otra excepción es el caso de Margarita (núm. 9 del cuadro), ella nació en Los Angeles y siempre ha vivido ahí, sus padres, abuelos y esposo son de origen mexicano. Podemos decir que ella es una chicana o México-americana. De cualquier forma, estamos refiriendo a mujeres que forman parte de grupos familiares que tienen sus orígenes mexicanos (provenientes de diversas regiones del país) y vínculos muy estrechos (en términos consanguíneos, matrimoniales y afectivos) con México. La mayoría son de la primera generación emigrante. Estas familias forman parte de los miles de mexicanos que viven en Estados Unidos, particularmente Los Angeles California, espacio habitado en su mayoría por la diáspora mexicana, lugar donde viven más mexicanos fuera de México que en cualquier lugar del mundo.

Antes de llegar a su lugar de destino, California, mientras organizaban su estrategia de viaje, algunas de estas mujeres y sus familias (si era el caso) estuvieron en ciudades fronterizas de Tijuana y Juárez. La mayoría nunca había salido de su estado, prácticamente el viaje a Estados Unidos fue el primer motivo de salida y el primer lugar que conocieron aparte de su lugar de origen. Cada quien atravesó la frontera con su estrategia, unas con visa de turista o permiso temporal. La mayoría lo hizo sin documentos válidos, aventurándose ya fuera

con ayuda de los "coyotes", caminando por el desierto (como lo hizo Ofelia), escondida en la parte trasera de una camioneta (como viajó Juanita), o por la línea fronteriza con documentos de terceras personas (como pasó Dolores, Georgina, Angélica, Lorena). Dos experiencias son reveladoras al respecto.

Primeramente me vine a Nuevo México de mojada como se dice... Estuve trabajando pizcando algodón y era la última semana que íbamos a terminar de levantar toda la cosecha de algodón, cuando nos agarró la migración y nos dejó para el otro lado. Entonces me volví a venir. Me estuve allá un tiempo, pero no mucho.

Me volví a venir de vuelta sin papeles, pero ya no en el campo, sino en casa, ganando cinco dólares por semana los ocho días de la semana... Me vine para acá a lo que podía, anduve en Fresco, en Oakland, en San José y luego Los Angeles. Unos pizcando higo, peras, manzanas. Piscamos uvas. Comiendo una pieza de pan dulce con una pepsi cola cada veinticuatro horas porque no nos alcanzaba para más. Estaba muy mal pagado el trabajo en ese tiempo.

(Juanita)

Sí, me traía en un carro el señor y me dio una tarjeta, y dijo: apréndete esta, tú te llamas así, tú vas a Los Angeles..., me tuvieron que estar entrenando por decir, una hora, en lo que iba en la línea. Ya llegamos a la línea, el emigrante me miró así, y el señor le dio las tarjetas, y me dice, fulanita, y yo volteé así a mirarlo. Yo venía pidiéndole, ¡Ay virgencita!, ayúdame, que él me mire cara de la que está en la tarjeta, por favor. Y así pidiéndole a la virgen. Hay te juro que cuando hay... le promete uno todo. Después ya pasé muy fácil. Ya me trajo hasta acá, hasta Los Angeles con mi hermano. A mi esposo le tocó al otro día, con todas las mujeres que se habían quedado, ellos pasaron por la playa, hacía un frío, corrieron, se caían, qué no les pasaba. Y caminar mucho tiempo.

(Dolores)

Cuando estas mujeres decidieron abandonar su país de origen, pensaron que sería una experiencia de vida que duraría corto tiempo, mientras mejoraba su situación económica, pero tenían también en mente la posibilidad de regresar a México. Concretamente ese fue el sentimiento declarado de seis de nuestras entrevistadas cuando dejaron su país. Sin embargo, la estancia se fue prolongando. Entre la adaptación y la resistencia a lo nuevo, el interés de volver al país de origen cada vez se hacía (y ya es) más remoto. La época de llegada y el

tiempo de permanencia ha sido muy variable en todos los casos de las mujeres y sus familias, como se puede ver en el cuadro citado. Durante todo su tiempo de estancia en el país receptor, han regresado a su lugar de origen en un promedio de una a tres ocasiones. Los casos que dijeron haber ido más de esa periodicidad, fueron por motivos de compras o visita a familiares en las ciudades fronterizas, pero no permanecieron muchos días.

En el apartado metodológico de esta tesis, comentamos que uno de los criterios de selección de las mujeres fue el tiempo de permanencia en Estados Unidos, interesaba recuperar los puntos de vista de personas que tuvieran como mínimo cinco años de residencia en ese país. Este criterio no fue ningún obstáculo en la búsqueda, las mujeres y sus familias cumplieron con este requisito y hasta lo rebasaron, tienen no sólo cinco años de permanencia en Estados Unidos, sino diez, veinte o más años. Inclusive, una tercera parte de las informantes, han podido legalizar documentos de residencia o ciudadanía para ellas y su familia.

Definitivamente una característica compartida por todas las mujeres entrevistadas durante su experiencia personal y familiar de migración, es el aspecto de las redes sociales. Es cierto, se fueron motivadas por sus circunstancias económicas desfavorables, pero en eso influyó mucho el aspecto de la red social. En gran parte sus vínculos familiares y amistades en menor medida, contribuyeron como estímulo no sólo con la solvencia económica del viaje, sino también con la parte de la adaptación y la ayuda para conseguir trabajo. La decisión de vivir en Los Angeles, estuvo influenciada también por la sugerencia de las redes sociales. La idea del lugar preponderante que ocupan las redes sociales en la migración internacional, obviamente no es una novedad (Gamio, 1971); sin embargo, dentro de la bibliografía contemporánea de la migración mexicana a Estados Unidos, se ha destacado su importancia en la decisión de migrar e incluso en la vida cotidiana y socialización de los inmigrantes en el país receptor (Massey. D. et. al., 1991; Durand, 1994; Durand y

Massey, 1992 en su revisión crítica sobre la migración internacional). La migración, además de implicar una decisión individual y/o familiar, también es una respuesta a la influencia de las redes formadas por las comunidades transnacionales.

Mi esposo se vino porque aquí estaba toda su familia, papá y hermanos, él fue el último que se vino. Yo me vine porque mataron a un hermano mío aquí, entonces nos venimos nosotros. Sí, estaba la familia de parte de mi mamá, pero por parte de nosotros no. Y así fue como nos quedamos aquí. Ya no me quise ir, ya nos quedamos aquí... Nada más mi mamá y yo nos venimos, porque mis hermanos estaban aquí en el norte, pero más para arriba, allá para Santa Rosa. Estaban en diferentes lugares de California, y aquí nos quedamos también con mi tío.

(Lorena)

Mira él (esposo) está viniendo desde el 82... él ha estado aquí desde joven, su papá fue uno de los principales de... te acuerdas de aquel programa de Los Braceros? Su papá vino muchas veces con este programa... Después emigró su hermana y después mi esposo... Yo la primera vez que vine fue hace seis años, yo duré acá un año ocho meses, después me regresé.

(Mirella)

Una vez que han logrado establecerse en un empleo, aún sin tener documentos de residencia legal, las mujeres y sus esposos (en el caso de las que ya han formado un hogar) van buscando la manera de seguir contribuyendo a la red social. Ellos a su vez, van motivando a familiares cercanos y a algunos de sus amigos para que abandonen su lugar de origen y emigren a Estados Unidos. En todos los casos de nuestras entrevistas, encontramos esa continuidad en la red, personas que han sido beneficiadas con esa ayuda.

Usos sociales de la televisión en los hogares

1. El mito del ritual televisivo familiar: juntos o separados

En nuestro mundo contemporáneo, prender y ver la televisión forma parte integral de las actividades diarias, por lo tanto, puede entenderse como un acto rutinario que ordena horarios, tiempos y espacios. Thompson (1998:60-61) así lo enfatiza "La recepción de los productos mediáticos es una rutina, una actividad práctica que los individuos llevan a cabo como una parte integral de sus vidas cotidianas. Si queremos comprender la naturaleza de la recepción entonces debemos desarrollar un tipo de aproximación que sea sensible a los aspectos rutinarios y prácticos de la actividad receptora". Muchas personas adaptan sus horarios de trabajo y tiempos libres para coincidir con las transmisiones televisivas, por ejemplo, ver regularmente las noticias de las seis o siete, reservar un tiempo de descanso durante la semana para ver sus programas favoritos. La televisión se ha convertido en la forma moderna como se administra y regula el uso del tiempo. Vivimos con los medios y junto a los medios, dice Castells (1996). El rol de los medios de comunicación es fundamental en la cultura. Es el telón de fondo en nuestras vidas.

Ver las telenovelas forman parte de este marco de ritmos de vida, donde se conjugan los tiempos y quehaceres. Las telenovelas como género televisivo de episodios, requiere un vínculo permanente y fiel con los receptores, el tener horarios fijos facilita la reorganización de las actividades de quienes las ven. En el caso de nuestras informantes principales, como parte de sus rutinas cotidianas, no puede faltar ver la televisión y por supuesto las telenovelas. De esta manera y en este marco de actividades rutinarias, las telenovelas se convierten en una forma cultural de ordenar la temporalidad cotidiana de las personas. Seguir una novela, no implica interponerse en la continuidad de la vida doméstica, sino que la acción es incorporada como una rutina más.

En su trabajo sobre usos sociales de la televisión, Lull (1990) también refiere a la función que puede tener la televisión como modeladora de tiempos, a

esta función él llama uso estructural-ambiental. La propuesta tipológica de este autor para pensar en los usos sociales de la televisión, se basa en: los *usos estructurales* y los *usos de relación*. Los primeros pueden ser ambientales y reguladores. En materia de *usos estructurales-ambientales*: la televisión como fuente de entretenimiento familiar, es usada por los receptores como un ruido de fondo o compañía musical o esparcimiento mientras se realizan actividades domésticas. En materia de *usos estructurales-reguladores*: la televisión puede contribuir en la organización de los tiempos y actividades familiares. Los *usos de relación* se centran en ver cómo los miembros de la familia utilizan la televisión para crear acuerdos prácticos sociales, reforzamiento de roles en el hogar, la televisión puede ser una ayuda para facilitar la comunicación a partir de lo visto en la pantalla, la audiencia utiliza las historias, los personajes y los temas propuestos por la televisión como modalidades que facilitan la conversación (contacto físico, solidaridad familiar, reducción del conflicto).

Veamos pues lo que dicen nuestras informantes acerca de sus rutinas, los usos sociales y del lugar que ocupa la televisión y la telenovela en sus ritmos cotidianos. Por ejemplo, Angélica y Margarita, nos narran qué es lo que hacen durante un día y cómo la práctica cultural de ver televisión y telenovela va formando parte de la rutina diaria. Esta práctica ya tiene un espacio en la vida diaria de estas mujeres.

Me paro, lo primero que hago es ir al baño como a las seis, levanto a mi niña a las cinco y media para que se vista para que esté lista porque la llevan a la escuela, luego me quedo con mi niño y lo arreglo para llevarlo a la escuela, estoy ahí como hasta la hora que entran, a las 8:15, regreso, me meto a bañar, plancho mi ropa, luego me voy a trabajar, y regreso como a las..., cuando trabajo medio turno vengo como a las dos de la tarde, cuando trabajo todo el día, como a las siete o siete y media, y ya nomás llego, como, baño a los niños, plancho su ropa y ya, a dormir, a mirar novelas. Ya como a las diez ya, apago la tele.

(Angélica)

Yo me levanto a las 4:45 de la mañana, me baño hasta como a las 5:10 o algo, luego prendo la televisión, veo las noticias, me pinto y salgo de aquí

como diez para las seis a mi trabajo, y llego a mi trabajo como a las 6:15, empiezo a las 6:30 a trabajar, salgo a las 3:00, regreso a mi casa como a las 3:30, me pongo a cocinar para mi esposo. Luego nos sentamos a comer y a ver Laura en América, y... luego me pongo a hacer algo de la casa, o si tengo que salir, pero ... ya empiezo a ir a la escuela, para el martes empiezo la escuela, estoy estudiando computación... como a las ocho veo la novela y a las nueve me acuesto y me duermo.

(Margarita)

Las mujeres organizan su vida en función de sus tiempos en el hogar, el trabajo y cierran el día viendo la televisión, luego se disponen a dormir. Las telenovelas nocturnas son referencia obligada en las agendas diarias de los hogares de las entrevistadas, en algunos casos se ven las del medio día y en otros las novelas mexicanas transmitidas por la tarde, pero definitivamente son las telenovelas del llamado *prime time*, (las de mayor *rating*) los géneros de ficción más populares dentro del público hispano de Estados Unidos.

Con base en investigaciones de corte cualitativo, varios estudios de la recepción de la televisión en América Latina, particularmente en los años ochenta y noventa, afirmaron que las telenovelas pueden crear espacios para la convivencia familiar en los hogares. Las telenovelas son un género de ficción serial que se ve y apropia en un entorno grupal (más que individual) donde las personas conversan y cuestionan lo visto. Argumento que surgió a raíz del interés generado por el estudio de la llamada recepción activa (olvidarse de los efectos inmediatos de lo que producen los medios masivos), donde se puso de moda el trabajo metodológico de la etnografía de la recepción familiar. Los investigadores iban a los hogares a convivir con las personas para entender sus mundos de relación con el universo de la televisión y telenovelas. Por lo tanto, la idea de la recepción grupal o familiar (o mediaciones familiares en la recepción), y la televisión como arena de sociabilidad fue uno de los hallazgos para la investigación en audiencias y los estudios culturales. Esta discusión puede encontrarse en los trabajos de Lull J. (2000), Morley, D. (1998, 1993), González S. J (1994), Covarrubias, et. al., (1994), Martín-Barbero (1987), Fuenzalida (en Gómez

H. 1995), Orozco (1992, 1997), Fachel (1990). Referencias que también hemos retomado en el capítulo inicial de esta tesis.

Aunque el análisis de la recepción familiar o grupal ha venido modificándose, por el acceso más individualizado, cada vez las personas tienden a mirar televisión de forma individual o "discreta"⁷, como el caso de nuestros hallazgos que comentaremos más adelante. Lo que definitivamente sigue presente la idea del hogar, la televisión es una práctica social evidenciada dentro del hogar, aunque eso no signifique que se vea siempre en grupo, pero se mira en el contexto del hogar y se goza como una forma de "placer doméstico" (Morley y Silverstone: en Morley 1993).

Efectivamente, la idea de recepción familiar (ver y compartir en grupo) fue una hipótesis de reflexión que se utilizó en el proyecto inicial de esta investigación. Sin embargo, la propia experiencia empírica dentro de los hogares inmigrantes cambió este supuesto. En el caso de las familias de inmigrantes visitadas, la práctica de ver televisión y particularmente telenovelas, no siempre está mediada por la experiencia familiar o grupal. Hay circunstancias que modifican esta perspectiva e influyen en la tendencia de la exposición individualizada ante la pantalla chica, por ejemplo la cantidad de aparatos de televisión y su ubicación dentro de los hogares, las preferencias y gustos televisivos, y en general las propias rutinas de las personas que habitan los hogares. Aunque ver televisión y telenovela sigue siendo "un placer doméstico", como dicen los estudiosos de la recepción (Morley y Silverstone, op. cit.).

En Estados Unidos son los afroamericanos y los hispanos, los grupos étnicos que ven más horas de televisión que el resto de la población, como ya lo hemos mencionado en el capítulo dos de este trabajo. En general, en Estados Unidos el consumo de medios, en promedio es de siete horas por hogar y de cuatro a cinco horas por adulto. Los hispanos prefieren los llamados canales

⁷ De acuerdo con Morley (1993), audiencias discretas son aquellas que miran televisión sin interrupción, el sujeto que mira establece una relación silenciosa (sin conversar) con la televisión.

abiertos y los afroamericanos los canales privados (telecable, de paga). Los hispanos en promedio miran cerca de 60 horas de televisión a la semana como ya lo mencionamos en el capítulo segundo⁸. Con base en esta información, esto significa que la televisión podría estar encendida entre siete, ocho o nueve horas por hogar. En nuestra investigación, la mayoría de los hogares visitados pueden alcanzar estos promedios, particularmente los lugares donde viven las mujeres de mayor edad (ancianas) y los niños, que son quienes ven más televisión. Como dice Castells (1996:332), "el patrón de comportamiento predominante en todo el mundo parece ser que en las sociedades urbanas el consumo de medios es la segunda categoría de actividad en orden de importancia después del trabajo, y por cierto la actividad predominante en el hogar".

Así como las fotografías familiares del casamiento de los padres, de los primeros pasos del nieto o de los hijos cuando se graduaron, puestas en los estantes de la sala (reflejando una mirada a la memoria familiar), no faltan en los hogares de inmigrantes mexicanos, la televisión tampoco falta. La televisión es un bien simbólico de bastante significación doméstica (Fachel 1990). Y no se trata sólo de un único aparato de televisión, es bastante común encontrar más de uno en los hogares visitados. Aparte del ubicado en la sala de la casa (en otros casos también hay otro aparato en la cocina), cada habitación tiene una televisión. Muchas veces no sólo los espacios privados gozan de televisión, también espacios públicos como el *garage* llega a tener su aparato, sobre todo en temporadas de calor.

Hay cinco televisores pero usamos tres, pero en caso de emergencia, ah!, tenemos en el garage. Es que mi esposo tenía un amigo que es radio técnico, y la del garage es grande, es más grande la pantalla que está en la sala, Entonces en el verano, que hace mucho calor, en las tardes, nos salimos allá afuera y prendemos la tele. Ponemos nuestra hamaca, ahorita no, porque está todo en desorden, pero sacando eso mejor allá.

(Luisa)

⁸ A report on ethnic viewing, TRAC Media Services, february 2001. Funded by the Corporation for Public Broadcasting, pag. 3

Hasta en la iglesia nos dicen aquí en Estados Unidos: ¡todos sus hijos tienen televisión!. Sí, tenemos cuatro televisores, uno en cada recámara, hay tres recámaras arriba y esta que ves en la sala. En la cocina no tenemos, cuando es hora de comer, no vemos tele... Aquí todo es muy accesible la cosa, todo más fácil obtener, no es como allá en México.

(Dolores)

Tal como lo menciona Dolores, en Estados Unidos comprar un televisor es bastante accesible. En un país donde el consumo es una práctica constante, es posible tener no sólo uno, sino los aparatos televisivos que se quieran. Estamos hablando de que el número de aparatos televisivos podría llegar a ser equivalente al número de espacios de los hogares (sala, comedor y habitaciones privadas). En algunas casas hasta en el *garage* tienen televisión. No puede faltar espacio del hogar que carezca de la pantalla chica. El cuadro siguiente (número 2) nos muestra el número de aparatos en cada familia, su ubicación en las casas, el promedio de horas de televisión vistas por hogar (sea en una televisión o en más de dos) que fluctúa de cuatro a diez horas por día, durante la semana y su acceso a telecable. Un comentario al respecto. El acceso al servicio de telecable en los tres hogares que lo tienen, no está determinado por el nivel de ingreso de las personas, pues los casos de Georgina (3) y Angélica (4), mujeres con un nivel económico bajo, tienen telecable porque son vecinas y comparten el pago del servicio. El caso de Margarita es extremo, ella es de las mujeres con mejor calidad de vida y mayor ingreso, sólo ella tiene el servicio con mayores canales.

CUADRO NUM. 2

Datos sobre televisión por hogar

	Televisores	Habitaciones en casa	Hrs. tv por día	Telecable
Grupo A (mujeres jóvenes)				
1. Rosa	2	2	5-6	no
2. Mirella	2	1	5-6	no
3. Georgina	2	1	6-7	si
4. Angélica	3	2	5-6	si
5. Ofelia	3	2	4-5	no
6. Dolores	4	3	5-6	no
7. Lorena	5	3	5-6	no
8. Lourdes	3	2	6-7	no
9. Margarita	5	3	5-7	si
Grupo B (mujeres adultas)				
10. Luisa	4	3	8-9	no
11. Juana	3	1	7-9	no
12. Engracia	3	2	9-10	no
13. María	3	1	7-9	no
14. Rosario	2	1	5-6	no

Al haber varios aparatos televisivos en los hogares, hay una tendencia en los sujetos, a mirar sus programas desde los espacios privados. Sin duda alguna, esta obviedad favorece la exposición a la pantalla de forma individual, hay pocos momentos de coincidencia grupal e interacción durante la exposición televisiva grupal. De esta manera, los espacios de la casa cuando hay apropiación de lo visto en la pantalla, pueden ser interpretados como los espacios posmodernos *no lugares* señalados por Auge (1993), en el sentido de que no hay interacción verbal entre los miembros del grupo, se comparten lugares con códigos comunes, pero la relación entre sujetos y la televisión es individualizada. En su trabajo de investigación sobre etnografía de telenovelas en Brasil, Fachel (1990), dice que son las clases populares quienes tienen una relación más colectiva con la

telenovela, a diferencia de las clases altas que tienen una relación de individualidad, esto es motivado por la presencia de varios aparatos en el hogar. Mientras en las clases populares hay un televisor en la sala, en las clases altas hay una televisión en cada cuarto. La asociación entre espacios y aparatos con las clases altas brasileiras, puede ser compatible con las familias de inmigrantes que visitamos, pues la presencia de varios aparatos dentro de los hogares, refuerza la experiencia individualizada.

En su estudio sobre los usos sociales de la televisión, Lull (1990) dice que la presencia o ausencia de diferentes tipos de espacios 'especializados' dentro de un hogar, da lugar a una variedad de modos diferentes de mirar televisión. En este sentido es factible pensar que si se tiene un sólo espacio para mirar la telenovela, la sala por ejemplo, entonces habrá más posibilidades de establecer una relación más colectiva con la telenovela, si hay más espacios de ubicación del televisor, la tendencia será más individualizada.

En algunas familias de nuestra investigación, encontramos que los miembros del grupo están viendo los mismos programas de televisión, pero cada uno en su cuarto. En otros casos hay momentos que están prendidas simultáneamente los cinco aparatos de televisión en el hogar sin que se den cuenta entre ellos de los programas que miran. A veces la gente las ve sin verla, sólo como una compañía, es decir, le otorgan a la televisión un uso "estructural-ambiental" (Lull, 1990).

...simplemente veo un rato la televisión, mi esposa me dice, que tú con tu televisión todo el día!, no. La televisión puede estar prendida pero yo no la estoy viendo, puedo dejarla horas. Hay televisores donde quiera, yo creo que unas seis, a veces están todas prendidas, y antes me preocupaba yo. A veces los hijos, yo y mi esposa. Yo me preocupaba por la luz, pero veía que aunque la usábamos era lo mismo o igual.

(José, esposo de Margarita)

A= *Existe una hora en que pueden estar al mismo tiempo encendidas tres o cuatro*

J= *Sí, viendo diferentes programas*

A= *¿Pero en algún momento en que se encienden las cinco?*

J= *Puede ser, porque a veces mi hijo está viendo un programa en el garage, yo estoy viendo otro acá, allá la niña ve otro. Irene tal vez en su cuarto viendo otro, o no sé si el mismo, y en mi cuarto también. A veces si están las cinco encendidas,*

(Janet)

Existen también situaciones extremas en los hogares donde se tiene encendida la televisión durante casi todo el día, transmitiendo un programa seguido de otro sin selección. Es el caso del hogar donde vive Engracia, una de nuestras informantes del grupo de las señoras adultas (grupo B). Ella no tiene un trabajo fuera de casa, pasa la mayoría del tiempo dentro de su hogar. La programación televisiva del canal hispano 34, es una compañía permanente desde la mañana hasta la noche.

Está prendida la televisión de las siete y media vemos El Chavo, luego veo Casos de la vida real a las once o diez, luego la prendo otra vez. Después de don Ramón y El Chavo, sigue la película, películas muy bonitas a veces, a veces no me gustan porque es de mucho matar y pelear y todo eso, mejor la apago. Luego después la pongo en esos programas que salen de problemas de matrimonio, drogas. Ahora salió el programa de los cholos, que hay cholos buenos y malos, de las pandillas. Luego en la tarde todos los programas me los sé. Son muy interesantes, el de Cristina, el de Laura, La corte del Pueblo, luego las noticia.

... A mí me gusta mucho la programación del 34 por las novelas, nomás que ahorita no me he enviciado con ninguna del medio día. Pero antes sí, miraba las novelas de la una. Luego desde la una hasta que salían las noticias miraba novelas. Y ahora ya no les he puesto atención a las de la una. Y cuando yo no le empiezo a ver la novela desde que empieza, ya después no le puedo agarrar.

(Engracia)

La diversidad en gustos de los miembros del grupo doméstico también favorece la exposición individualizada de lo que se ve en las pantallas. Los hijos pequeños prefieren ver programas de dibujos animados en inglés la mayoría del tiempo, o programas combinados de inglés y español. Con la finalidad de lograr

una proximidad con sus hijos, algunas veces los padres invitan a sus hijos a ver programas en español, pero en ocasiones lo consiguen, otras no. Esta intención de los padres de lograr un acercamiento con sus hijos nos habla de la función que puede tener la televisión como mediadora de las relaciones y conflictos sociales, como lo ha referido Morley (1993:202-203) en sus investigaciones con familias británicas, y también nos habla de la propuesta de los usos sociales de la televisión que apunta Lull (1990), particularmente lo que define como "usos de relación", en el sentido de que el aparato televisivo puede ser un pretexto para que padres e hijos puedan estar juntos y conversar.

Con mis hijos, yo a veces me los acomodo, les digo así, ven vamos a ver el fútbol, pero ellos dicen, no! se voltean y se van... Acabo viendo solo, yo veo a veces cartones por estar con ellos, los canales esos, donde pasan caricaturas. A veces les gusta mucho la lucha libre que yo les pongo de México porque a veces, él dice que Oh, aquí si es real, dice acá en inglés, nomás hacen puros ruidos, pero acá se ve sangre, ve que se avientan, dan vueltas, son de más actividad. Ahí la llevamos

(José, esposo de Margarita)

Las preferencias de los hijos no siempre son coincidentes con las de la madre o del padre (o abuelos en su caso) que siempre ven programas en español. Los esposos de las informantes principales se inclinan por los noticieros, las películas y el fútbol. Las telenovelas son preferidas como primera opción por las madres de la familia, sus esposos aunque no asumieron el interés y gusto por las telenovelas, sí las ven y tienen competencia para comentarlas, algunos ven las novelas de la red Univisión, otros las novelas de la red hispana Telemundo donde se transmiten telenovelas brasileñas.

Así como la cantidad de aparatos y los gustos diferenciales conducen a exposiciones televisivas individualizadas, hay excepciones, no todas las reglas pueden ser determinantes. Estas excepciones pueden ser: 1) coincidencia de los miembros en un espacio público del hogar, por ejemplo la sala. 2) afinidad en

gustos de alguna programación específica, y; 3) la transmisión de programas especiales en la televisión.

1). *La coincidencia en un espacio de la casa.* En algunas ocasiones la sala de la casa es el espacio que puede hacer posible una exposición grupal a la televisión. Cuando hay oportunidad de coincidir, por ejemplo cuando se regresa del trabajo o de realizar alguna actividad fuera de vivienda o cuando hay un programa afin, los miembros ven televisión en sala por breves momentos. Pero después, se retiran a sus cuartos a continuar sus actividades y seguir mirando televisión, inclusive a veces los mismos programas, las mismas telenovelas, pero prefieren la intimidad de sus espacios privados. No saben y ni les interesa saber lo que está viendo el otro.

... allá sí tenía un televisor en cada cuarto, era la casa de tres recámaras y había un televisor en cada cuarto mas el de la sala... Mis hijas en su cuarto veían sus programas, yo tenía otro en nuestro cuarto y mi hija la mamá de los dos niños, cuando vivía con nosotros, ella también tenía su televisor

A= ¿Y cual se veía con mas frecuencia?

O= Era el de la sala, porque había veces que, llegando prendíamos... después cada quien, cuando terminamos... porque yo llegaba del trabajo y me ponía a cocinar y como de la cocina se veía el televisor. Yo llegaba, lo prendida y en lo que estaba cocinando estaba viendo u oyendo.

(Ofelia)

2). *Afinidad en gustos.* Aunque cada miembro del grupo tiene sus gustos particulares que les motiva a mirar televisión dentro de sus habitaciones privadas, puede haber afinidad en los gustos. Eso se muestra claramente en la recepción de las telenovelas. Por lo regular hay hijas jóvenes y adolescentes que les gusta mirar (siempre o frecuentemente) las mismas telenovelas mexicanas que ven las madres. O casos de nietas que les gustan las mismas novelas que la abuela (para el caso de las mujeres más adultas, del grupo B). Las madres y abuelas muchas veces influyen en los gustos de sus hijas y nietas en sus hábitos televisivos, en el sentido de que las invitan a mirar las telenovelas y les comentan sobre los contenidos de lo que ven. Cuando madre e hijas, o abuela y nieta (caso

concreto y muy visible de Luisa y María del grupo B), coinciden en ver telenovelas mexicanas lo hacen regularmente en la televisión ubicada en la sala de la casa (aparato que se enciende casi siempre por decisión de la madre), no la ven en las habitaciones privadas. Eso no es una constante diaria, pero sucede. En el capítulo anterior, cuando analizamos los resultados de los grupos de discusión, ya mencionamos la forma como las madres pueden ser mediadoras en las elecciones televisivas de sus hijas. Más adelante, vamos a seguir recuperando este asunto sobre la coincidencia y diferencia en gustos de las telenovelas mexicanas entre diferentes generaciones, así como las conversaciones generadas a partir de lo visto en la narrativa de las historias de amor presentadas en televisión.

3). *Programación especial.* Días después de la caída de las Torres Gemelas de Nueva York el martes 11 de septiembre del 2001, en Estados Unidos y en el mundo se vivía una situación de temor e incertidumbre por el acto terrorista ocurrido. La televisión fue la fuente de información inmediata que reforzó ese llamado a la solidaridad, a la unidad nacional y global por la tragedia acontecida. Para muchos hogares, lo transmitido en la pantalla televisiva fue un pretexto para la exposición a la televisión en colectivo. Los hogares de inmigrantes visitados en ese periodo no fueron la excepción. Había una preocupación por compartir el sentimiento colectivo y el dolor humano de lo ocurrido. Se buscaba ver la televisión para enterarse de cualquier información al respecto del dolor, las muertes, las búsquedas de los culpables, los comentarios de los especialistas en el medio oriente, entre múltiples temas. Aunque dominaban la información de los canales en español, en múltiples momentos, cuando algún hijo de la familia tenía en sus manos el control remoto, se buscaba también ver las noticias en inglés. Estos fueron de los pocos momentos donde había reunión grupal y sociabilidad entre los miembros de las viviendas, comentarios recurrentes surgían a propósito de lo visto.

2. La hora de telenovela en el hogar

El acto de ver televisión es un ritual cultural, una especie de "ritual moderno" (Lull, 1990; Fachel, 1990) porque hay una disposición de tiempos (rutinas), situaciones y actores dispuestos a poner en escena ese ritual. Dice Fachel: "La noción de ritual es la que mejor define la práctica regular de reunión de personas, donde cada una ocupa un lugar determinado, observando una convención previamente establecida y donde hay una movilización de afectos, emociones y actitudes que corresponden a expectativas criadas por la repetición continua del propio evento" (1990:48).

En el caso de las mujeres y su relación con las telenovelas que fue nuestro foco principal, ese ritual no siempre llega a ser compartido con otros receptores (aunque haya influencia en los hábitos de ver de las hijas y nietas). El cuadro siguiente (Núm. 4), sintetiza los patrones de exposición televisiva preferida por las entrevistadas. Los datos de este cuadro, fueron incluidos con base en la información proporcionada por las propias mujeres, con apoyo de la observación etnográfica dentro de las viviendas, de quien escribe este texto.

CUADRO NUM. 3

Formas y modos preferidos de ver telenovela dentro de casa

Informante	espacio de casa	compañía	actividad preferida
<i>Grupo A</i>			
1.Rosa	sala (casa madre)	mamá	conversar
	recámara (casa propia)	sola	ninguna, descanso
2.Mirella	sala	sola	ninguna,descanso
3.Georgina	recámara	sola	ninguna, descanso
4.Angélica	recámara	sola	ninguna, descanso
5.Ofelia	recámara	sola	ninguna, descanso
	sala	hijas jóvenes	conversar
6.Dolores	recámara	sola	ninguna, descanso
	recámara	esposo	descansar
7.Lorena	recámara	sola	ninguna, descanso
8.Lourdes	recámara	sola	ninguna, descanso
9.Margarita	recámara	sola	ninguna, descanso
	cocina	sola	comer o servir comida
<i>Grupo B</i>			
10. Luisa	sala	sola	ninguna, descanso
		nieta, hija	conversar
		esposo	conversar
11.Juana	sala	sola	ninguna, descanso
		con hija	conversar
12.Engracia	sala	sola	ninguna o tejer
		hija, nietos	conversar
		esposo	ninguna
13.María	sala	sola	ninguna, descansar
		hija, nietas	conversar
14.Rosario	cocina	sola	ninguna, descansar
		amigas del trabajo	platicar, servir comida

En sus estudios sobre usos sociales de la televisión, Morley (1993) comenta que las mujeres disfrutaban más la televisión y sus programas de ficción cuando están solas en sus hogares (de forma silenciosa), o bien están conversando con amigas íntimas. La presencia de otros miembros de su familia en la casa que habitan, les recuerda sus roles de género y compromisos domésticos. Esta situación les lleva a experimentar un cierto "placer culpable", pues el tiempo que dedican para ver televisión, pudiera estar dedicado a otros quehaceres del hogar, y cuando están solas no sienten eso.

En nuestro trabajo de investigación, la experiencia de ver telenovelas para las mujeres se disfruta de forma individual dentro de sus recámaras-dormitorios sin interrupción alguna, de forma silenciosa, en soledad y sin atender sus compromisos hogareños. Tal como es señalado en investigaciones con familias británicas por Morley (1993), así como la investigación de Covarrubias, et. al. (1994) con familias mexicanas. De acuerdo a las declaraciones de las propias mujeres inmigrantes, los espacios privados les proporcionan paz y tranquilidad después de largas jornadas de trabajo ya sea fuera o dentro de casa, hay programas que sí les gusta compartir por ejemplo los cómicos en español, pero las telenovelas prefieren verlas ellas solas la mayor parte del tiempo. La complicidad y experiencia individual de la recepción de telenovela por parte de las audiencias, particularmente femeninas, permite generar un tipo de placer constante, repetitivo y permanente.

En ese sentido, ver telenovela es permitir que los sentimientos personales y experiencias vicarias de las audiencias afloren y refuercen esa experiencia placentera durante y después de la transmisión de la telenovela. Como universo fragmentado, precede la emisión, le acompaña en diálogo constante y comparaciones simultáneas, y no desaparece con el fin del capítulo, sino que le sobrevive en múltiples textos y discursos (González, J. 1998). Evidentemente, los que escriben y producen las telenovelas o seriales, tienen la intención de establecer con las audiencias una "promesa de placer" para atar a las audiencias,

como señala Ien Ang (1985:19-20) en su análisis sobre la recepción del serial americano *Dallas*⁹. Por su parte, las audiencias construyen un tipo de placer emocional de identificación, proyección y reconocimiento, que reconoce y valida los problemas (particularmente de la audiencia femenina), dentro del marco de la ficción.

En nuestra investigación, la idea del "placer culpable" apuntado por Morley (1993), la "promesa de placer" o "placer de reconocimiento" señalada por Ien Ang (1985), puede ser experimentado ocasionalmente, sobre todo por las mujeres más adultas (grupo B), que son las que permanecen más tiempo dentro de la casa y a quienes suelen realizar actividades hogareñas durante la hora de la telenovela. Si por coincidencia en tiempos y actividades, llegan a compartir su experiencia televisiva con sus hijas o nietas y conversan acerca de lo que están viendo en la sala de la casa, la compañía es bienvenida. Las mujeres adultas (del grupo B), son las que permanecen más tiempo dentro de casa, sus hijos ya se casaron y no viven con ellas. Por lo tanto, cuando una de sus hijas o nietas está en casa de visita, les agrada la compañía. Definitivamente, para ninguna de las mujeres, la presencia del esposo es bien recibida. Más adelante abundaremos al respecto.

Siento que cuando estoy viendo las novelas, es cuando yo puedo descansar, estoy descansando, que nadie me este molestando, me relajo, es cuando yo descanso. Por eso me 'empico' y no quiero que nadie me moleste, por eso veo las novelas de cómo a las 8 a las 9 o 9-9:30, luego voy a dormirme.

(Margarita)

Pues nomás estar sentada, porque las demás horas ando como duende, para arriba y para abajo, estorbando aquí y allá ... La disfruto mas yo sola, porque no me gusta que me estén diciendo ya cállate, cállate que... o decirles cállate que no me dejas oír.

(Lorena)

⁹ De acuerdo con la autora, la promesa de placer es el valor de uso a través del cual la industria televisiva busca convencer y seducir a los espectadores para que miren *Dallas* en sus hogares. Una promesa de placer accesible, donde el melodrama y las historias narradas sean de fácil lectura e identificación por parte de las audiencias.

A diferencia de las más jóvenes que prefieren los dormitorios de sus casas para ver la telenovela, el espacio preferido para las mujeres más adultas es la sala de su hogar. Como estas mujeres pasan mucho tiempo dentro de casa, la televisión es su principal compañía, ellas ven muchas horas de televisión, por lo tanto, optan por el espacio de la sala, porque dentro de las habitaciones se sienten encerradas. Les incomoda ver las novelas con personas que no tienen competencia de la trama, porque pregunta y las distraen.

... prefiero ver las telenovelas yo sola, porque a veces están hable y hable y no me dejan oír, no le toma uno el sabor... Si estoy con alguna persona que las conoce, y que le gusta, que esto y que lo otro... para acá y para allá, esta bien. Pero cuando hay personas que le están preguntando, oye y que es eso, oye y como se llama eso, oye quien es ese fulano de tal.... ¡no!

(Juana)

En términos de exposición ante la pantalla, ver telenovelas es una actividad individual, pero el sujeto siempre se está estableciendo con lo visto un tipo de comunicación y construcción de sentidos. Ver telenovela es también una acción catártica, la propia especificidad de la narrativa (mezcla de emociones) puede estimular la generación de sentimientos catárticos en sus espectadores, particularmente femeninos. De acuerdo con E. Nordlund (1990), el uso de la televisión puede provocar descargas emocionales a ciertos sentimientos acumulados en la memoria del sujeto.

A ese tipo de catarsis que provoca la telenovela, puede entenderse también como un tipo de placer alimentado por lo que González, J. (1998) califica como "placer del secreto". Este autor apunta que una forma de interacción de la audiencia con la telenovela y de los ganchos diarios, es a través de la "fascinante complicidad del secreto", pues los receptores siempre están al pendiente de

varios de los secretos que deben revelarse durante la transmisión de la telenovela y en el desenlace¹⁰.

Como lo comentamos en el segundo capítulo, durante muchos años, las telenovelas mexicanas no han modificado mucho sus estructuras narrativas (los modos de contar). Las audiencias conocen muy bien las estrategias utilizadas por los escritores para contar las historias y argumentar los nudos climáticos. Como género televisivo de ficción serial, la telenovela es de fácil apropiación y comprensión para las audiencias. Los receptores pueden estar viéndola al mismo tiempo que realizan otras actividades, inclusive por el mismo conocimiento que las audiencias tienen del género televisivo, hasta es posible conocer y disfrutar la trama sólo con estar escuchando, sin la necesidad de ver las imágenes. Rosario, una informante del grupo de las mujeres adultas, por motivos de trabajo, al no contar con todo el tiempo para sentarse y ver telenovela sin interrupción, interacciona con las telenovelas a través del oído, de esta forma incentivan su imaginación.

Preparo la comida, no estoy viéndola pero estoy escuchándola. El escuchar, a veces voltea uno a ver, mas o menos uno se imagina lo que esta pasando. Pero es mas bien de oído... Sí, porque el escuchar se profundiza uno mas, muchas cosas, tiene más receptiva de lo que están diciendo, claro lo visual también ayuda mucho.

(Rosario)

Doña Juana, es otro caso que puede escuchar las telenovelas y saber las problemáticas que se entrelazan en la historia de amor, ella está muy involucrada con las novelas, es capaz de reconocer las voces de los actores. Ella llegó a Estados Unidos antes de que fueran inauguradas las redes de televisión hispana,

¹⁰ Esa reflexión sobre el 'placer del secreto', la sugiere González, a partir de la propuesta de Simmel sobre las relaciones sociales. Simmel sugiere la idea del *tertius gaudens* como "un tercer elemento cuya intervención en la vida social puede desbalancear o equilibrar las interacciones entre dos personas, asimismo goza del conocimiento y explotación de su posición con respecto a una diada de actores en conflicto" (op. cit.: 64). Este tercero refiere a una forma de relación con la ficción a través de la tomar partido en la telenovela a través del conocimiento de secretos que incluso, otros miembros de la pantalla no saben.

durante su estancia en Los Angeles, ha visto la mayoría de telenovelas mexicanas. Esta familiaridad que tiene con el formato de las novelas le permite hasta seguir una novela prestando atención en las voces de los actores y ver al mismo tiempo juegos de béisbol. Usando dos aparatos, ella logra disfrutar simultáneamente sus programas favoritos. Dentro de su lógica de recepción, la telenovela mexicana se puede seguir con el oído, y el béisbol se puede seguir con la imagen visual.

J= Muchas son artistas mexicanas y la pura voz yo las conozco ... Si, ni que las vea, con el simple hecho ... A mí, me gusta mucho el juego de béisbol, y con tal, aquella chiquita (otra tele) me la traía y me la ponía aquí así, nomás para ver el juego, pero sin voz. Viendo el juego y oyendo la novela. Los dos al mismo tiempo..., casi conozco las voces. Entonces estoy viendo el juego, pero estoy oyendo la novela. Porque el juego no tiene voz, nomás el puro retrato.

A= En las dos televisiones ve el béisbol y las novelas, ¿en mucho tiempo hizo eso?

J= Como en dos años, en dos temporadas y ahora ya últimamente no. Tomo esa y me gustó la serie mundial, es lo que me gusta. O el show de las estrellas porque están los mejores de los equipos.

(Juanita)

Si bien es cierto que en años atrás, las estructuras narrativas de las telenovelas eran dirigidas preferentemente para públicos femeninos, esa situación ha cambiado con el tiempo. Actualmente, las telenovelas son dirigidas para públicos diversos. Aunque las audiencias femeninas siguen siendo mayoría, cada vez son más las audiencias masculinas que gozan de estos géneros televisivos, aunque no sea un gusto declarado, hay muchos hombres que ven telenovelas. En nuestra investigación las mujeres como informantes principales, dijeron que les incomodaba ver telenovelas mexicanas en compañía de sus esposos, por la actitud de indiferencia que asumen cuando ven la televisión. Cuando hubo oportunidad de entrevistar a sus esposos, éstos reforzaron este argumento. Ellos miran televisión de forma más absorta, concentrada, sin interrupción, sólo se levantan de sus lugares durante los cortes comerciales, pero casi todo el tiempo, miran procurando que nada los distraiga. En ocasiones,

toman el control remoto y pueden ver varios programas a la vez, entre ellos las telenovelas, pero su atención siempre está en la pantalla, no se distraen y ni conversan. Ellos se sienten incomodados si las mujeres les preguntan sobre la narrativa de la telenovela. Cuando ellas, sus esposas, suspenden por algunos momentos su atención en lo visto porque tienen que realizar alguna actividad y preguntan a sus esposos sobre la información que no han visto, ellos siempre contestan malhumorados e incomodados, no les gusta asumir que conocen la historia de la telenovela en cuestión.

Antes cuando mirábamos mi esposo y yo la misma novela, me decía no, no te voy a platicar, él no me quería platicar, por que él es así, dice: hubieras estado ahí, nomás es así ... se reía, decía, no, no te voy a platicar... y ¡no me platicaba!, y ¡no me platicaba!

A veces la veo con mi esposo. Pero luego me dice cosas que me hace enojar. El me habla, y lo hace para hacerme enojar, no para decir algo bien de la novela, es para criticarlo y me hace enojar. Por eso yo le digo, nomás vete a ver la tuya, déjame concentrarme

(Margarita)

Él me dice a veces, ¡qué, no la viste!... cuando le pregunto de la novela, porque a veces me duermo, en qué quedó le digo,... ah, para qué te duermes, por qué no la viste, no me quiere decir... Me dice a veces, cállate mejor, tienes que mirarlo. Porque a veces me paro, voy al baño o algo, y digo, ay, qué le pasó o algo... y no me dice.

(Georgina)

Tal vez el hecho de contarle a la mujer en qué se quedó la novela, es una forma evidente de asumir su gusto por lo que ve en pantalla chica. Y aunque las vean frecuentemente (no siempre todos los días) y los demás miembros de la familia lo sepan, no es digno de asumirlo, prefieren tener una actitud de indiferencia o desconocimiento. O no dicen, o de plano actúan como si no supieran explicar los acontecimientos de lo visto, esa es una estrategia que evita que sus esposas les estén preguntando, como es el caso del esposo de Dolores.

Yo le he preguntado así varias veces a mi esposo, o luego le digo, voy a ir al baño, o voy a ir a hacer la cena, mientras hay me cuentas que pasó, que si se fue o que si quedó, en lo que se haya quedado, y luego ya cuando regreso, le digo, qué pasó. A veces sí me dice, no pues que le dijo, y que esto, y que lo otro, pero a veces no me sabe explicar y mejor ya no le pregunto.

(Dolores)

Por otro lado, a los esposos también les gusta ver la telenovela solos, ellos asumieron que efectivamente, no les gusta decir y tampoco que les pregunten. Ver telenovela, tanto como ver una película es una experiencia completamente individual. Si durante la transmisión de la telenovela el marido tuviera que levantarse por unos momentos de su lugar por alguna urgencia (o necesidad biológica, por ejemplo ir al baño), prefiere esperar hasta los comerciales antes que preguntar a su esposa. Veamos los argumentos de Eleazar durante la entrevista para este trabajo.

A= Y cómo le gusta ver una telenovela, ¿solo o acompañado?

E= Ahí solo, es mi manera, lo mismo que mirar una película, no vamos a hablar de detalles, ya cuando se acabó, se acabó. Si ella (su esposa) está ahí o aquí, más bien aquí, si está aquí, se acabó la película, no hablo de detalles. Sí, se acabó, se acabó

A= Es una experiencia individual

E= Sí, cada quien que se haga sus ilusiones y lo que está viviendo

A= Pero si tiene una duda con algo y lo quiere compartir, qué hace

E= Ahhh (piensa en silencio)... No, no lo pregunto a ella ni a nadie

A= Pero si de repente tiene algo que se le fue, se distrajo, ¿no?

E= La verdad no, porque cuando estoy viendo una novela, si me dan ganas de ir al baño, me aguanto hasta que se acaba, para no andar preguntando.

(Eleazar, esposo de Georgina)

Queda claro entonces que los esposos quedan excluidos de la experiencia de ver telenovelas con las mujeres, por la actitud asumida hacia ellas. Además, ver telenovelas es un tiempo que las mujeres destinan para ellas mismas, para descansar y relajar después de las jornadas diarias. En ese punto hubo consenso en las entrevistas de las mujeres así como en los grupos de discusión donde participaron mujeres. Estudios sobre telenovela mexicana ya han reflexionado

sobre el "espacio de conquista" que tienen las mujeres cuando ven las telenovelas (González, S. J. 1998; Covarrubias, et. al, 1994), un espacio que les proporciona un tipo de "poder simbólico" (Lull, 2000) que no tendría de otra forma en ninguna actividad o circunstancia cotidiana. Se trata de un cierto tipo de poder sobre el texto, que no significa necesariamente un poder sobre el proceso de producción o el proceso de comercialización.

A la hora de la telenovela, "hora sagrada", las mujeres suspenden sus actividades cotidianas, ellas defienden el espacio porque sienten que lo merecen y nadie puede negárselos. Esa definición del tiempo ganado, lo ha explicado Janice Radway (1984) en su análisis sobre la experiencia de lectura femenina de novelas románticas. Esta autora dice que la lectura de novelas románticas, además de ser una forma de experimentar placer por la ficción (conviviendo con fantasías y sueños donde un hombre ideal va a satisfacer las necesidades emocionales), está asociado con los momentos de privacidad, de las demandas laborales y demandas familiares de las mujeres. De acuerdo con sus entrevistas, la lectura de novelas románticas, es como una declaración de independencia de las mujeres, en el sentido de que pueden marcar una barrera entre ellas mismas y sus deberes familiares. Los momentos en que ellas toman el libro en sus manos y s ponen a leer, pueden convertirse en espacios de auto-liberación temporal (a sus compromisos cotidianos y sus deberes para los otros), que permite a las mujeres, como dice Radway "negar y rechazar la abnegación", por unos momentos. Además, la lectura puede ser también un momento compensatorio porque canaliza necesidades insatisfechas en su vida social.

Una característica central que comparten el grupo de las mujeres entrevistadas en nuestra investigación, es la doble jornada laboral, mujeres que trabajan dentro y fuera de casa. Por lo tanto su decisión de hacer un espacio para ver telenovelas, durante un tiempo demarcado y ganado como propio (en términos de Radway) es más que merecido.

Pues sí, se enojaba mi esposo, por eso decía que no le gustaba estar dentro de la casa porque yo me la pasaba nada más viendo telenovelas ... Porque si le decía, yo también tengo derecho, trabajo, llego, te hago tu comida y ya te la tengo lista y pues ya, si tú no comes es porque no quieres, le digo, porque yo ya hice todo lo que pude

(Ofelia)

La dejó ahí, como ahorita si le cambio, se va a molestar (rie). Simplemente, como dice ella, no hay otra cosa que es parte del entretenimiento, y se olvida uno de la rutina del trabajo, es un modo de distracción.

(Zeferino, esposo de Mirella)

Para evitar que la mujer se moleste y generar un problema posterior, los esposos no interrumpen a las mujeres cuando ven su telenovela, saben que la mujer decidió y no pueden hacer nada para impedirlo. Ese argumento también fue dicho en consenso durante las sesiones grupales realizadas con jornaleros. Si deciden quedarse a ver la telenovela como ya lo comentamos, ellos no expresan nada respecto a lo que están viendo, pero si optan por no ver la telenovela, entonces se van a ver la televisión a otro lugar o de plano esperan a que se termine el capítulo para decidir la programación. Como dice un informante del grupo de trabajadores, "para evitar problemas".

No puedo evitar que no vea su novela. Entonces lo que yo hago es apartarme, y dejarla que vea tranquila la novela. Eso no significa que no haya unión, si no tengo trabajo en el hogar, hay comunión. Nada más darle gusto a la mujer que quiere ver su novela, que la vea. Entonces si a mí, no me gusta, yo soy el que me voy a apartar, pero eso no es un error porque es asunto mío. Sino que eso, quiero evitar problemas

Grupo V

(hombres 25-55 años, estrato bajo, permanencia variable en USA)

El comentario de este informante, es un ejemplo de la forma de cómo la telenovela puede funcionar como una mediación de los conflictos que se pueden dar al interior del hogar durante los momentos de exposición televisiva. El "evitar problemas" es traducible en "evitar el conflicto". La función que cumple la televisión como una mediación de conflictos sociales ha sido referido en el

texto de Lull (1990) sobre los usos sociales, particularmente lo que él califica como uso relacional y en el trabajo de Morley (1993). Ambos señalan que ver televisión para muchos de los miembros del hogar, puede llegar a ser una forma de tener mayor contacto con su familiar durante los momentos de exposición televisiva, aunque no les guste el programa, pueden llegar a verlo porque es la hora de sentirse cerca de los suyos -hijos o esposa (o)- en el mismo espacio de convivencia¹¹. Apoyados en nuestros datos, páginas atrás, hemos aludido a la proximidad que buscan los padres al sentarse a mirar televisión con sus hijos.

El hecho de que las mujeres mexicanas que residen en Los Angeles prefieran ver la telenovela de forma individual, como lo hemos venido diciendo, tiene que ver con la organización funcional del hogar: varios aparatos, las preferencias y sus rutinas. Sin embargo, la exposición individual ante la pantalla televisiva, no significa que desaparezca completamente la conversación sobre lo visto, aunque no se llegue a dar durante los momentos de exposición televisiva, ésta se pueden generar posteriormente, con los amigos, en el trabajo como sucede en nuestros casos. Ellas sí optan por conversar, los esposos prefieren guardarse la experiencia para ellos mismos.

Yo sola, porque así puedo escuchar y concentrarme más en lo que dicen, y me gusta conversarlo con mis amigas, porque ellas también las miran. Mis amigas de la escuela.

(Lorena)

El sentido de ver telenovela, no se agota durante el momento de exposición, el proceso de recepción no termina al acabar un episodio. La recepción de telenovela es continua, se refuerza y alimenta en la vida cotidiana, en el presente y el futuro y estimula la memoria constantemente. La recepción como proceso social y cultural, involucra un proceso hermenéutico de constante reelaboración simbólica discursiva durante y después de la transmisión de los

¹¹ D. Morley (1993:203) hace referencia a esta idea de la mediación del conflicto, a los trabajos de Baussinger (1984), así como de Lindlof y Traudt (1983).

capítulos. "La interpretación, como diría Gadamer, no es una actividad exenta de presuposiciones: es un proceso activo, creativo, en el que el intérprete lleva consigo una serie de supuestos y expectativas para tratar con el mensaje... Muchas de las asunciones y expectativas que un individuo emplea en el proceso de interpretación poseen un amplio carácter social e histórico" (Thompson, 1998:65). Se trata de un proceso dialógico (Bajtin) de reproducción y diseminación de sentidos interminables. Un mensaje de telenovela o determinados sentidos son reapropiados varias veces en otros escenarios de la vida social. Por ejemplo en las conversaciones múltiples de los sujetos más allá del hogar, en el gran mercado de la industria cultural surgido alrededor del tema de la telenovela (revistas, música, lanzamiento de actores y cantantes, ropa, productos de consumo diverso). Existen una gran variedad de foros de discusión sobre las telenovelas en diversas páginas de internet.

Esta reapropiación y resemantización de telenovela por parte de la audiencia, forma parte de la "naturaleza polisémica y popular", de los textos televisivos a lo que refiere Fiske (1991). De acuerdo con él, un texto televisivo sólo puede ser popular si es suficientemente abierto para admitir una variedad de lecturas negociadas y pluralidad de significados atribuidos por la audiencia. Los espectadores pueden leer y relacionarse con el texto televisivo (en este caso telenovelas) en una variedad de escenarios como los que hemos mencionado . Por otro lado, este mercado cultural surgido alrededor de la telenovela (industria del espectáculo y marketing antes, durante y después de la transmisión de la telenovela), forma parte también de la naturaleza intertextual (Kristeva, 1978) de la telenovela.

3. A ver la tele desde la llegada

Como ya lo comentamos páginas atrás, las épocas de emigración a Estados Unidos de nuestras entrevistadas son muy variables. Las cinco mujeres de mayor edad, emigraron entre los años cincuenta y sesenta; Juana, con más años de residencia que todas, llegó en 1951. Cuando las mujeres mayores llegaron a Estados Unidos (Luisa, Juana, Engracia, María y Rosario), aún no estaban consolidadas las redes de televisión en español, los inversionistas aún no consideraban a la televisión un negocio rentable, por otro lado, los hispanos no habían alcanzado un crecimiento sustantivo como el que se tiene ahora. Por ejemplo la población mexicana en los sesenta llegaba al 1% de la población total americana.

Si bien la primera red de televisión hispana, *Spanish International Network*, antecedente de Univisión, data de inicios de los sesenta, la consolidación se llega hasta 1981, con el inicio de la televisión por satélite y la expansión de estaciones repetidoras que comienzan a transmitir programas producidos directamente desde Televisa, México. Durante los años sesenta, la televisión en español no tenía una programación estructurada, escasos programas con horarios diversos. Había sólo una novela por día. La señora Juana, recuerda esos tiempos.

Cuando nosotros llegamos aquí, nomás los viernes a las doce de la noche daban una película en español, en el 65 o 66. A la media noche. Y la primer novela que vieron aquí fueron Los Hermanos Coraje que me acuerdo era Jaime Fernández, Andrés García y otra. La daban media hora todos los días, de las nueve y media de la mañana a las diez.... Llegaba yo a ver el pedacito de la novela la media hora y de ahí volando para el trabajo ...Fue la primera que vieron aquí, pero de media hora en el canal 13, porque le digo que no había programas en español. Cuando entró el canal 34, hicieron la inauguración en El Coliseo. No nos la perdimos.

(Juana)

Si bien la televisión no se había desarrollado del todo en la década de los sesenta y setenta, los mexicanos radicados en Los Angeles leían algunos impresos en español, entre ellos el periódico *La Opinión* fundado en 1926 y actualmente uno de los impresos hispanos de mayor circulación. También se

escuchaban algunas estaciones radiofónicas. Una de las informantes recuerda con nostalgia, las épocas difíciles de llegada y adaptación al país receptor, cuando la industria cultural no hacía el eco que tiene ahora y el uso del español no era tan usual.

D= ...sentía mucha tristeza, aparte de que, lugar que iba, el idioma, el idioma, el idioma... En aquel tiempo que nos vinimos no había canales en español, ni radio, muy poco y se oían las estaciones muy mal. No estaba el 34, no habían los canales, inclusive no había tiendas que dieran comida de México, no había novelas ni nada, sólo canales en inglés nada más. Cuando empezó a salir canales en español, no se lo perdía uno, porque sentía que era parte de uno, no quería perderlo.

(Dolores)

La llegada y adaptación al país receptor para cualquier emigrante solo o con familia, casi nunca es fácil y más aún si no cuenta con documentos de residencia legal. Para los recién llegados, inicia una dinámica de conocimiento y reconocimiento por la nueva cultura. Los primeros días y meses casi no salen de sus espacios privados, el miedo a la deportación los lleva a pasar mucho tiempo dentro de las casas donde han llegado.

En todo el proceso de adaptación y llegada al nuevo territorio, la televisión es uno de los principales medios de interacción. Inclusive hasta para los que llegan con documentos legales y con educación universitaria a Estados Unidos. Al saber que van a pasar ahí una larga temporada o una temporada indefinida, al llegar, la pantalla chica es una posibilidad que ayuda a que la transición cultural no sea tan brusca. Por ejemplo, la experiencia de una emigrante chilena (informante secundaria) al país de las oportunidades, refleja también ese sentimiento de inclusión que puede otorgar la televisión, donde el contacto con el idioma español es fundamental.

Cuando llegué veía más televisión, yo creo que fue por lo mismo, el cambio es muy brusco, de una cultura a otra y adaptarse cien por ciento de golpe no se puede. De alguna u otra manera yo buscaba un espacio de mi tierra, o por lo menos la misma fuerza del idioma, es algo de lo que te sentías desconectada, pues no entendía nada. Si

entendía pero no al cien por ciento y mejor era tomar la tele, poner un canal latino y sentirte mas en familia, sentirte no tan sola, por eso yo me enfoqué mucho a los canales latinos al principio, ¡imagínate, en Estados Unidos todo en Inglés!.

(Carol)

Definitivamente, ver televisión hablada en español se convierte para el emigrante que llega, en una actividad que ayuda a lidiar con la soledad, la novedad y en muchos casos hasta con los largos espacios de ansiedad, cuando se busca trabajo y no se encuentra. Sucede también con la ficción cinematográfica, el trabajo de Norma Iglesias (1991) sobre la recepción del cine mexicano en ciudades fronterizas, habla también de la forma como el cine ayuda al emigrante a escapar de su realidad, ir a ver una película, es una forma de entrar en contacto con la cultura mexicana. De esta manera la televisión y los programas de ficción como las telenovelas, se convierten en uno de los pocos recursos que les ayuda a los inmigrantes mexicanos, mantener el contacto con la cultura que han dejado. Al respecto, el comentario de Dolores lo ilustra.

Pues veíamos más televisión antes, mirábamos más porque no salía uno mucho por el hecho de que te vaya a agarrar emigración en cualquier lado. Sí, no podías salir, y ni dinero, no podías salir, y lo único que tenías era la televisión.

(Dolores)

Cuando llegaron las informantes jóvenes a Los Angeles (grupo A), solas o con sus esposos, les tocó convivir con una oferta de televisión por demás mexicanizada. Al mirar los mismos programas que veían en su tierra como telenovelas, noticieros o variedades (musicales y del espectáculo) les ayudó a no sentir el cambio tan violento. Se encontraban con la "televisión del exilio". Referencia como califica Naficy (1993) a la experiencia iraní de recepción televisiva en Los Angeles. Dice este autor que la televisión proporciona a los receptores iraníes un orden simbólico y discursivo en medio del caos y la incertidumbre que puede proporcionar el exilio, una forma de lidiar con la novedad y recordar el pasado. La televisión es una forma de reafirmar la

identidad de origen en el marco de la vida norteamericana. Así pasa también con los inmigrantes mexicanos, la televisión les da certidumbre en medio del cambio al país receptor¹².

En el caso de las telenovelas, cuando las inmigrantes arribaron, se encontraron con una oferta más amplia, pues además de los horarios nocturnos que estaban acostumbradas a ver, se dieron cuenta que éstas se transmitían durante todo el día. Se llenaban de sorpresa al darse cuenta que las telenovelas que estaban pasando en el tiempo de su llegada, ellas ya las habían visto en México, se sabían las historias, los personajes, las tramas; tenían algo de lo que podrían conversar con alguna otra u otro que hablara su mismo idioma. Ese conocimiento de la narrativa les otorgaba un sentimiento de 'ser parte' del nuevo lugar. La relación con lo semejante y conocido en términos de narrativa audiovisual de telenovelas y de programas mexicanos en español, les ayudaba a negociar su adaptación con las novedades.

Fue muy común y hasta redundante, escuchar a las entrevistadas más jóvenes y a sus esposos, decir que la actividad que más hacían al llegar a Estados Unidos fue ver las telenovelas mexicanas en sus diversos horarios. Durante días, semanas o meses si tenían un televisor enfrente no lo apagaban, contrario se quedaban enfrente mirando y disfrutando de lo que veían. Obviamente, con el tiempo, ellas fueron adaptando poco a poco la oferta televisiva y de telenovelas con los movimientos de sus rutinas diarias: trabajo, hijos, actividades dentro y fuera del hogar. Cuando lograron armar un trabajo fuera de su hogar, que fue el caso de todas ellas, dejaron de ver las telenovelas de la mañana o tarde, y se concentraron en las telenovelas del horario nocturno. Y desde entonces, las telenovelas de las ocho y/o nueve llegaron a ser parte integral de sus rutinas diarias como residentes en Los Angeles. El contacto con el espacio público y con la exterioridad, si bien modificó las rutinas, no sustituyó sus gustos televisivos.

¹² Aunque esta referencia de Naficy (1993) y el contenido de su discurso, la incluimos en la introducción, consideramos conveniente retomarla en esta parte del texto.

En el capítulo anterior, durante los grupos de discusión los jornaleros emigrantes hablaban de la necesidad que tienen de ver una oferta televisiva que les ayude en el proceso de adaptación con una nueva cultura y como auxilio en la búsqueda de condiciones laborales, pues es la televisión hispana uno de los medios de contacto inmediato que tienen al llegar a Estados Unidos. Las horas de exposición a la televisión, se disminuyen, a medida que el sujeto (hombre o mujer) logra insertarse en el mercado laboral y reordenar su vida en variadas actividades fuera del hogar. Pero mientras no hay una situación laboral y un proyecto de vida definido en el país receptor, las horas de exposición televisiva aumentan.

Así como los recién llegados tienden a pasar más horas frente al televisor que las acostumbradas antes de emigrar, el aumento de horas expuestas al televisor, también se presenta con los que han perdido su trabajo o bien con aquellos que han sido despedidos de su trabajo (voluntaria o involuntariamente) y tienen que permanecer más tiempo en casa. En ese sentido y de acuerdo a nuestro trabajo empírico, el grupo de las cinco mujeres más adultas ve más horas de televisión y más telenovelas que las mujeres más jóvenes que tienen que trabajar todos los días fuera de casa. Las horas de exposición aumentan, a medida que aumentan las edades. En el cuadro núm. 2 (datos sobre televisión por hogar), mostrado páginas atrás de este mismo capítulo, mencionamos las horas de televisión por día que se ven en cada hogar. Destacan los hogares donde viven las mujeres más adultas. Por otro lado, los cambios climáticos favorecen también los periodos de exposición televisiva prolongados, por ejemplo las temporadas de frío las personas prefieren quedarse en casa a ver televisión y telenovelas que realizar otro tipo de actividades.

Así como para muchos emigrantes mexicanos, el contacto con la televisión y con las telenovelas mexicanas se intensifica en la etapa de llegada al país receptor, para otros, la relación más estrecha con la tecnología doméstica se inicia precisamente cuando llegan. Es decir, ellos comienzan a ver programas de

televisión cuando llegan al vecino país, pues muchas veces los lugares de procedencia en México son zonas rurales muy pobres, donde no tienen contacto frecuente con la televisión, ni tienen hábitos de vida consistentes en ver la televisión por varias horas diarias. Ellos se involucran más con la información del mundo de la televisión cuando llegan y residen en Estados Unidos que cuando vivían en sus comunidades de origen. Es entonces cuando la convivencia con las imágenes audiovisuales comienza a ser parte de su estilo de vida. Por ejemplo el caso de Eleazar, esposo de Georgina (Grupo A, núm 3). Durante la entrevista tenía 34 años, él entró sin documentos legales a Estados Unidos desde 1988; es originario de El Criadero, Jalisco, una comunidad rural que no tiene siquiera agua potable, comentó que para sus necesidades, usaban el agua del río más cercano. La televisión la veía cuando viajaba a un pueblo cercano, que quedaba a un kilómetro de distancia de la casa de sus padres. Fue a su llegada a Los Angeles que comenzó su demanda por la televisión.

E= En el tiempo que yo estuve allá nunca hubo televisión, puro radio. Nosotros vivíamos en un rancho no hay televisión, nadie tenía. Es más, ahí en mi rancho sólo hay una, dos, tres casas..Era la de mi abuela, la de mi jefe y la de un vecino, y estaban de retiradas por decir unos cien metros cada una de distancia. No estaban juntitas. En el ranchito que estaba como a un kilómetro, nadie tenía tampoco televisión, no había televisión para allá.

A= ¿Pero, si sabía de la televisión?

E= Sí, cuando va uno al pueblo ahí hay televisión. Yo me moché el dedo gordo, cuando estaba en la escuela en quinto grado, me moché el dedo y ya no acabé el quinto grado, ni el sexto. Estuve ahí como siete días en el pueblo, ahí miré la televisión

A= ¿Y cuando se vino para acá, comenzó a ver televisión?

E= Pues sí, porque llegaba del trabajo y a puro ver televisión

A=¿Entonces aquí ya comenzó a ver los programas, a ver las telenovelas?

E= A ver las novelas ¡exacto!, aquí fue donde me 'empiqué' a ver novelas...

(Eleazar, esposo de Georgina)

Así como la experiencia de Eleazar, seguramente habrá muchas, de emigrantes que comienzan a relacionarse con las tecnologías de información como la televisión, cuando llegan al país receptor, porque en su país no tenían

acceso. José, el esposo de Dolores (número 9), es originario de una región rural de Michoacán, él comentó también que en su pueblo hay pocas casas que tienen televisor. Georgina y Angélica vienen de una familia bastante pobre de la región Cardel, en Veracruz. Comentaron que hubo un tiempo que no tenían televisión en su casa, iban a verla a casa de vecinas, ellas vivían en casas de lámina de cartón. Estas experiencias de nuestros entrevistados, reflejan la forma como los procesos migratorios están contribuyendo en la “modernización” de los hábitos culturales y modificando los usos de la industria cultural.

El *Mex Imag* desde la recepción de telenovela

1. El ‘español mexicano’

En los resultados de los grupos de discusión se destacó que la importancia del lenguaje español, estimula un sentimiento de adscripción e identificación con la nación imaginada. Este argumento es también significativo en las entrevistas cualitativas. El lenguaje es el criterio principal para elegir la programación televisiva y las telenovelas. Los receptores saben diferenciar el origen de la producción de las telenovelas por el tono de hablar el español. Particularmente las mujeres, éstas mostraron un sentimiento de rechazo a las telenovelas que incluyen actores que hablan con ritmos y entonaciones gramaticales diferentes al “acento mexicano”. Por lo tanto, las telenovelas de origen venezolano, colombiano, argentino y venezolano no son tan atractivas como las telenovelas de origen mexicano.

No!, a mí no me gustan de otros lugares... hay muy rápidas que no les entiendo... Cuando veo que es de otro acento, no veo esa novela, no me interesa.

(Maria)

Estos puntos de vista fueron muy comunes en todas las mujeres entrevistadas, ellas encontraron una gran diferencia entre las producciones colombianas, argentinas y ya ni se diga de las brasileñas, que son dobladas del portugués al español (y el movimiento de los labios que no coinciden con lo dicho). Este modo de hablar de los personajes, no permite disfrutar la telenovela. Cuando las mujeres rechazan el modo del discurso de los actores, obviamente están rechazando también el contenido de la narrativa y en consecuencia el género televisivo. Las televidentes, prefieren mantener la fidelidad con el género televisivo mexicano. La familiaridad con la novela es una evidencia del sentimiento de proximidad cultural con México.

O= Sabe, la que no me gustó por el acento fue..., no sé si se dio cuenta, que pasaron unas de (pensativa)... Argentina, si, esas si son bien diferentes

(Ofelia)

E= Bueno las mexicanas me gustan más, porque las que son de otros países, pues no. No sé, por su forma de hablar, hablan de otra forma, de otro sonido... Si, ya ve que hablan de otra forma los colombianos, el acento.

(Engracia)

A diferencia de las mujeres, sus esposos no tienen inconveniencia en mirar telenovelas que hayan sido producidas en otros lugares latinoamericanos. Además de la trama narrativa y nudos climáticos que es criterio de elección central de las telenovelas, ellos se fijan en la estética de los personajes femeninos y obviamente en los escenarios exteriores. Aunque saben que el acento es diferente entre una telenovela mexicana y una que no lo es, no les incomoda y tampoco es limitante para dejar de ver la novela. Inclusive, hasta les llama la atención la buena traducción que se hace del portugués al español y la adecuación de los personajes a las voces.

J= Esa novela..., ¿cómo se llama?, pues es muy bonita porque es como Río de Janeiro, sale la estatua de Cristo y luego salen..., me gusta porque tienen las bahías llenas de edificios bien altísimos y lujosos, bien verdes los cerros, y luego las artistas son diferentes, son traducidas, bien traducidas porque les acomodan la voz en español perfecto que quede así bien

A= Le gusta ese español o preferiría con 'español mexicano'

J= No, pues ese español es mexicano, no sé de dónde será ese español... a veces mi hija viene y se sienta, y dice, ellas no están hablando, y le digo, no pues están traducidas, es que ellos están hablando el portugués, porque a veces la voz es diferente, no coincide la voz con el movimiento, pero las voces que les acomodan a toda la gente, son bien traducidas.

(José, esposo de Margarita)

Así como José, esposo de Margarita, es seguidor de las telenovelas que no tienen origen mexicano, también Eleazar, el esposo de Georgina; además de las telenovelas mexicanas, a Eleazar le gustan las brasileñas y las argentinas, particularmente le llama la atención el tono del español de los actores argentinos. Es el contenido narrativo de la historia, el criterio de elección de las telenovelas, no tanto el acento o tono de hablar español de los actores.

E= Este, yo como mexicano veo todos los días novelas mexicana, el día que veo una novela argentina es diferente, hasta por el hablado, ¿edá? Una brasileña también es diferente

A= Y que le gusta más del acento, que es argentino o mexicano

E= Me gusta el acento argentino fíjate, no sé por qué, se me hace chistoso como hablan. No porque sean mejor que nosotros, porque ellos para decir 'pendejo' dicen 'boludo' o 'pelotudo'. Uno dice no, eres pendejo, sos 'voludo'. No, no uno dice eres 'pendejo'. Hay muchas palabras que ellos tienen.

A= Pero no le incomoda

E= No me incomoda, me gusta su modo de hablar

A= Si hay una novela mexicana y una argentina, usted que prefiere

E= Depende la historia, porque por decir una mujer, estoy brava! Una argentina dice estoy 'hasta la chinga!', 'boludo', 'pelotudo'. Ellos saben su significado, uno sabe el de uno.

(Eleazar, esposo de Georgina)

En los grupos de discusión, las integrantes del el grupo 1 calificado como de las chicanas jóvenes (segunda generación emigrante, con 15 y 10 años de edad nacidas en Estados Unidos), comentaron que para ellas no tenía inconveniente ver una telenovela en español con acento de otro país, ni les incomodaba ver

novelas brasileñas dobladas. Además, dentro de sus elecciones de la programación, ni las telenovelas mexicanas, ni los programas hispanos tienen un carácter exclusivo en sus opciones. Ellas ven telenovelas mexicanas por influencia y herencia materna como ya lo dijimos, pero también tienen acceso a otro tipo de oferta televisiva, combinan el ver telenovelas mexicanas con programas en inglés. Cuando lanzamos el detonador donde se les preguntaba si a través de las telenovelas mexicanas pueden recordar, imaginar o traer a la memoria a México, ellas dijeron que no, simplemente ven telenovelas como una opción más, sí pueden pensar en México cuando ven la narrativa, pero no al grado de llegar a sentir nostalgia por un país que apenas han visitado unas cuantas veces.

Estas percepciones de las participantes en el grupo de discusión, son diferentes de las informantes adultas en nuestras entrevistas cualitativas, particularmente dos de ellas: Rosa (segunda generación emigrante, de 35 años de edad, hija de padres mexicanos, llegó desde niña a Los Angeles y ha vivido ahí desde siempre) y Margarita (tercera generación emigrantes, de 43 años de edad, nacida en Los Angeles, hija de padres y abuelos mexicanos). Podemos sintetizar las diferencias entre chicanas jóvenes y adultas en los siguientes puntos. Las primeras lo expresaron en los grupos de discusión y las segundas en las entrevistas personales.

1) *El acento hispano*. A las jóvenes chicanas pueden gustarles telenovelas producidas en otros países diferentes de las producidas en México. Aunque reconozcan la diferencia y peculiaridad del acento mexicano en la narrativa, no les incomoda ver telenovelas producidas en otros lugares. Las adultas chicanas no, ellas optan por ver sólo telenovelas con acento mexicano y con producción mexicana exclusivamente. Margarita lo expresa.

M= No!, a mí no me gustan de otros... hay muy rápidas que no les entiendo... si es en español.. Cuando veo que es de otro acento, no veo esa novela, no me interesa.

(Margarita)

2) *La elección.* Para las jóvenes, las telenovelas mexicanas no son una elección prioritaria sino una opción más en la programación televisiva, ellas combinan sus gustos televisivos hispanos con sus gustos anglosajones. Aunque las adultas, frecuentemente ven también algunos programas anglos, la televisión en español y telenovelas son prioridad, no una opción más. Definitivamente, las adultas chicanas ven más programación hispana que anglosajona.

Con base en estos referentes, podemos decir que para las mujeres adultas chicanas, la recepción de las telenovelas mexicanas sí pueden generar un sentimiento de adscripción con México. Para las jóvenes chicanas este sentimiento de adscripción y pertenencia no es tan fuerte, las telenovelas mexicanas no les generan nostalgia ni referencia cultural por un país que no han vivido y que sólo conocen por la referencia de sus padres. Las telenovelas mexicanas no tienen el efecto de ser 'símbolos de masa nacional' o 'geosímbolos'.

En los grupos de discusión ya habíamos comentado que las telenovelas mexicanas son una forma de aprendizaje del español. En las charlas con las mujeres, este argumento también fue observable. Particularmente para dos de nuestras entrevistadas Rosa y Margarita que no son de primera generación emigrante, las telenovelas mexicanas pueden ayudar para aprender el uso correcto del español e incluso palabras que no son comunes como los 'dobles sentidos'.

M= ... pero uno aprende cosas positivas, a veces no puedo expresarme bien en el español, lo pienso y no me sale lo que quiero decir. Por eso aprendo, con las novelas voy aprendiendo el español un poquito mejor, palabras, las significaciones...

Antes no entendía nada de los dobles sentidos. Ya con todas las novelas he aprendido el doble sentido

(Margarita).

Esa forma de aprendizaje que puede transmitirse por la televisión, no sólo puede beneficiar a las mujeres seguidoras fieles a las telenovelas mexicanas, también a sus hijos. Rosa, por ejemplo tiene una preocupación por aprender el español correctamente para enseñarles a sus hijas que hablan menos español que ella. En ese sentido, las telenovelas pueden ser una herramienta de aprendizaje fácil e inmediato, al mismo tiempo que se involucran con la trama narrativa, las receptoras de este género televisivo, pueden prestar atención a los diálogos, al uso gramatical, sintáctico y hasta la jerga del español.

R...A mí me gusta ver cómo habla la gente en las novelas, cómo se expresa, cuáles palabras. Porque yo quiero saber hablar más español, más bien. Yo no quiero así enseñarles a mis niñas nomás lo que yo aprendí

A= Y con la novela sientes que es posible?

R= Sí, del español sí, como palabras más sofisticadas verdad que puede uno ir a México y no usar,... lo más básico. O palabras que puede uno usar en un barrio, pues es lo que yo aprendí, y yo pienso que mi español no es un español sofisticado para estar hablando o para conversar con personas que estén como en una corte o en una... algo así. Y eso es lo que yo quiero, yo quiero..., por eso me gusta ver así también telenovelas porque yo aprendo algo.

(Rosa)

Dar continuidad generacional al español, aprenderlo para enseñarlo y transmitirlo a los hijos, es una preocupación de muchos mexicanos residentes en Estados Unidos. Desde los primeros estudios de migración mexicana (Gamio, 1971), se ha comentado este asunto del mantenimiento de la lengua materna en el proceso de integración cultural del inmigrante a la sociedad receptora. Las personas que llegaron al vecino país siendo jóvenes solteros, o casados y que tuvieron a sus hijos en Estados Unidos, sienten la responsabilidad de transmitir su lengua materna y evitar que se pierda. Sus hijos, al entrar al contacto con la cultura americana, con la escuela, los amigos, comienzan a usar el inglés como prioridad, usan el español sólo para hablar con sus padres, pero muchas veces no se sienten cómodos hablarlo en cualquier circunstancia porque no lo han aprendido correctamente. Sus padres buscan estrategias para que lo practiquen,

al ver ellos programas de televisión en español sienten que pueden obtener herramientas de aprendizaje.

Si bien la televisión en español puede ser estrategia de aprendizaje para quienes no lo dominan completamente, eso no sucede con la oferta de televisión en inglés. La programación norteamericana lejos de ser un medio para aprender inglés entre la población de ascendencia latinoamericana, es más bien un motivo de rechazo. Los inmigrantes mexicanos de primera generación no ven televisión en inglés, lo hace sus hijos (segunda generación), pero generalmente ellos no, prefieren ver programas en el idioma materno, el usado cotidianamente en su estancia en el país residente.

El uso del español está invadiendo la vida diaria de la población de ascendencia mexicana y latinoamericana. En lugares como Los Angeles ya no es tan necesario saber hablar inglés para sobrevivir. Hay una tendencia en hablar más español que inglés en los hogares, nueve de cada diez latinos habla español en casa. En el capítulo dos, ya hemos comentado acerca de este asunto. En el cuadro Num. 6 del mismo capítulo, referimos a los idiomas hablados en el hogar en siete ciudades latinizadas. Por ejemplo en Los Angeles, estos son los datos: Sólo español (20.6%), Más español que inglés (37.8%), Español e inglés por igual (14.8%), Más inglés que español (20%), Sólo inglés (5.4%). A medida que aumenta la edad de la población particularmente emigrante mexicana, disminuye el interés por inglés. De alguna manera nuestros datos empíricos son un reflejo de las estadísticas. En los hogares de los informantes, hay una tendencia a hablar más el español y una resistencia a aprender el inglés. Solamente tres de las catorce entrevistadas son bilingües (sin incluir a sus esposos), el resto hablan sólo un inglés mínimo o de plano nada. Las que se han hecho ciudadanas americanas, han tenido que aprender sólo las reglas básicas para pasar el examen en inglés, pero no pueden establecer una comunicación regular en inglés.

La telenovela tiende a verse más de forma individual que en grupo, pero cuando coinciden a verla más de una persona en el mismo espacio doméstico, regularmente la madre e hija(s), se conversa en español. Por ejemplo, un día que Margarita, estaba viendo su telenovela nocturna *Amigas y Rivales* en la cocina de su casa, llegó una de sus hijas a visitarla y se integró a ver la telenovela con ella. Durante los comerciales hablaban entre ellas asuntos familiares en inglés, pero cuando comenzaba a transmitirse la telenovela mexicana, o bien guardaban silencio y miraban absortas, o conversaban acerca de lo que sucedía alrededor de la telenovela; constantemente la hija pedía a la madre que le informara sobre ciertos acontecimientos de historia que no comprendía, la madre le respondía en español. De hecho, cuando había que hablar sobre la trama narrativa en específico, lo hacían en español. Pero cualquier otro asunto durante la transmisión de la telenovela, era dicho en inglés. Esa transición en el uso del idioma está mediada y determinada por la telenovela mexicana, pues ésta influye para que se hable más el español en estas circunstancias. Estas mujeres (madre e hija) son bilingües, hablan incluso mejor el inglés que el español porque han vivido toda su vida en Estados Unidos. Vemos pues que la telenovela además de contribuir al aprendizaje del español durante su transmisión, también puede impulsar al uso del español entre la población bilingüe. En páginas atrás comentamos que la hora de la telenovela es la "hora sagrada", es el momento para entretenimiento y descanso para las mujeres después de una jornada de trabajo. Agregamos a este argumento que la hora de la telenovela puede ser también el momento para hablar, pensar y aprender el español.

Habrá que pensar hasta qué punto las empresas televisivas y los guionistas de las telenovelas tienen conocimiento acerca de las repercusiones culturales que puede tener en la audiencia emigrante, el uso del idioma manejado por los actores en la narrativa de la telenovela. No es nuestra intención afirmar que los actores de las telenovelas mexicanas hablan un 'español correcto' que puede ser utilizado como estrategia de aprendizaje en los receptores, ni que

las telenovelas cumplen la función de ser trasmisoras de ese tipo de idioma. Sólo llamamos la atención en las percepciones y experiencias de recepción vividas por la audiencia, con base en nuestra experiencia empírica. El análisis específico del idioma en las telenovelas mexicanas, es sin duda otra investigación que no vamos a abordar ahora.

De hecho, en variadas telenovelas producidas en México, hay diálogos que lejos de ayudar a la enseñanza del idioma, lo modifican y hasta lo perjudican, con el uso de regionalismos mal empleados. Por ejemplo, en una de las clásicas telenovelas protagonizada por la actriz Verónica Castro, *Rosa Salvaje*, donde representa a un personaje pobre que vive en las calles y se gana el dinero limpiando vidrios, o Thalía protagonizando a *María la del Barrio* donde realiza un protagónico muy semejante. En sus diálogos ellas por ejemplo, usan constantemente el "chale", "manito", "no te rajés", expresiones que no pueden reflejar el español correcto. Por otro lado, el melodrama en exceso, como característica del lenguaje narrativo de las telenovelas mexicanas, lleva a exagerar y modificar el uso del idioma; de esta manera los personajes "malos", particularmente los personajes femeninos, cuando quieren hacer sufrir a sus víctimas, lo hacen con diálogos cargados de groserías y ofensas.

Sin duda alguna, la influencia de la televisión y la telenovela puede llegar a ser muy determinante en el uso del idioma, si tomamos en cuenta que las personas conviven cotidianamente con la televisión durante muchas horas al día. Además, las informantes no tienen el hábito de la lectura de libros o incluso del periódico, con ellos podrían ampliar su conocimiento del idioma.

Por otro lado, no sólo el uso del idioma español es utilizado como forma de conquista del mercado hispano, en Estados Unidos. En la telenovela *Amigas y Rivales* que fue transmitida durante nuestro trabajo de campo, fueron evidentes varias estrategias que hacían pensar en el interés de llegarle particularmente al público mexicano (primera y segunda generación). Por ejemplo, la incorporación de experiencias de migración en la historia y el uso frecuente de palabras en

inglés o en 'spanglish' en algunos de sus personajes. En la historia, dos jóvenes trabajadores emigraron de México a Estados Unidos a buscar trabajo (Nayeli y Abelardo) y un joven boxeador (Jonny), hijo de padres mexicanos residentes por varios años en Estados Unidos, emigra a México.

2. Escenarios y centralismo narrativo

Los escenarios que aparecen dentro de la narrativa de las telenovelas, fueron tópicos siempre constantes de la representación del México imaginado en los grupos de discusión, de igual forma fueron referidos en las entrevistas cualitativas. Cuando hablamos de escenarios estamos refiriendo a las escenografías producidas tanto en espacios exteriores ya sea de la vida urbana, como de la vida rural. Indiscutiblemente, son las locaciones grabadas en escenarios naturales de la vida campirana, las que estimulan los recuerdos del México 'de allá' como dice una de nuestras informantes.

D= Es una manera de recordar el país, oír las personas hablar, mirar por ejemplo, las que traen paisajes, por decir, que traen filmado afuera, como el campo, fuera de la ciudad, y recordar lugares de allá.

(Dolores)

O= Pues mas cuando pasan que las playas de Acapulco, eso me recuerda México. Caballos... ya ve que hay telenovelas que son dueños de rancho... esos caciques y los caballos, por decir en esa telenovela el caballo que traen sombrero, si hay muchas cosas que me recuerdan México

(Ofelia)

Llama la atención, sin embargo, que el sentimiento de adscripción detonado por la recepción de los escenarios y locaciones de la narrativa de la telenovela mexicana, en muchos casos puede revivir más lo regional que lo nacional, sobre todo si lo visto en la pantalla se le parece a las provincias de origen de las mujeres emigrantes y no tanto al Distrito Federal. Si revisamos el lugar de origen de nuestras entrevistadas, vemos que con la excepción de

Rosario, las mujeres emigrantes, ninguna es originaria del Distrito Federal, todas ellas nacieron en los estados de México y particularmente en provincias. Aunque las telenovelas mexicanas, en los últimos años, se estén abriendo cada vez más a los escenarios exteriores y a producir problemáticas y conflictos amorosos que pueden suceder en las provincias mexicanas, sigue habiendo una tendencia centralista a tomar como referencia narrativa el Distrito Federal. La diversidad cultural en términos de cartografías y territorios de la República Mexicana, no es una constante en las producciones. Eso lo sabe bien la audiencia, entre las informantes hubo consenso en reconocer que las telenovelas que Televisa exporta a Univisión, tienden a presentar más escenarios del Distrito Federal que de las regiones. Y la audiencia, generalmente se identifica con la ficción seriada donde muestran referentes simbólicos que aluden a las "matrias". (González, L. 1995). Estos patrones culturales de recepción de la telenovela teniendo como eje los escenarios de provincias, pueblos, localidades o rancherías, reflejan una forma de identificación regional.

D= No hay novelas que realmente ilustren y que te enseñen este, el México que realmente hay en otros lugares, no sólo la ciudad de México. Que enseñen otros estados, no sólo la ciudad de México. Porque no todos venimos de ahí. Por ejemplo cuando salía una novela que salía por ejemplo Guanajuato. Hay, ¡cómo nos gustaba verla! Porque nos recordaba... aunque sea el puro estado miraba ... No recuerdo ahora cuál novela era que salía Guanajuato. No recuerdo si una de Lucía Méndez. El retorno de Diana Salazar.

(Dolores)

L= ...En las novelas realmente, cuando las novelas son de provincia, a mi me gustan mucho las novelas cuando tratan de los interiores de México, o de los interiores de la República, porque ves paisajes, ves el comal, ves el bracero, ves que están moliendo el mole, ves que hacen la comida, todo eso me gusta.

(Luisa)

Es común que estos interiores de la República Mexicana sean retratados en las telenovelas, o bien como lugares exóticos donde los personajes suelen ir de

vacaciones, o bien como lugares donde no acaba de llegar la modernidad. Aunque honestas y trabajadoras, las familias que generalmente viven en estos lugares son económicamente pobres. Sólo logran encontrar el progreso y la superación cuando emigran a las ciudades o poblados más urbanos. De esta manera, el género televisivo de la novela mexicana en su versión más clásica, el 'fracaso' está en las pequeñas poblaciones rurales, y el 'éxito' está en la ciudad. Esta perspectiva ideológica, refuerza el patrón cultural de que sólo emigrando a las grandes urbes, casi siempre el Distrito Federal, se puede triunfar en la vida. Es pues, en la ciudad, donde los personajes logran conocer mejores oportunidades, por lo tanto es ahí el lugar del progreso. Si nos remontamos a la historia de la telenovela mexicana, particularmente las primeras telenovelas como *Senda Prohibida*, transmitida en México en 1958, narra la historia de una joven de pueblo que emigra a la ciudad en busca de reconocimiento y suceso. En esa época destaca *Maria Isabel*, que también habla de la historia de una joven que emigra a la capital del país buscando los mismos objetivos. No es nuestra intención afirmar que todas las telenovelas mexicanas tienen esta característica y siguen este patrón narrativo, eso requeriría un análisis de contenido y eso es objeto de otra investigación, estamos refiriendo a la visión más clásica, sabemos que el género televisivo se está modificando. Sólo queremos llamar la atención en la forma como el centralismo narrativo de las telenovelas (particularmente los escenarios), puede reforzar en las audiencias emigrantes, el sentido de adscripción a la nación imaginada (en este caso, región imaginada).

El acto de ver televisión, como dice Thompson (1998:131), supone una interpolación simbólica de coordenadas espacio-temporales que permite que los espectadores puedan negociar las fronteras entre ellas. A partir de la apropiación cultural de los diversos escenarios y locaciones externas incluidos en la narrativa de las telenovelas, el sujeto emigrante puede traer a su memoria experiencias vividas en el tiempo pasado o bien, experiencias que proyectan el futuro. De acuerdo a nuestros datos empíricos, el acto de ver telenovela, puede detonar

experiencias que tienden hacia el pasado en la mayoría de los casos y también experiencias sobre el futuro.

Para las mujeres que les tocó vivir la infancia y la juventud en México y llevan más de dos décadas residiendo en Estados Unidos, como es el caso particular de las mujeres calificadas en el grupo B, las más adultas de la primera generación emigrante, la recepción de los escenarios en las telenovelas y de cualquier otra narrativa puede pues evidenciar una mirada al pasado. Es decir, una simple locación externa de una telenovela como un jardín, un parque mexicano, una cascada, una playa o una ranchería con caballos, puede significar una mirada hacia las huellas de sus memorias durante su estancia en México, por lo tanto, generar recuerdos en los cuáles han sido partícipes en el pasado. A propósito de esto, argumentos como el que expresa Juana, fueron recurrentes en este grupo durante las entrevistas.

J= ... Antes las novelas nomás los hacían en los estudios. Ahora salen afuera, y eso es lo que me gusta muchas veces. Porque a veces hay muy buenos lugares, enseñan muy buenos lugares que yo ya digo, no pues yo ya conocí, ya fui, ya lo vi muchas de las veces le trae a uno recuerdos, porque por ejemplo he visto películas y novelas, sobre todo eso de Guadalajara, y es la ciudad que más me gusta, me acuerdo y digo... yo estuve ahí, yo fui por ahí, y se acuerda uno de México

(Juana)

En cambio, para las mujeres más jóvenes que desde su infancia tuvieron que emigrar y les ha tocado estar la mayor parte de su vida en Estados Unidos, mujeres de la segunda generación emigrante como Rosa, esa lógica de temporalidad generada al mirar determinados escenarios en la telenovela, se ubica más hacia el futuro. Por ejemplo, las escenografías de territorios exóticos desconocidos puede despertar la inquietud por conocerlos, particularmente si nunca han estado ahí.

R= Tan sólo en una novela, cuando salen caballos que van en haciendas, no sé si son haciendas o ranchos, te enseñan.... y yo me acuerdo cuando mi mamá nos llevó a el lugar donde nació ella, y así era, las casas, como estaban las casas..., nomás que en las novelas, claro que se ven más arregladitas, más pintadas, los detalles más ordenados, y eso hace... yo pienso verdad. Yo no conozco donde los hicieron ni nada, pero yo nomás de ver me imagino, Oh, mira, ¡qué bonito México! Oh, ¡yo quisiera ir allí!, ¿verdad?

(Rosa)

De esta manera, los procesos de recepción televisiva pueden participar de una "historicidad mediática" (Thompson, 1998:131), al otorgar sentido y reconfigurar la percepción del pasado y del futuro de las personas. Los medios reconfiguran las temporalidades, y también las espacialidades, el concepto de espacio e interacción. Por ejemplo, la historia del personaje de Nayeli y su experiencia en la migración a Estados Unidos, que hemos venido comentado. Para las personas que vivieron el cruce indocumentado, mirar esta historia aun cuando sea de ficción televisiva, es una forma de recuperar el pasado y revivirlo en el presente.

3. 'Made in México': fidelidad con una red

Univisión es la quinta red más vista en Estados Unidos. Dentro de la oferta televisiva hispana en particular, es la cadena líder con el 80% de la audiencia hispana. Desde sus orígenes, la estructura de su programación ha sido nutrida de contenidos de Televisa, como lo hemos discutido en el capítulo segundo. Esta ha sido una fórmula que le ha redituado grandes beneficios económicos a los encargados del negocio de la televisión. Sin duda alguna, una clave importante para los altos puntos de *rating*, está en el origen de la programación. Univisión ha logrado que las audiencias de ascendencia mexicana le otorguen legitimidad y fidelidad a su red por ser "netamente mexicana". Eso no sucede con la segunda red en preferencia, Telemundo, que se ha colocado en portavoz de programación de varios países latinoamericanos.

El México imaginado del que hemos venido hablando puede hacerse evidente en la "fidelidad" a la programación y a la oferta de telenovelas de Univisión. La resistencia a cambiar de canal y ver otras telenovelas producidas en otros países latinoamericanos, es un referente de cómo la población de ascendencia mexicana quiere seguir vinculada con un su país y cultura de origen. Y se trata de una fidelidad construida históricamente, pues recordemos que durante muchos años Univisión era la única red en español de acceso público (no telecable) que transmitía telenovelas, hasta la llegada de Telemundo y la reciente trasmisora Azteca América. En nuestras entrevistas tanto en las familias como en los grupos de discusión, cuando preguntamos a nuestros informantes acerca de la red televisiva que veían y los motivos de esta elección, siempre había un compromiso y aceptación por las telenovelas del canal 34 de Univisión en Los Angeles. A diferencia de la barra de telenovelas del canal 52 de Telemundo. En sus diálogos siempre se dejaba ver el sentimiento de que Univisión, es "un canal para nosotros los mexicanos". Telemundo es un canal "para otros latinoamericanos".

J= Telemundo pasa pura programación que no es de México. Por ejemplo Telemundo está más con otra gente que no es mexicana más, porque tiene a los colombianos, venezolanos, brasileños. Univisión casi, es como Televisa, es una repetidora de Televisa. Allá en el 52 pasan programas en inglés traducidos al español. Si por ejemplo en una pelea, una película que la pasaron hoy, al mismo tiempo la están pasando en un canal en inglés, ellos la pasan a las dos horas, la misma película traducida al español. Películas nuevecitas, y en ese canal, vamos a suponer en el 34, Univisión nunca pasan programas en inglés traducidas al español.

(Esposo de Margarita)

Desde sus orígenes, Telemundo se ha caracterizado por importar programación de varias cadenas latinoamericanas. Las telenovelas transmitidas por Telemundo son de producción venezolana, brasileña y colombiana preferentemente. El origen de la producción de las telenovelas y las características propias del género pueden ser determinantes en la elección de la

audiencia. Para nuestras entrevistadas, las telenovelas mexicanas transmitidas por Univisión, son las que ocupan el primer lugar en sus preferencias. Telenovelas hechas en otro lugar no convencen y no resultan de interés para ellas. Prefieren las telenovelas de Univisión "hechas en México" porque aunque estén cambiando en forma y contenido, conservan aún el formato clásico y sus historias son muy predecibles. Las novelas de Telemundo, sobre todo las brasileñas, las rechazan porque son consideradas "muy atrevidas" con escenas sexuales no aptas para menores. Esa peculiaridad de las telenovelas brasileñas que a las mujeres les molesta, es lo que precisamente le gusta a los hombres, algunos esposos de las entrevistadas declararon su gusto por las telenovelas hechas en Brasil, precisamente porque pueden ver mujeres bonitas en escena. Veamos lo que dicen al respecto Margarita y Lorena.

M= No me gustan... Yo no le hallo chiste a esas del 52, no... y en el 34 veo que están dando un mensaje, que están diciéndole a los muchachos, no tomen drogas, no tengan relaciones... siempre hay un mensaje, y en las otras no.

(Margarita)

L= En Telemundo pasan muchas novelas porno que en Univisión, allá no, son como para personas mas sanas, que no están abriendo la mente más allá de lo que no se debe de ver. Univisión tiene programas para personas mas educadas, con mas cultura, Telemundo no.

(Lorena)

Las informantes principales, dijeron no sentirse cómodas viendo programación de otra red ni otras telenovelas, prefieren mirar lo que siempre han visto. Es difícil para ellas cambiar de canal y de oferta de programación. La fidelidad otorgada y legitimada a las telenovelas mexicanas de Univisión, también suele estar asociada con el mirar estos géneros ficcionales desde el inicio de transmisión. La telenovela, aunque tenga un formato flexible y muy predecible en las historias, también genera mayor impacto cuando los receptores comienzan a ver la narrativa desde los primeros capítulos. Para el vínculo y

fidelidad que los receptores tendrán con la historia hasta su culminación, son determinantes los primeros capítulos, porque ahí se muestran los principales nudos climáticos y la dirección que seguirá la narrativa. Aunque en varias ocasiones la historia es modificada de acuerdo a los estudios de *rating* (que informan sobre los puntos de vista de las audiencias y las tendencias de preferencias), pero la mayor parte del tiempo la historia, está definida desde el guión inicial. Desde el punto de vista del marketing, seguramente eso lo conocen muy bien los responsables del mercado televisivo de Univisión, ellos buscan la forma de estar atando a las audiencias a su programación, quieren que los receptores se conecten a la red televisiva desde el principio de cada novela, con ello aseguran la audiencia por largo tiempo.

J= Prefiero el 34, no sé... yo siempre he estado familiarizada porque fue la primera estación que entró, y como me dicen. Bueno, si no te gusta el Derecho de Nacer, por qué no ves la novela del 52. Les digo, porque no me gusta agarrar una novela de la mitad para adelante, porque no sé como comenzó, ni como estuvo la cosa. La cosa para ver, es desde el principio, para ver como se desarrolló. Pero desde el primer capítulo o segundo, uno sabe si va a valer la pena o no. Porque a veces, si no me gusta, no lo veo en esa hora. La apago. Pero casi por lo general en el 34 son las novelas que veo. En el 52 ni una.

(Juana)

Antes de terminar una telenovela mexicana transmitida por Univisión, es bastante común percibir en la oferta televisiva una saturación publicitaria de la novela que deberá sustituir a la novela de transmisión actual; con ello, la audiencia es enterada de lo que verán al finalizar la novela que está terminando. Así, la audiencia es involucrada todo el tiempo con la programación televisiva. Por lo tanto, la fidelidad con la telenovela mexicana se refuerza constantemente con las políticas de marketing. Y no sólo con las audiencias femeninas, también con los hombres, si la comienzan a ver, ya no la pueden dejar hasta finalizarla.

E= He visto un puño de novelas, pero no me acuerdo del título. Por lo regular si, cuando agarro una novela a mirarla, hasta que se acaba.

(Eleazar, esposo de Georgina)

Así como la audiencia prefiere más la programación de Univisión por ser "hecha en México", con la llegada de Azteca América, una retransmisora de Televisión Azteca de México, se ha comenzado a generar también un interés por la oferta de esta nueva televisora, sobre todo porque ofrece la misma programación transmitida en México. De acuerdo con dos informantes, Azteca América con su programación, está contribuyendo también a imaginar México. Por ejemplo, en el caso de los noticieros, como dice la informante, el tono de voz de los locutores es "auténticamente mexicano". Eso muchas veces no sucede con los noticieros de Univisión y ni se diga los de Telemundo, que aun cuando tenga algunos locutores de ascendencia mexicana, la mayoría son locutores con acentos de otros lugares latinoamericanos. También Galavisión, la cadena hispana de cable incluye locutores que trabajan en noticieros en México. Es importante mencionar que Galavisión, la cadena hispana que llega por cable a Estados Unidos, transmite noticieros con locutores muy conocidos en México como Joaquín López Dóriga, Adela Micha y Lourdes Ramos. A lo largo de esta tesis, no hacemos mucha referencia a Galavisión, porque esta cadena de telecable no es opción televisiva para los informantes de este trabajo. Además, nosotros sólo consideramos las redes de televisión abierta, no de cable. Vamos a ver ahora lo que comenta Dolores al respecto de imaginar México por Televisión Azteca.

Más bien como que el tono, la manera en que la gente se expresa de TV Azteca, como que te hacen revivir que estas allá en tu país. Más bien TV Azteca porque el 52, ya son de aquí los locutores, y el TV Azteca no, en la imagen la traen de allá, de México.

Pero el 52, son locutores realmente de aquí, y hecho aquí, pero me refiero a la programación, por ejemplo las novelas. A veces la manera de que hablan, de que se expresan es que tienen la imagen de allá....Y el canal 52 y 34, pues, por decir de Miami, allá donde lo hacen.

Te están hablando desde su idioma, por decir tu manera de expresarte, porque por ejemplo, en el canal 34, en el 52 hay otro, de otros países y te hablan de otras... (se está refiriendo al acento), palabras que a veces tú no conoces.

(Dolores)

Así como los receptores de ascendencia mexicana mantienen una fidelidad a la programación de Univisión y ahora en Azteca América, porque transmiten una oferta televisiva en su mayoría de origen mexicano, receptores de otras nacionalidades latinoamericanas también reconocen que la televisión hispana está cada vez más mexicanizada. En ese sentido, sienten una especie de "exclusión" en la oferta televisiva, porque los productores no incluyen programas que refieran a otros países latinoamericanos. Tuvimos oportunidad de entrevistar por separado a una pareja de costarricenses, una señora nicaragüense, una joven chilena y una joven ecuatoriana, todos ellos residentes de Estados Unidos. Ellos asumieron la indiferencia de los canales hispanos hacia su cultura de origen, argumentaron que Univisión y la televisión en español en general, están pensada sólo para mexicanos, pero debería atender más a las otras comunidades de habla hispana que residen en Estados Unidos.

R= *Déjeme decir una cosa, para nosotros que no somos mexicanos, sentimos la discriminación mexicana en ese aspecto, porque digamos pasan cosas interesantísimas que son de resonancia mundial en Costa Rica que no las pasan, sólo las pasan por encima.... Cosas sencillas, digamos, te dan el valor del dólar allá, cada muerte de un ¿? que sacan Costa Rica. Ellos le pasan ocho veces al día como quedó Las Chivas, como quedó El América, y tal vez el campeonato de Costa Rica en su apogeo no lo publican*

V= *Satura sólo mexicano, mexicano, mexicano*

R= *Lo satura. Ahora no hablemos de los costarricenses que somos pocos. Los latinos en Los Angeles después del mexicano sigue el salvadoreño que ya es medio millón, y muy poco le publican El Salvador... Yo le entiendo que los programas son mexicanos, y que el mexicano son millones, pero yo considero que es falta como de respeto. Falta de respeto de que no nos tomen en cuenta para muchas cosas. Digamos las mismas elecciones de nuestro país que estamos hambrientos por saber. Sacan sólo un comentario de minuto y medio*

(Victoria y Rodolfo)

Este argumento muestra un sentimiento de 'exclusión' por los contenidos que la pantalla hispana presenta. El comentario de Rodolfo y Victoria, costarricenses residentes en Los Angeles por cerca de cuarenta años, es muy sugerente a propósito de lo que venimos comentando sobre la mexicanización de la televisión hispana. En el mismo sentido, también el argumento es compartido por Carol, una joven de ascendencia chilena de 35 años que emigró a Estados Unidos por motivos de estudios y trabajo.

C.- *Lo que he notado yo, para nosotros que somos de otro país, es muy agradable el hecho de que los canales americanos nos dicen en todas americano o americana. Las noticias y los canales latinos sólo México, muy poco de fuera y Centroamérica, y nosotros nos quedamos que no tenemos mucho que ver de nosotros, de repente pasan quizás un minuto de alguna cosa que no toma más de dos o tres minutos. Desafortunadamente, no tenemos mucho que ver más allá y no tanto de nuestro país sino de Latinoamérica.*

(Carol)

Las preferencias y fidelidad reconocida hacia la programación de Univisión y sus telenovelas, es una evidencia de la forma como se está construyendo y reforzando un sentido de adscripción al México imaginado a través de la recepción televisiva.

4. Entre la casa en Los Angeles y la casa de México

El desarrollo de la modernidad y la cultura globalizada han influido para que los emigrantes mexicanos radicados en Estados Unidos, se encuentren cada vez más comunicados y vinculados con sus comunidades de origen. Hoy más que nunca, el intercambio de información, dinero y comunicación personal detonada por la migración, fluyen con agilidad y rapidez. Por ejemplo, las remesas que los emigrantes mexicanos envían desde Estados Unidos a sus familiares a México, son de las principales fuentes de ingreso a ese país; asimismo, las comunicaciones telefónicas contribuyen a fortalecer estos vínculos. Las compañías telefónicas y sistemas de transferencias bancarias de envíos de dinero, son de los grandes mercados hispanos que facturan sumas millonarias en Estados Unidos. Las redes sociales han cumplido funciones singulares porque hacen posible los vínculos permanentes y cotidianos entre las comunidades de origen y destino (Massey. D. et. al., 1991; Durand, 1994; Durand y Massey, 1992). Las asociaciones y clubes de emigrantes entre ambos países contribuyen a la movilidad de recursos.

La perspectiva del transnacionalismo o del estudio de las comunidades transnacionales ha venido reflexionando acerca del sentido de la movilidad y circulación de bienes materiales, simbólicos e informativos, producto o consecuencia de la migración internacional (Glick Schiller, et. al. 1992; Smith, R. 1999; Malkin, V. 1999; Canales y Zolniski 2000). La acción de migrar no es una acción lineal, los teóricos de la migración transnacional ya no pueden estudiar al sujeto como emigrante temporal o permanente, sino como emigrantes que realizan desplazamientos circulares (Durand, 1994; Bustamante, 1989, 1998) que les implica, además de la movilidad física, el intercambio de recursos económicos, sociales, culturales. Debido al carácter circular de la migración, se hablan del sujeto transmigrante o familias transmigrantes que conviven, fluyen, se conectan y se mueven afectiva y culturalmente entre dos mundos, el de su

país de origen y el de destino, entre su casa en Nueva York y la casa de los padres en Puebla (Herrera, 2001; Gendreau M. y Giménez G. 2000).

Sin duda alguna, la televisión hablada en español, es uno de los flujos transnacionales de fuerte impacto en los emigrantes durante su llegada, adaptación y permanencia en el lugar de destino. Como forma de comunicación está constantemente moviendo y circulando significados culturales que pueden involucrar a los sujetos receptores desde su lugar de destino con su lugar de origen. Particularmente las telenovelas mexicanas, por las características propias del género (su vínculo con el melodrama y sus contenidos tendientes a desdibujar lo nacional) y la relación con las audiencias, llegan a cumplir con esta función de vínculo transnacional. Como forma dialógica de interacción, la telenovela mexicana permite que el sujeto que la mira, aun cuando cambie de lugar de residencia, pueda seguir involucrándose emocionalmente con los enredos melodramáticos de cada una de las historias y de esta manera, seguir siendo parte de la comunidad de origen. Compartir secretos entre los protagonistas, anticiparse a los acontecimientos, saber los nombres de los personajes, reconocer estilos de actuación, hablar de la vida cotidiana y el mundo del espectáculo mexicano mientras se ve la telenovela. Entrar y salir del género televisivo es una manera de transitar entre la ficción y la realidad, es también una forma de intersección de las coordenadas espacio temporales que permiten entrar y salir desde el lugar de destino, a la comunidad de origen. En ese sentido puede ser una moderna estrategia simbólica de participar y vivir la experiencia transnacional.

Mientras interactúan con la telenovela, los emigrantes pueden llegar a imaginar situaciones y valoraciones orientadas hacia el pasado, particularmente los momentos cuando la familia se reunía para ver la telenovela en las que fueran sus casas en México y que en tiempo presente probablemente podría estar habitada por familiares cercanos. Estas reflexiones fueron comentadas tanto en

las entrevistas con las mujeres, como en los grupos de discusión, particularmente femeninos.

Oh, me recuerda como cuándo vivíamos en Juárez, que estábamos en la sala todos viendo televisión, así que nos poníamos a ver la televisión, la telenovela o diferentes programas y por eso, porque siento que estamos allá todavía.

(Rosa)

A mí, me recuerda si yo llegaba y veía la telenovela, mi abuela era aficionada a las telenovelas y era una hora de ella sentarse agarrar su cafecito, su chocolatito, su lugarcito, con los nietos, la familia y véngase para acá... es el momento de calidez, ¡hay qué momento tan rico!, Y de que yo he ido a veces a México y veo igual a mi mamá y mi papá y dicen ya va empezar la telenovela y no tanto por ver a un programa, sino por estar, por ese momentito de estar ahí, de compartir con tus padres, es algo muy familiar. Es la conexión.

Grupo III

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 5-10 años en USA)

Como dicen las informantes, el mirar telenovela como experiencia particular, estimula el sentimiento nostálgico orientado hacia el pasado donde se imagina la familia reunida viendo la televisión en México. También esta experiencia llega a ser significativa, simultáneamente la interacción dialógica con la televisión, incorpora en el sujeto un sentido de comparación entre los dos escenarios culturales donde se mueve: el de origen y el de destino, México y Los Angeles.

Cuando veo televisión me acuerdo de familia, los valores, la manera de vivir allá. Que aunque uno está limitado en economía, pero como que uno es más feliz allá, porque si se fija, aquí es todo correr, desde que se levanta uno anda corriendo, hasta que llega uno en la noche, todo el tiempo anda uno a las carreras, y allá pues como que se me hace más calmado, porque uno hace sus cosas.

(Ofelia)

Durante nuestras entrevistas y trabajo etnográfico, algunos comentarios acerca de la experiencia nostálgica detonada por la telenovela, iban inmediatamente acompañados de comentarios acerca de la experiencia de comparación y diferenciación cultural. El propio argumento de la informante anterior lo expresa, mirar telenovela trae el recuerdo de la familia y vida en México, al mismo tiempo estos referentes son puntos de comparación entre los dos estilos de vida, el que vive y el que dejó. Como si la sensación de comparar fuera una respuesta inmediata que ayudara a entender la nostalgia. Recordemos que una de las características particulares de los receptores transnacionales es precisamente esa posibilidad de estar constantemente comparando los dos escenarios culturales donde se mueven, el de origen y el de destino. En ese sentido, la interacción con la televisión y las telenovelas puede ser pues un pretexto para pensar o imaginar la diferencia cultural.

A lo largo de este trabajo hemos venido refiriendo al sentimiento nostálgico detonado por la recepción de la telenovela como una forma de adscripción a la nación imaginada. Es importante mencionar que como un sentimiento subjetivo, la nostalgia tiene diversos grados de intensidad. En la experiencia empírica, unas mujeres expresaron su sentimiento de adscripción nostálgica con mayor intensidad que otras. Los vínculos familiares directos con México, fueron puntos cruciales para determinar este grado de intensidad. Para las mujeres que aún tienen vínculos afectivos: padres, hermanos, tíos, sobrinos y amigos en México, como el es el caso de la mayoría de las informantes (Mirella, Georgina, Angélica, Dolores, Ofelia, Rosario, María, Luisa,), el sentimiento de adscripción nostálgica llega a ser más intenso que para las que no los tienen (caso muy concreto de Rosa, Lorena y Margarita). Otra variante es el lugar de cercanía con los familiares, para las que tienen los familiares en el sur, las posibilidades de visitarlos es menor que para las que los tienen en la zona fronteriza como Tijuana (es el caso de Engracia y Lourdes).

5. Estrategia de acción o pérdida de tiempo

Durante el desarrollo del trabajo empírico y la reflexión en torno del México imaginado, otro de los temas relevantes acerca de la recepción televisiva, fue el relacionado al sentido de enseñanza que pueden proporcionar las telenovelas mexicanas. Para las mujeres entrevistadas particularmente las más adultas (grupo B), ver telenovelas puede ser una cierta forma de aprendizaje. De acuerdo con sus argumentos, las telenovelas les ayuda a tomar decisiones de cómo actuar en la vida. Esta perspectiva fue diferente para el caso de sus esposos, quienes asumieron que las telenovelas sólo son pretexto para distraerse ante la falta de diversidad en la programación, no pueden dar aprendizaje alguno a quienes las ven. Estos puntos de vista, los expresaron también los hombres que fueron entrevistados en las sesiones grupales, como ya lo comentamos en el capítulo anterior. Construir sentido de lo visto en la telenovela mexicana para las mujeres emigrantes significa entre otras cosas, tomar aprendizajes de la vida. Así lo expresan sus propios argumentos.

Pues hay veces que enseñan cosas buenas, ahí ve uno las dos caras de bueno y mala...Y toma lo que uno quiere.

(Ofelia)

Te llegas a sentir muy identificada con esa novela, porque lo que pasa con los hijos, lo que pasa con el marido, que cuando la miras que está llorando te dan ganas de llorar con ella, por uno mismo, ya no por lo que le está pasando a ella, si no a uno también. Y como que, te enseña de qué manera puedes salir de problema, te da ideas de cómo salir del rollo en que estas metido

(Dolores)

Sí, las telenovelas siempre, lo que en cierto modo es la vida familiar, pero en cuanto a este, a educar a la gente sí, yo me he fijado, porque yo por ejemplo no te veo cualquier novela, ni te veo cualquier película, pero siempre hay mensajes, siempre hay mensajes.

(Luisa)

Además, aunque sea una narrativa ficcional, la telenovela puede presentar acontecimientos y problemáticas de la realidad, útiles para los

espectadores. De acuerdo con las mujeres informantes, en las novelas mexicanas siempre "las malas" se pueden corregir, "los buenos" triunfan y "los malos" pagan sus culpas. Un *tidy nacional* como dice Estill (1998), porque hay una estructura cerrada y armada. Si alguno de los personajes en la telenovela llegara a manejar una actitud negativa, tienen la posibilidad de transformación. En cuestiones de problemáticas sociales como drogas y alcoholismo, los personajes de las telenovelas mexicanas pueden ser ejemplo a seguir. Así lo expresa Luisa (grupo adulto B), y una informante del grupo de discusión, en referencia a la telenovela *Amigas y Rivales* que se estaba transmitiendo durante el trabajo de campo.

... Lo que pasa en la telenovela es más educativo, yo hasta le dije a mi esposo, mira ves, el señor tomaba y la señora habló con su esposo y le dijo, yo voy a hablar contigo, y el esposo dijo ok. Y le dijo ya no quiero que sigas tomando porque no está bien que tomes, y el esposo dice ok, prometió, te prometo y no voy a tomar, y ¡dejó de tomar!. Y en la vida real, le digo, yo me enojo y te digo, no tomes, no tomen; o la esposa dice que no tomen, y lo vuelven a hacer.

(Luisa)

Una de las novelas que ahorita están pasando, habla acerca de las drogas, de cómo los muchachos se dejan influenciar y de la falta de comunicación con los padres, ahora que yo tengo mi hija y a veces me pregunta por qué pasa esto o qué es esto, cuando preguntan de la droga, del por qué, para qué sirve y esto y digo, hay Dios estaré haciendo bien en que vea parte, porque no la dejo ver toda. Pero parte sí, y por eso digo que uno va aprendiendo de ahí, entonces cuando veo algo de una novela, digo, le tengo que hablar a mi hija de esto, a lo mejor está pasando afuera o puede pasar y yo tengo que hablar con ella.

Grupo III

(mujeres 30-45 años, estrato medio, permanencia de 5-10 años en USA)

Valga comentar que si bien la telenovela *Amigas y Rivales*, ofreció información útil sobre las consecuencias trágicas que puede traer entre los jóvenes al uso y abuso de las drogas, no todo lo tratado en la telenovela puede ser sujeto a credibilidad. Por ejemplo, en la narrativa aparecen jóvenes de clase media y alta, y el grueso de la población que mira las novelas no forma parte de este segmento económico. Por otro lado, el asunto de la enfermedad del SIDA

que padece una de las protagonistas, si bien es certero en el tratamiento humano que se le debe dar al enfermo, no es suficiente para informar a la audiencia con precisión acerca de las formas de prevención y contagio. También, la joven que lo padece, tiene dinero para pagar su tratamiento, y la gran mayoría de los enfermos en México y los que radican en Estados Unidos, no se encuentran en estas condiciones.

A propósito de este tópico de la enseñanza, para las mujeres emigrantes, las telenovelas mexicanas les pueden proporcionar información de cómo defenderse de la infidelidad, por ejemplo. Como sabemos, los elementos característicos de las telenovelas mexicanas y latinoamericanas son los enredos amorosos y la fidelidad es una constante en las narrativas. Al final se resuelven las historias y el amor verdadero triunfa sobre la infidelidad. La telenovela *Mujeres Engañadas*, transmitida en los canales hispanos de Univisión en el año 2000, trataba este asunto de manera particular. Al respecto, Margarita (grupo A) comenta su experiencia de recepción de esta telenovela y la forma como puede enseñarle pauta de defensa ante la infidelidad y cuidado de los hijos. Asimismo, María (grupo B), comenta no sólo como una telenovela, sino las telenovelas, les ayudan a defenderse ante amenazas verbales.

Sí, cuando veo la de 'Mujeres engañadas', yo veo que mi esposo hace eso, ya sé que anda engañándome, así en esa forma, yo veo cosas y digo, para aprender, uno puede aprender en eso!, y dicen hay para qué ves eso?, pues si tú andas haciendo ya se que ... tiene uno que fijarse si sus hijos andan haciendo mal, y no dejarlos tanto en la calle, cosas que uno va a aprender cuando ve la telenovela.

(Margarita)

Pues, a veces cómo defenderse uno, como defenderse uno de otras personas porque... yo soy muy..., como que no pienso rápido, soy como más 'despacia' para pensar lo que yo debo de contestar cuando me han dicho algo que me ofenden, y no tengo las palabras en ese rato, y he visto en las novelas... y yo pienso, así le hubiera yo contestado... Y a veces uno aprende, póngale que las cosas malas dicen que se aprenden primero ¿verdad?

(María)

La función de las telenovelas como forma de enseñanza y estrategia de prevención para defenderse, como lo señalan Margarita y María en las entrevistas, es percibida de forma diferente por los hombres, en los grupos de discusión señalaron ellos, que la telenovela mexicana no es una forma de aprendizaje en ningún sentido, el género televisivo lo único que puede ofrecer es distracción, pérdida de tiempo o proporcionar a las mujeres 'malos ejemplos' que les pueden perjudicar en su vida cotidiana y en sus relaciones de pareja.

Yo estoy en contra de las novelas, yo pienso que no tienen ... si algún día lo tuvieron, ya no, un mensaje o algo que aprender. Yo le voy a preguntar, la mujer mexicana en particular, tiene la capacidad para criticar una telenovelas y aprender de ella?

informante grupo IV

(hombres, 20-35 años, estrato bajo, permanencia de 2-10 años en USA)

Por otro lado, lo que para las mujeres puede representar estrategia de prevención sobre la acción, para algunos hombres puede ser una influencia negativa que no sólo otorga malos ejemplos, sino que puede hasta cambiar sus patrones de comportamiento y la forma tradicional de pensar en las mujeres. Mientras que para las mujeres las narrativas acerca de la infidelidad pueden ayudarles a abrir los ojos, para los hombres puede ser una amenaza en sus relaciones de pareja.

Hay novelas como dice él, es parte de la realidad. Como la que está pasando después de Carita de Angel, Amigas y Rivales. Ahí la señora y el señor esta en su casa y ella está con otro hombre en otra parte. Y eso si la mujer aprende de eso ¡está de la fregada! ... es mal ejemplo. Mejor que no la vean. Bueno eso ya depende la mente de cada mujer.

(informante grupo VI)

A no, esa es su Biblia diaria que consultan para ver lo que es infidelidad, engaño, tranza, etcétera. ¡Esa es la Biblia!

(informante grupo V)

Recordemos que este trabajo está realizado con inmigrantes mexicanos que viven en un lugar donde los derechos y obligaciones, así como la forma de ejercerlos puede ser diferente del país de origen. La migración puede contribuir a modificar las prácticas de género en los emigrantes. Algunas mujeres llegan a adoptar roles de género diferentes a los que tenían en su país de origen, su incorporación al trabajo asalariado les otorga autonomía para negociar las prácticas y compromisos dentro del hogar. Por ejemplo, la división de tareas y compromisos con sus esposos les ayuda a optimizar su tiempo y las faculta a tomar sus propias decisiones. Más que discutir la forma como la migración transforma los roles de género, no es el objetivo de este trabajo en estos momentos¹³, interesa destacar la manera cómo las entrevistadas se representan a sí mismas esos cambios. De acuerdo a los datos recuperados en nuestro trabajo de campo, para nuestras entrevistadas, vivir en Estados Unidos, definitivamente implica gozar de beneficios sociales que no llegaron a tener y que no pueden tener en su país de origen.

¹³ El texto de Malkin, Victoria, en Mummert Gail (1999), muestra una sugerente bibliografía sobre cómo los roles de género con énfasis en la mujer, con la migración se transforman o se reproducen (no hay una modificación positiva del estatus antes y después de emigrar).

Sí, porque aquí tienen leyes que nos protegen, nos protegen aquí más las leyes más que al hombre, porque en realidad aquí las leyes están hechas para igual y en otros países como México, el hombre hace las leyes para él, en beneficio de él... Es muy lindo nuestro país, nuestras raíces, nuestras costumbres, pero a veces que el hombre, con sus leyes lo hace de otra manera. ¿Me explico?

(Dolores)

Aun cuando no tengan documentos para residir en Estados Unidos (sólo el caso de tres), ellas se representan a sí mismas como ciudadanas con derechos que no podrían tener en México. Esta perspectiva de vivir en un país donde sienten esas garantías puede llegar a influir en los modos culturales de ver telenovelas. Como mencionamos anteriormente, si las mujeres consideran que las telenovelas aun cuando sean géneros de entretenimiento televisivo, pueden enseñarles pautas de acción, el hecho de vivir en un país donde sienten que tienen derechos y saben además cómo ejercerlos, esta perspectiva sin duda les otorga mayor seguridad. Las telenovelas como narrativas de ficción dramática, les pueden enseñar cómo defenderse, pero el contexto cultural americano puede favorecerles y hacer real el logro de esta acción. No estamos diciendo que la telenovela promueva los cambios, son los modos de mirar e interactuar, así como el contexto cultural de la recepción los que pueden determinar y hacer reales estos cambios.

Alternativas al *Mex Imag*

1. Variedades y fútbol

En el capítulo anterior, hacíamos referencia a la forma como la música y el cine tienen fuerte impacto en la identificación nacional, particularmente para los hombres, más que para las mujeres. En las entrevistas dentro de los hogares, aparte de las telenovelas, otros programas de la barra de programación hispana que llegan a influir también en la adscripción del México imaginado son los programas de variedades y el fútbol, éste último para el caso de los hombres.

Los programas de variedades dominicales de origen mexicano llegaron a la televisión hispana durante los sesenta. Telesistema mexicano (hoy Televisa) a través de *Spanish International Network* transmitía semanalmente *Siempre en Domingo*, programa conducido por Raúl Velasco. Durante sus años de transmisión, este programa fue de gran preferencia por la comunidad mexicana residente en Estados Unidos. De acuerdo a lo dicho por nuestras informantes, ver *Siempre en Domingo* en la comodidad del hogar, era una forma de viajar simbólicamente a México, la trasmisión de los escenarios naturales de diversas regiones de México que presentaba su transmisión, así como la variedad de cantantes y espectáculos, despertaban en ellas un sentimiento de orgullo por su país de origen. Así lo expresa Rosario del grupo de las mujeres adultas (grupo B), en referencia a los primeros años de estancia en Los Angeles.

Cuando yo vine de mi país, sentía mucha nostalgia y entonces yo prendía el canal 34 y pasaban Siempre en Domingo de Raúl Velasco, entonces Raúl Velasco salía a los estados con el programa, entonces uno se siente que esta uno en su mismo país. Porque al estar uno aquí, es una cultura diferente, deja uno a su familia, deja uno a sus amistades, deja uno a su país, y para poder uno, poder vivir, empezar a vivir y acostumbrarse a vivir aquí cuesta trabajo... Cuando uno llega o hablar por teléfono con su familia, un aliciente, se siente uno más comfortable, pero la televisión, viviendo de México, se siente uno como que está allá. Los programas como esos se siente uno más documentado hacia ellos, más... parte de México. A veces se siente uno que está ahí mismo.

(Rosario)

Siempre en Domingo terminó su ciclo en la década de los noventa, llegó después el programa *Al fin de semana* a cumplir una función similar, este programa de variedades fue conducido por Jorge Muñiz y producido también por Televisa en México, después de varios años salió del aire en 2002. Por su parte, Georgina y Angélica, del grupo de las mujeres jóvenes (grupo A), manifestaron también su referencia de adscripción identitaria a lo nacional con la recepción del programa de variedades *Siempre en Domingo*, particularmente cuando incluía dentro de su oferta dominical, una serie titulada *México Magia* y

Encuentro, producciones que transmitían el folklor y la cultural regional de México.

G= *A veces pasaban aquí México magia y encuentro, y pasaban comida y estados, y decíamos, Ah mira ahí está Veracruz, o mira aquí está esa parte de México*

AN= *O las novelas también que a veces pasan que son grabadas en Veracruz*

A= *Ya por lo menos les alegra un poco*

G= *Ah sí, el corazón aunque no pueda ir...*

Y luego nos ponemos contentos, para mí es como estar allá, ya despertar cuando era allá... A veces si entiendo que ando allá en realidad, pero ya cuando despierto estoy acá, eso pasa.

(Georgina y Angélica)

Este sentimiento de adscripción nacional vivenciado cuando se ven estos programas dominicales, no es compartido con los programas de variedades transmitidos por la cadena hispana Univisión en Estados Unidos como *Don Francisco* y *Cristina*. Al ver estos programas, las audiencias mexicanas pueden llegar a compartir un sentido de adscripción hispana, más que mexicana. Aquí la etnicidad nacional es sustituida por una etnicidad hispánica. G. Fox, haciendo referencia a los medios de comunicación en español en la unión americana y los programas de variedades habla de la constitución de una "nación hispánica" o "tierra virtual hispánica" (Fox, G. 1997).

Mi favorito, más que Cristina... Sábado Gigante. Yo pienso que esos programas no identifican mucho de dónde son ellos, sino que ... de todos los países van ahí, no nomás hacen para un lado nomás a los centroamericanos o a los así, no.... Ah, sí, esos de México sí están bien suaves porque hablan... haz de cuenta que está uno en México, y uno siente como que está uno en México, viendo programas de México y este, por eso me gustan ... Sí, es que de todos modos siente uno por dentro, siente uno ¡Ahhh, es mío! Porque es parte de uno

(Rosa)

En opinión de los esposos de las informantes, el fútbol como género televisivo de entretenimiento hace compartir un sentimiento de adscripción nacional más intenso que las telenovelas. Particularmente cuando juega el fútbol

mexicano. Ver el fútbol y tener información de los jugadores, estar afiliado a algún equipo es una forma de mantener vivo ese vínculo con México.

... pero pasan a veces fútbol de Italia, de Alemania que uno no está familiarizado con eso, entonces no me interesa. Yo prefiero lo mexicano, eso está interesante, no nada más por el fútbol, porque conocemos de todos los jugadores de México, conocemos los equipos, por eso se identifica uno. Si habla con un hombre, la mayoría casi no son noveleros, son deportistas

(Esposo de Margarita)

Sin duda alguna, el fútbol es uno de los deportes de la cultura popular que mueve en sus seguidores, sentidos de adscripción colectiva con énfasis en lo nacional. Dice el antropólogo brasileño Ruben G. Oliven que uno de los motivos por los que el fútbol moviliza sentimientos profundos porque “los equipos en juego son mucho más que once jugadores y representan sentimientos colectivos de aquellos que los apoyan... El fútbol funciona como sistema de lealtades cuyo mecanismo puede ser comparado al del amor por la región o el país. Pertenecer a un país significa serle fiel, sentimiento que a veces es llamado patriotismo” (2001: 20-21). Esa “igualdad de sentimientos”, se hace evidente cuando los equipos nacionales juegan en eventos internacionales Mundial o las Olimpiadas. Los juegos de fútbol comenzaron a llegar a las audiencias hispanas en los últimos cinco años, primero por telecable y poco a poco por la televisión abierta. Los mexicanos en Estados Unidos, sin estar físicamente en México cada vez pueden tener acceso a la programación futbolera mexicana por la pantalla chica. La programación deportiva y toda la información de los canales hispanos integran una amplia cobertura; los comentaristas televisivos de fútbol, procuran transmitir información directa desde México.

Hasta aquí terminamos la discusión sobre los hallazgos. A continuación, vamos a las conclusiones, que abordan lo dicho a lo largo de este trabajo.

CONCLUSIONES

En nuestro mundo actual, es prácticamente imposible pensar el desarrollo de las sociedades modernas sin tomar en cuenta el papel de los medios de comunicación. Vivimos con los medios y junto a los medios, dice Castells (1996), nosotros agregamos, a través de los medios. Ellos construyen y reorganizan los sentidos de vida de este mundo globalizado. Ahora el Estado, no es el único quien define y califica los modos culturales de adhesión nacional; por su poder de penetración social, son precisamente las formas simbólicas mediáticas, quienes están cumpliendo esta función. Particularmente la televisión, a través de sus usos sociales y formas culturales de recepción masiva, construye una especie de espacio público, donde se representa y provee de significados el sentido de adscripción a la nación. De esta manera, la idea de lo nacional, como concepto moderno, surgido en Europa a final del siglo XVIII, producto de los procesos de secularización y racionalización, se está alejando de concepciones territoriales y políticas (sin excluirlas) y se acerca más a la 'idea del consumo' (García Canclini, 1995) y usos sociales de los medios en la vida cotidiana.

En ese trabajo, comprendemos teóricamente la nación a partir de los sentidos colectivos de pertenencia de los que habla Anderson (1997), su idea de comunidades imaginadas sugiere 'imaginar la nación' como una forma de filiación grupal. Entendida también como una narrativa y recurso cultural que proporciona un sentido compartido de la diferencia, la nación puede representar un modo de adhesión a una comunidad sentimental. Las telenovelas, son formas simbólicas donde se reconocen esas comunidades sentimentales a nivel de recepción cultural y del melodrama que las caracteriza. Como lo discutimos, la 'nación imaginada' alude a una idea no política, histórica o filosófica, sino antropológica, de filiación social y cultural. Como concepto fundacional, la nación, ha sido significativamente reforzada por la reflexión en torno de la

imaginación como acción social y cultural, así como la mediación fundamental de la televisión.

Hemos argumentado que la telenovela mexicana, como género televisivo de ficción popular y forma simbólica de comunicación, ofrece la posibilidad de construir comunidades imaginadas, por el sentido de filiación social compartido en los procesos de recepción cultural y por la construcción de la narrativa textual. Concretamente porque: 1) Por los **sentimientos** que evocan la narrativa de la telenovela (como por ejemplo el amor, el dolor, la felicidad, la bondad, etc.) hacen posible compartir y poner en común sentidos de vida en múltiples audiencias que se encuentran geográficamente distantes. 2) Por el **carácter de simultaneidad** en el sentido del tiempo, que implica que muchos espectadores en muchos lugares estén viendo la novela en los mismos horarios. 3) Por el **género televisivo 'por entregas'**, uno de los ganchos culturales y mercadológicos de la telenovela, que fragmenta el discurso melodramático y lo ofrece al espectador diariamente con momentos de intensidad al finalizar cada capítulo, para motivar al espectador a mirarlo al día siguiente. 4) Por la **regularidad y repetición** en los ritmos de la narrativa, propias de la estructura del melodrama, con historias muy predecibles que no cambian con el tiempo. 5) Por el carácter del relato **cerrado en sí mismo**, propio de la historia donde siempre se resuelven los conflictos donde los 'malos' son castigados y los 'buenos' alcanzan recompensa, esta característica representa una simulación de cómo debe ser el ideal de nación. 6) Por la inclusión de elementos culturales propios del país donde fueron producidas, la narrativa de la telenovela incluye cierto **estilo o sello nacional**. Para el caso mexicano, por la influencia del melodrama.

Para los inmigrantes mexicanos residentes en Los Angeles, ver telenovelas ofrecen una posibilidad de pensar en la nación imaginada. Ante las limitadas opciones de la oferta de televisión abierta en Estados Unidos, ver telenovela mexicana es más que sólo elegir una opción televisiva dentro de la barra de programación. Las telenovelas como bienes materiales y simbólicos, son uno de

los referentes nacionales, altamente significativos para los inmigrantes. Asimismo, ver telenovelas como práctica cultural, no está aislada, se fortalece por el territorio simbólico de Los Angeles. La ciudad de Los Angeles, además de ser multicultural, es un escenario donde se está dando un proceso de mexicanización cultural; en crecimiento poblacional por un lado, y por otro, a través de la presencia y uso de variados recursos simbólicos como la comida, uso del idioma español, música, conciertos de cantantes mexicanos, juegos de fútbol, grafitis, publicidad en español, canales televisivos. Ver telenovelas para el inmigrante, es uno de los elementos que forma parte de un marco de otras opciones de cultura popular masiva.

La recepción de telenovela como práctica cultural, implica una *creación y construcción de sentidos*. Lo que llamados de México imaginado (*Mex imag*), ha sido una categoría metodológica que se nutrió de los datos empíricos. El *Mex Imag*, representa uno de los *múltiples lugares* de creación y negociación de sentido involucrados en el proceso de recepción de los sujetos. Las formas de hacer empíricamente observable la recepción del *Mex Imag* fueron los grupos de discusión y las entrevistas individuales. Desde una perspectiva general, la recepción del México imaginado en los inmigrantes, se presenta por dos referentes: adscripción y exclusión.

El primero implica un sentido de filiación por la experiencia subjetiva de mirar la televisión, el sujeto se siente parte de la nación imaginada, el mismo se auto-incluye a partir de modos particulares de relacionarse con la televisión y las telenovelas, a través de sus usos sociales y de sus proyecciones e identificaciones generados por lo visto en la pantalla. De acuerdo a nuestros datos empíricos, la exclusión, es un referente que se mueve precisamente en la dirección contraria. No hay identificación alguna entre lo visto y experiencia vivida cuando se mira telenovela, los receptores frecuentemente comparten sentimientos de rechazo, vergüenza, indignación o frustración. Otros referentes de la cultura popular

masiva como la música, el cine, el fútbol pueden ser socialmente compartidos y motivo de identificación con lo nacional, pero la telenovela no.

Uno de los sentimientos bastante fuertes en el referente de adscripción, es la nostalgia orientada hacia el pasado. Sentimiento primordial que puede ser estimulado durante la exposición televisiva, pero puede seguir aludiéndose a él en momentos posteriores. Puede ser estimulado por un discurso entre los personajes, un escenario, un tipo de vestuario, una cierta forma de hablar, una escenografía determinada, un estilo de vida (de comer, de dormir, de descansar, de trabajar, de maquillarse, de vestirse), la canción de la telenovela, las características físicas de los personajes. Cualquiera de los elementos que componen el relato de la telenovela, puede convertirse en detonantes de la añoranza de lo que dejó en el pasado. De esta manera, la telenovela como género televisivo que sugiere un modo de adscripción orientado al pasado, por lo tanto, puede ser una forma moderna de "inventar la tradición" (Hobsbawm, 1984). De acuerdo con Hobsbawm (1983), por "tradición inventada" se puede entender un conjunto de prácticas, normalmente reguladas, por reglas tácitas o aceptadas abiertamente, tales prácticas de naturaleza ritual y simbólica, buscan inculcar ciertos valores y normas de comportamiento a través de la repetición, lo que implica automáticamente una continuidad en relación al pasado. En la misma línea, Thompson (1998) argumenta que las formas simbólicas mediáticas, ofrecen una manera de sostener la "continuidad cultural", traducible también en una manera de renovar la tradición en nuevos y diversos contextos, por ello juegan un papel importante en el mantenimiento y renovación de la tradición entre grupos migratorios.

Los inmigrantes asumen un discurso de goce en su elección y una reafirmación de la nación imaginada, al ver telenovelas producidas con el sello industrial de producción nacional (con actores mexicanos, hablados en español con acento 'mexicano', escenarios mexicanos), transmitidos en una televisora (Univisión) que al dedicarse a incluir en su oferta televisiva, programación

proveniente de Televisa, México, está contribuyendo a la "mexicanización de la televisión" hablada en español. Independientemente de la trama narrativa y del contenido, el origen de la producción de las telenovelas refuerza en la audiencia, una fidelidad y lealtad por México. Existe un rechazo por las telenovelas que no tienen ese sello de producción. De esta manera, la televisión hablada en español con oferta de programación mexicanizada, representa un negocio altamente redituable para los empresarios de la televisión hispana.

Aunque, el proceso de construcción de sentido de nuestros datos, orientó discusiones en torno del género como categoría analítica, el marco epistémico de este trabajo, no planteó el abordaje de la recepción televisiva desde la "perspectiva de género". Esta perspectiva, como sugieren algunos autores (Lamas, M. 1996; Scott J. 1996; Maier, E. 1999), implica tomar en cuenta un debate teórico sobre los sistemas clasificatorios históricamente constituidos, que estructuran la percepción y organización del mundo a partir de las diferencias sexuales y las relaciones de poder entre hombres y mujeres. Dice Scott (1996:330) que el género, "es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos y el género, es una forma primaria de relaciones significantes de poder". Hay trabajos que han reflexionado sobre el papel del género en los procesos de recepción de las industrias culturales, particularmente el caso del cine (Iglesias, N. 1997; 1999). Nuestra investigación se circunscribe en mostrar diferencias entre lo dicho por los hombres y las mujeres. Las diferencias entre sus discursos, evidencian en términos empíricos la construcción de lo que "incluye" o "excluye" en la recepción de telenovela (aunque la primera fue mayormente retro-alimentada en nuestros datos). Por lo tanto, el género es considerado como un código de interpretación discursiva del México imaginado. No entramos al debate sobre la perspectiva de género. Insistimos en mostrar las diferencias entre hombres y mujeres, sobre todo en los grupos de discusión, porque las contradicciones entre sus discursos, eran muy significativas, a diferencia de otros criterios de constitución de los grupos como

el tiempo de permanencia en Estados Unidos, la edad de los informantes o el nivel socio-económico.

Nuestro trabajo apunta a que son los hombres, quienes frecuentemente explican sus sentimientos hacia la telenovela con rechazo o vergüenza. Ellos no se sienten identificados ni incluidos con los dramas mexicanos mostrados en la pantalla chica. Para los hombres, la identificación se da con otros programas hablados en español, con la telenovela no, ellos son indiferentes a esto. Las mujeres frecuentemente explican sus sentimientos al contrario, para ellas, las telenovelas significan modos culturales de recuperar su vínculo imaginario con México, aunque experimenten "un placer culpable" (Morley, 1993), o un "placer de reconocimiento" (Ang, I., 1985), la telenovela les proporciona un espacio para sí mismas, como lo apunta Radway (1984) en su estudio de lectura femenina del romance; sobre todo si estamos hablando de mujeres que comparten su vida familiar con espacios de trabajo, las mujeres inmigrantes son mujeres que tienen que aportar ingresos económicos para completar el gasto del hogar. Hombres y mujeres tienen hábitos culturales diferentes de mirar televisión, aunque esto no significa necesariamente, que estas diferencias empíricas sean atributos de sus características esenciales biológicas femenina o masculina, estas diferencias son los efectos de los particulares roles sociales que esos hombres y mujeres desempeñan en los hogares.

Además, cuando la audiencia inmigrante ve telenovelas mexicanas y no identifica aspectos previamente reconocidos en el relato, aspectos que la telenovela no dice (significantes del silencio en estudio semióticos) y que a su juicio debería contener, esta impide compartir un sentido de adscripción. Por ejemplo los enredos de la historia, la presentación de los escenarios (tanto los exteriores y los interiores), las características físicas de los actores, la escenificación de los personajes, el desarrollo y secuencia del guión, y todo lo que tenga que ver con la puesta en marcha de la narrativa audiovisual. Lo familiar, entendido como una competencia ganada por el receptor, a partir de su

experiencia de apropiación televisiva, es lo que permite identificar y calificar lo que desde la mirada subjetiva es "auténticamente mexicano" en la telenovela. Lo familiar abre las posibilidades para que emerja un discurso conversacional entre el sujeto que ve y lo visto. A la audiencia inmigrante, por lo regular le gusta mirar lo que ya está acostumbrada a ver, hay una relación cultural de proximidad con lo semejante. Más en el caso de las telenovelas mexicanas que durante varias décadas, han sido producidas por una misma lógica de formato y contenido. Aunque ciertamente esa proximidad con lo semejante no significa necesariamente que la gente no tenga voluntad para cambiar de opciones y para criticar el contenido de lo que ve. La gente reconoce perfectamente lo que es ficción y realidad.

Por otra parte, el sentido de adscripción al México imaginado a través de la recepción de telenovelas, no implica necesariamente un determinismo homogeneizador donde se eliminen las diferencias culturales. El efecto de homogeneización en el proceso de recepción de telenovelas, no requiere necesariamente que todos conciban al grupo (del cual forman parte 'imaginaria'), de manera igual y se relacionen subjetivamente con él de la misma forma, basta con que todos crean que se refieren a lo mismo de la misma manera, a la "ilusión de la ilusión" (que refiere F. González, citado y analizado por G. Giménez: 1993:26). Esa idea de "ilusión de la ilusión", puede ser traducida como una ilusión de participación a través de la ficción. En la recepción de telenovelas, las audiencias pueden ser "llamadas" y "calificadas" por su competencia ganada por ver las telenovelas continuamente, a ser "incluidas" en las historias de las tramas narrativas, a conversar y a vivir las problemáticas dramáticas como si fueran propias, a experimentar relaciones catárticas que les dan algún tipo de seguridad emocional, a participar de la movilización de sentimientos profundos. Una de las características de la telenovela como género televisivo es el carácter conversacional, el intercambio de significados que los receptores pueden establecer continuamente con la trama narrativa a través de los secretos y

complicidades con los personajes y sus enredos, la presentación de historias fragmentadas, son los "ganchos" diarios del televidente. Asimismo, la "ilusión de la ilusión" también puede comprenderse como un pacto moral. Los pactos morales pueden llegar a ser más eficaces que los pactos políticos, porque dependen únicamente de la determinación emotiva y valorativa del sujeto. Si apropiamos esta idea a nuestra propuesta de análisis, entonces estamos pensando en "pactos morales trans-imaginados", porque estamos refiriendo a una experiencia transnacional vivida por los sujetos.

Uno de los desafíos de los estudios de recepción contemporáneos, aparte de la necesaria e inacabada discusión en torno del poder (Curran J. et. al. 1998; Fiske, J. 1991; Ien Ang, 1991), es la reflexión acerca de las audiencias inmigrantes, de los sujetos nomádicos más que cautivos (Lozano, E. 1991). La globalización cultural y la constante movilidad de población mundial en tiempos actuales, así como la re-conceptualización del territorio como categoría cultural (Giménez, G., 1999), conducen a pensar en torno de las audiencias inmigrantes, en la idea de "esferas públicas en diáspora" (Appadurai, A. 1996). Hemos construido la categoría México imaginado, tomando en cuenta que los sujetos informantes son inmigrantes (la mayoría con una permanencia en el país residente de más de cinco años). De acuerdo a nuestra reflexión teórica y empírica, mirar televisión y telenovela en el entorno de inmigración tiene implicaciones particulares que los hace diferentes de los sujetos que nunca han salido de su lugar de origen. De acuerdo a nuestro trabajo, estas implicaciones son las siguientes:

1) Convivencia con la adaptación

Los programas hablados en español y las telenovelas son para el inmigrante mexicano, una forma de convivencia con la adaptación y socialización al nuevo entorno del país residente. Esta actividad le ayuda a lidiar con la soledad y con los largos espacios de ansiedad, cuando se busca trabajo y

no se encuentra, incluso como forma de protección inmediata ante la deportación.

2)Comparación entre lo viejo y lo nuevo

La construcción de sentido con lo visto en la telenovela y en la televisión, genera un ejercicio racional de constante comparación entre lo que hace diferentes o semejantes a los mexicanos y norteamericanos, entre lo que dejaron en México, la casa materna y el pasado vivido y lo que tienen ahora, la forma de vida al nuevo territorio cultural. Aunque la recepción del *Mex Imag* indudablemente revela con intensidad la orientación hacia el pasado y una forma de "inventar la tradición" (Hobsbawn, 1983), también existe una comparación del mundo vivido con el que se tiene enfrente. La recepción televisiva opera como una mediación simbólica y cultural donde se ponen en juego coordenadas espacio-temporales.

3)Experiencia trasnacional

Las telenovelas mexicanas y los programas en español, son una forma moderna de pensar y vivir cotidianamente el trasnacionalismo. La práctica de apropiación y usos televisivos, forma parte de un escenario trasnacional, donde el receptor inmigrante se encuentra constantemente intercambiando flujos de información y significados entre el país de origen y el país de destino, negociando su adscripción imaginada entre estos dos mundos que pueden ser culturalmente diferentes.

4)Auto-representación del cambio

Para los inmigrantes mexicanos en Estados Unidos, particularmente para las mujeres, las telenovelas además de ser formas de entretenimiento, pueden ayudar a resolver conflictos o dirigir pautas de acción (dar consejos y orientación de cómo actuar en la vida, cómo defenderse en una situación difícil). Además, el contexto cultural del país receptor, auto-representado por las mujeres como un lugar donde tienen derechos y saben cómo ejercerlos (a diferencia de su país de origen), puede favorecer y hacer real el logro de estas pautas de acción.

5)Empoderamiento del idioma

Debido al crecimiento de la población de origen latino en Estados Unidos, cada vez más se extiende el uso del español en Estados Unidos. A lo largo de este trabajo, insistimos en que el español, es un criterio de elección de la telenovela en los inmigrantes, por lo tanto un elemento significativo en la construcción del México imaginado. Ver telenovelas habladas en español es una forma de adscribirse a la nación imaginada. Por este motivo, la recepción cultural de telenovelas puede ser una forma de empoderamiento del idioma español.

6)Modernización de hábitos

Para algunos inmigrantes mexicanos, particularmente para los de origen rural, el contacto con la televisión y con las telenovelas, se inicia y se intensifica al llegar a los lugares de destino en Estados Unidos, pues en sus comunidades de origen no tenían vínculo con el medio audiovisual. De esta manera, ver televisión y géneros de ficción como las telenovelas, además de adscribirse a la nación imaginada, implica una forma de modernización de los hábitos culturales.

Uno de los motores de la relevancia cultural que tiene la telenovela mexicana entre la población inmigrante, es el sentido de orden social y simbólico con varios matices. Orden de los tiempos en la vida cotidiana (horas de exposición y agenda de programación), orden alimentado por la repetición, redundancia y el carácter predecible (características del formato de la telenovela mexicana y de la propia experiencia de apropiación televisiva), orden que provoca sentido de placer por la ficción. Sobre todo, que otorga certidumbre y reconocimiento. Todo esto puede contribuir a enfrentar la vulnerabilidad e invisibilidad económica, política, social y cultural del inmigrante en una sociedad donde aún siguen viviendo relaciones de poder asimétricas.

Mirar telenovelas en la situación de inmigración implica pues, una forma de entretenimiento, una opción televisiva, una actividad que organiza la vida cotidiana, una experiencia cultural que permite comparar dos escenarios y variadas temporalidades, un alimento cultural que inventa la tradición, una

estrategia de enfrentar el conflicto social, una compensación del placer y las emociones, una forma de reconocimiento social, visibilidad y orden ante la vulnerabilidad. La televisión en español, como las telenovelas mexicanas, son los recursos simbólicos altamente significativos en la vida de los sujetos inmigrantes, porque conviven cotidianamente con ellos, todos los días y durante muchas horas en el entorno del hogar. El crecimiento de la televisión, del mercado de la televisión en español en los últimos años así lo evidencia. Por lo tanto, la telenovela como recurso simbólico, es lo que está formando la cultura de las comunidades de origen mexicano en Estados Unidos.

VIAS DE ANÁLISIS

(nota final)

La investigación social y el propio proceso del que ella emana, cierra procesos, pero eso no significa que termine el conocimiento, al contrario, se estimula la apertura y creación de otros aprendizajes. A propósito de los temas involucrados en este trabajo, dejamos abiertas las siguientes líneas de investigación que pueden continuarse:

En el área de la recepción cultural

*Análisis en torno de la construcción subjetiva del receptor, su poder o aparente pasividad en el proceso de la comunicación. *Análisis en torno de la recepción, análisis y repercusión social de otros temas como los programas de auditorio y *reality show*. *Análisis particular de las identidades nacionales a partir del texto de telenovelas específicas. *Análisis del papel de la telenovela y la narrativa de ficción dentro del mercado mundial de la televisión y del espectáculo. *Análisis de las comunidades de *internet* (chat de discusión, foros de temáticas diversas) que se están generando en la red cibernética y sus repercusiones en uso y consumo de la cultura y la comunicación contemporánea. En el ciberespacio hay una red inmensa de clubes y foros que debaten en torno de la televisión, telenovelas y el campo del espectáculo mundial. *Análisis de la recepción televisiva tomando como mediación cultural la perspectiva de género.

En el marco de la televisión y mercado cultural hispano

*Análisis en torno de las políticas comerciales de exportación e importación de programas en español y (de ficción y no ficción) a los hispanos en Estados Unidos. *Análisis de los criterios de selección de la agenda televisiva y qué implicaciones culturales tendría para la población de ascendencia latina y mexicana. *Análisis de la producción y del texto particular de las telenovelas que son exportadas a los Estados Unidos. *Análisis del papel de los medios de comunicación orientados a la población chicana. *Reflexiones en torno de las

identidades chicanas en el contexto de las identidades latinas y otros grupos étnicos que viven en los Estados Unidos. *Análisis acerca de la forma como se representa a los mexicanos y chicanos en los medios de comunicación en español y norteamericanos. *Análisis sobre el uso y recepción de los medios de comunicación americanos e hispanos por los chicanos residentes en los Estados Unidos.

En cuestiones metodológicas

*Análisis de la combinación de metodologías cualitativas y cuantitativas para el estudio de las audiencias. *Análisis en torno del uso de otras metodologías alternativas para el estudio de las audiencias, por ejemplo el taller. *Análisis de audiencias trasnacionales utilizando casos particulares como historias de vida y de familia, dar seguimiento en la comunidad de origen como en la comunidad de destino.

BIBLIOGRAFÍA

GENERAL

Anderson, Benedict (1997). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, Fondo de Cultura Económica, México.

Barthes, Roland (1984). *Fragmentos de un discurso amoroso*, Ediciones Planeta, México.

Bourdieu, Pierre (1991). "Estructura, habitus, prácticas", en *El sentido práctico*, Ediciones Taurus, España.

Geertz, Clifford (1987). *La interpretación de las culturas*, Gedisa, México.

Gellner, Ernest (1988). *Naciones y nacionalismos*, Editorial Alianza, México.

Isaacs, Harold (1975). *The idols of tribe*, Harper and Row, New York.

Jackobson, Roman (1984). *Ensayos de Lingüística General*, Ariel, Barcelona.

Kuhn, Thomas (1992). *La estructura de las revoluciones científicas*, Fondo de Cultura Económica, México.

Paz, Octavio (1959). *El laberinto de la soledad*, Fondo de Cultura Económica, México.

Saussure, Ferdinand (1980). *Curso de Lingüística General*, Ediciones Alfaguara, México.

Wallace R. y Wolf A. (1991). *Contemporary Sociological Theory. Continuing the Classical Tradition*, Prentice Hall, New York.

METODOLOGÍA

Canales, Manuel y Anselmo Peinado (1994). "Grupos de discusión", en Delgado, Juan Manuel y Juan Gutiérrez (coordinadores) *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*, Editorial Síntesis Psicología, Madrid, España.

Galindo, Jesús -coordinador- (1998). *Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación*, Editora Adison Wesley L. y CNCA, México.

Glaser y Strauss (1967). *The discovery of grounded theory*. Mimeo

González, Jorge y Galindo, Jesús -coordinadores- (1994). *Metodología y Cultura, Pensar la Cultura*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

Haidar, Julieta (1998). "Análisis del discurso", en Galindo, Jesús (coord.) *Técnicas de investigación en cultura, sociedad y comunicación*, Person y Addison Wesley Longman, México.

Haidar, Julieta (1994). "Las prácticas culturales como prácticas semiótico-discursivas", en González Jorge y Galindo, Jesús (coord.) *Metodología y Cultura*, Colección Pensar la Cultura del CNCA, México.

Ibañez, Jesús (1994). "Cuantitativo/Cualitativo", en *El regreso del sujeto. La investigación social de segundo orden*, Siglo XXI editores, Madrid.

Ibañez, Jesús (1992). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: técnica y crítica*, Siglo XXI, Madrid.

Krueger, Richard A. (1991). *El grupo de discusión, guía práctica para la investigación aplicada*, Ediciones Madrid S. A.

Liebes, Tamar y Katz, Eliu (1991). *The export of meaning*, Oxford University Press, Oxford.

Liebes, Tamar y Katz, Eliu (1992). "On the critical abilities of television viewers". En Seiter, Ellen. et. al. (Eds.), *Remote Control*, Routledge, London and New York.

Lozano et. al. (1993). *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*, Editorial Cátedra S. A., Madrid.

Schwartz Howard y Jacobs Jerry (1984). *Sociología cualitativa. Método para la Reconstrucción de la realidad*, Editorial Trillas, México.

ESTUDIOS CULTURALES, IDENTIDADES Y COMUNICACIÓN

Ang, Ien (1991). *Desperately seeking the audience*, Routledge, London and New York.

Arredondo, Pablo (1988). "La televisión mexicana en los Estados Unidos: ¿extinción o reconversión?". En *Diálogos de la Comunicación* Número 21, FELAFACS, Perú.

Appadurai, Arjun (1996). *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*, University of Minnesota Press.

Augé, Marc (1995). *Los no lugares. Espacios del anonimato, una antropología de la sobremodernidad*, Gedisa, México.

Castells, Manuel (1996). "El surgimiento de la sociedad de redes" En *La sociedad red*, Blackwell Publishers.

Cohen, Robin (1997) "Díasporas in the age of globalization", In Robin Cohen. *Global diasporas. An introduction*. U.S.A. ED, University of Wahington Seattle.

Curran James, Morley, D. Y Walkerdine VI. -compiladores- (1998). *Estudios culturales y comunicación*, Paidós Comunicación, Barcelona, España.

Fernández, C. y Paxman A. (2000) *El Tigre Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*, Raya Angel del Agua y Grijalbo, México.

Feuer, Jane (1987). "Genre Study and Television", en Allen, Robert (ed). *Channels of discourse. Television and Contemporary Criticism*. University of North Carolina Press, Chapel Hill and London.

Fiske, John (1991). "Moments of television: Neither text nor the audience", En Seiter Ellen, et. al. *Remote Control. Television, Audiences & Cultural Power*, Routledge, London and New York.

Follari, Roberto (2002). *Teorías débiles (para una crítica de la deconstrucción de los estudios culturales)*, Homo Sapiens ediciones, Argentina.

Galindo, Jesús y Luna C. (1995). *Campo académico de la comunicación*, ITESO, México.

García Canclini, Néstor (1999). *La globalización imaginada*. Piados, Estado y Sociedad, México.

García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos*, Grijalbo, México.

García Canclini, Néstor (1993). *El consumo cultural en México*, Seminario de Estudios de la Cultura, CNCA, México.

García Canclini, Néstor (1989). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grijalbo y CNCA, México.

Gendreau Mónica y Giménez G. (2000). "Betwen Popocatepetl and Brooklyn: Migration and Mass Media effects on Regional Identity in Atlixco Puebla", In *Immigration, La Vitrina*. Ref.:

<http://www.lavitrina.com/htm/currently/herrera.html>

Gómez, Héctor (1995). *En busca de la recepción activa*, Universidad Iberoamericana León, México.

González, Jorge. (1994). *Más (+) cultura (s). Ensayos sobre realidades plurales*, Pensar la Cultura, México.

Giménez, Gilberto (1999a). "Territorio, Cultura e Identidades. La región sociocultural", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Programa Cultura, Universidad de Colima, México. Epoca II, Vol. V, junio.

- Giménez, Gilberto (1999b). "La importancia estratégica de los estudios culturales en el campo de las ciencias sociales", en Reguillo Rossana y Fuentes Navarro Raúl. *Pensar las ciencias sociales hoy. Reflexiones desde la cultura*, ITESO, México.
- Giménez, Gilberto (1996). "Territorio y Cultura", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Época II, Vol. II, Programa Cultura, Universidad de Colima, México.
- Iglesias, Norma (1997). "Reconstruyendo lo femenino. Identidades de género y recepción cinematográfica", en *Revista Frontera Norte*, Tijuana, B. C.
- Iglesias, Norma (1999). *Identidad, Género y recepción cinematográfica. Danzón y su lectura por género*. Tesis doctoral en Metodología de la Investigación y Teoría de la Comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Universidad Complutense de Madrid.
- Juárez, Rosa, E. (1989). "Los medios masivos y el estudio de la recepción. Revisión de algunas propuestas teóricas y prácticas", en *Renglones*, ITESO, Guadalajara, México.
- Kristeva, Julia (1978). *Semiótica*. Fundamentos, Madrid.
- Lozano, Elizabeth. (1991). "Del sujeto cautivo a los consumidores nomádicos", en *Revista Diálogos de la comunicación*, Número. 30, FELAFACS, Perú
- Lamas, Martha. (1996) "Usos, dificultades y posibilidades de la categoría de género", en *El género: la construcción útil para el análisis histórico*. PUEG/Porrúa, México.
- Lull, James (2001). "Superculture for the Communication Age", En *Cultura in the communication age*, Routledge London and New York.
- Lull, James (2000). *Media, Communication, Culture. A Global Approach*. Columbia, University Press.
- Lull, James (1990). *Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences*, Routledge London and New York.
- Maier, Elizabeth (1999). "Historia, aplicaciones y limitaciones de la categoría de género sexual", en *Revista Frontera Norte*, Tijuana, B. C.
- Martín-Barbero, Jesús M. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, Barcelona.
- Martín Serrano, Manuel (1987) "La mediación en los medios de comunicación social", en *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona.
- Morin, Edgar (1972). *As estrelas. Mito e sedução no cinema*, Jose Olympo Editora, Rio de Janeiro, Brasil.

Morley, David (1998). "Populismo, revisionismo y los nuevos estudios de audiencia", en Curran James, Morley, D. Y Walkerdine VI. -compiladores- (1998). *Estudios culturales y comunicación*, Paidós Comunicación, Barcelona, España.

Morley, David (1993). *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu Editores, España.

Murdock, Graham (1990) "La investigación crítica y las audiencias activas", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Vol. III número 10, Programa Cultura, Universidad de Colima.

Naficy, Hamid (1993). "The making or exile cultures: iranian television in Los Angeles", In During Simon -ed- *The Cltural Studies Reader*, Routledge, USA and Canada.

Nordlund, Erick (1990). "Televisión y catarsis. Una perspectiva teórica, En *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Epoca I, Vol. IV, Número 10, Programa Cultura, Universidad de Colima, México.

Oliven, Ruben G y Arlei S. Damo (2001). *Fútbol y cultura*, Editorial Norma, Buenos Aires Argentina.

Orozco, Gómez G. (2000). "Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina", en *Revista Comunicación y Sociedad*, Universidad de Guadalajara, Julio-diciembre.

Orozco, Gómez G. (1997). *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*, Universidad Nacional de la Plata, Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A. C. Buenos Aires, México.

Orozco, Gómez G. -compilador- (1992). "Estudios de recepción en varios países", en *Cuadernos de comunicación y prácticas sociales* Número 4, Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales, Universidad Iberoamericana, México.

Propp, Vladimir (1977). *Morfología del cuento ruso*, Editorial Fundamentos, Madrid.

Reynoso, Carlos (2000). *Apogeo y decadencia de los estudios culturales. Una visión antropológica*, Gedisa, España.

Sánchez Ruiz, Enrique (2000). "Los medios audiovisuales mexicanos a cinco años del Tratado de Libre Comercio", en EPTIC, *Revista Electrónica de Tecnologías de la Información y Comunicación*. Vol. 11, Número 1/enero-junio.
<http://www.eptic.he.com.br>.

Sassen, Saskia (2000). *Las mujeres en la ciudad global. Explotación y empoderamiento*. En <http://www.lolapress.org/sass-s.htm>

Scott, Joan W. (1996) "El género: una categoría útil para el análisis histórico", en *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*, PUEG, Porrúa, México.

Thompson, John B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Piados Comunicación, México.

Thompson, John, B. (1994). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, UAM-Xochimilco, México.

Uribe A. Ana (2001). *Los medios de comunicación en Colima. Apuntes para la historia y la cultura*. FONCA y Universidad de Colima.

Uribe A. Ana (1995). *Entre a autoridade e as gargalhadas. Uma leitura exploratoria de imagen televisiva de Silvio Santos*. Tesis de Maestría por la Universidad Metodista de São Paulo, Brasil.

Varios autores (1990). *Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. III, Número 10, Programa Cultura, Universidad de Colima, México.

Varios autores (1993) *Revista Versión Fronteras de la recepción y procesos culturales*, UAM Xochimilco, México Número 3.

Wolf, Mauro (1984) "Géneros y televisión", en *Revista Analisis*, Número 9, Universidad de Barcelona.

Zalpa, Genaro (1999). "Cultural Studies ¿un campo para todos los gustos?", en *Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol V, Número 10, Programa Cultura, Universidad de Colima, México.

LA NACIÓN, LO NACIONAL

Esteinou Madrid J. (1990). "Crisis cultural y desnacionalización: la televisión mexicana y el debilitamiento de la identidad nacional", en *Revista Comunicación y Sociedad*, Número 8, mayo-agosto, Guadalajara, México.

Giménez, Gilberto (1993). "Apuntes para una teoría de la identidad nacional", en *Revista Sociológica*, año 8, Número 21, enero-abril. México.

González, Luis (1992). "La índole de los mexicanos vista por ellos mismos", en Tapia Santamaría (coordinador), *Las realidades regionales de la crisis nacional*, Colegio de Michoacán.

González, Luis (1995). *Pueblo en Vilo*. El Colegio de Michoacán, México.

González Jorge y Chávez Ma. Guadalupe (1996). *La cultura en México I. Cifras clave*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Universidad de Colima, México.

Hobsbawm, Eric. (1984). "Introduction: Inventing Traditions", In Hobsbawm E. and Terence R. *The invention of tradition*, Cambridge London and New York.

Miller, David (1997). *Sobre la nacionalidad. Autodeterminación y pluralismo cultural*, Paidós, Barcelona.

Monsiváis, Carlos (1999). "Aztlán, esquina del eje central", en *Revista Viceversa*, México.

Monsiváis, Carlos (1987). "Muerte y resurrección del nacionalismo mexicano", en *Nexos*, Número 109, México.

Rosales A., Héctor (1998). *Sentipensar la cultura*, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM, México.

Valenzuela, A. José Manuel -coord.- (2000). *Decadencia y Auge de las identidades*, México Norte, Colef, Plaza y Valdés Editores, México.

Valenzuela, A. José Manuel (1999). *Impecable y diamantina. La deconstrucción del discurso nacional*. El Colegio de la Frontera Norte, ITESO.

Varios autores. *Revista Sociológica* (1993). Año 8, Número 21, *Identidad nacional y nacionalismos*, enero-abril, México

TELENOVELAS

Ang, Ien (1985). *Watching Dallas. Soap opera and the melodramatic imagination*, Methuen, London and New York.

Allen, Robert (1995). *To be continued... Soap operas around the world*, Routledge, London and New York.

Covarrubias Karla, Bautista A. y Uribe A. (1994). *Cuéntame en qué se que quedó. La telenovela como fenómeno social*, Editorial Trillas, México.

Covarrubias Karla y Uribe Ana (1998). "Hacia una nueva cultura televisiva. Análisis de los públicos de la telenovela Mirada de Mujer", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Número 7, Programa Cultura, Universidad de Colima, México.

Covarrubias Karla y Uribe Ana (1999) "Telenovelas y públicos en México. Entrevista con Epigmenio Ibarra", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Número 9, Programa Cultura, Universidad de Colima, México.

Covarrubias, Karla y Uribe Ana (2001). "Hacia una nueva cultura televisiva. Mirada de Mujer en la percepción de los públicos colimenses (resultados de investigación)", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Número 14, Programa Cultura, Universidad de Colima, México.

- Estill, Adriana (1998) *The mexican telenovela's Tidy Nation*, In Latin American Studies Association, Chicago, IL, septiembre.
- Fadul, Ana M. (1988). "A telenovela brasileira e a busca de identidades nacionais", en *Revista Chasqui*, No. 25, Quito, Ecuador.
- Fadul, Ana M. -coord- (1993). *Ficção Seriada na tv. As telenovelas latinoamericanas*, Escola de Comunicações e Artes, São Paulo, Brasil.
- Fachel, Ondina. (1990). *A Leitura Social da Novela das Oito*, Vozes Petrópolis, Rio de Janeiro, Brasil.
- Galindo, Jesús (1985). "Vivir y sentir la telenovela", en *Chasqui*, Ciespal, Quito, Ecuador.
- González, Jorge (1998). *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México* (compilador), Universidad de Guadalajara.
- González, Jorge (1993). "El regreso de la cofradía de las emociones interminables: telenovela y memoria en familia", en García Canclini Néstor. *El consumo cultural en México*, México, CNCA, Seminario de Estudios de la Cultura
- Jacks, Nilda (1999). *Querência. Cultura Regional como Mediação Simbólica. Um estudo de recepção*, Editora da Universidade, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil.
- Liebes Tamar, Katz Eliuh (1991). "On the critical abilities of television viewers", In E. Seiter, Elen et. al. *Remote Control. Television, Audiences & Cultural Power*, Routledge, London and New York.
- López, Ana (1995). "Our welcomed guest: Telenovelas in Latin America", In: C. Allen, Robert. *To be continued... Soap operas around the world* Routledge, London and New York.
- Lull, James (1998). "Telenovela. La seguimos amando", en González, J. -compilador-, *La cofradía de las emociones interminables. Miradas sobre telenovelas en México*, Universidad de Guadalajara, México.
- Marques de Mello, José (2001) "La telenovela brasileña. De gata cenicienta a reina mediática", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Época II, Vol VII, Número 13, Universidad de Colima, México.
- Martín-Barbero Jesús M (1986). "Vida cotidiana, melodrama y televisión", en *Seminario de Investigación*, UPB, Medellín.
- Martín-Barbero Jesús M. y Muñoz, S -coordinadores- (1992). *Géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*, Tercer Mundo Editores, Colombia.

Matterlart, Michèle y Matterlart Armand (1989). *O carnaval das imagens. A fição brasileira*, São Paulo, Brasiliense.

Mato, Daniel (1999). "Telenovelas: transnacionalización de la industria y transformaciones del género", en García, Canclini Néstor y Moneta, Carlos (coordinadores). *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, Convenio Andrés Bello/Fondo Nacional de las Artes/Gobierno de la ciudad de Buenos Aires/SELA/UNESCO.

Mato, Daniel (2001). *Trasnacionalización de la industria de la telenovela, referencias territoriales y producción de mercados y representaciones de identidades transnacionales*, Ponencia presentada en Latin American Studies Association (LASA).

Mazzioti, Nora (1996). *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina*, Piados, Comunicación.

Mazzioti, Nora (1993). *El espectáculo de la pasión*, Colihue, Buenos Aires.

Medina Federico y Montoya, Martha (1989). *La telenovela, el milagro del amor*. Col. Mensajes, Facultad de Comunicación Social, Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia.

Ortiz, Renato, Borelli Silvia y Ramos José M. Ortiz. (1989). *Telenovela. História e produção*, São Paulo, Brasiliense.

Quiroz, Ma. Teresa (1993). "La telenovela en el Perú", en Fadul Ana Ma. -Coord.- *Fição seriada na TV. As telenovelas latinoamericanas*, ECA-USP, São Paulo, Brasil

Radway, Janice (1984). *Reading the Romance*, Chapel Hill, University of North Carolina Press; Verso, Londres.

Reyes de la Maza (1999). *Historia de la Telenovela Mexicana*. Editorial Clío, Televisa, México.

Uribe, Ana (2001). "El suceso de Mirada de Mujer y la centralidad de la figura femenina", en *Revista Géneros*, Centro Universitario de Estudios de Género, Universidad de Colima, México.

Uribe, Ana (1993). "La telenovela en la vida familiar cotidiana de México. Apuntes de investigación", en *Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. 1 Número 10, Programa Cultura, Universidad de Colima, México.

Varios autores. *Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* (1988). Estudios de telenovelas. Vol. I, Número 4/5, Programa Cultura, Universidad de Colima, México.

Vássalo de López I. (2002). *Mediações na recepção. Um estudo brasileiro dentro das tendencias internacionais*. ECA-USP, Sao Paulo.

Vásallo de López I. (1997). "Exploraciones metodológicas en un estudio de recepción de telenovela"; en *Comunicación y Sociedad*, Universidad de Guadalajara, México.

MIGRACION, ESTUDIOS CHICANOS Y LATINOS EN USA

Acuña, Rodolfo (1972). *América Ocupada. Los chicanos y su lucha de liberación*, Ediciones Era, Nueva York.

Burciaga, José Antonio (1993). *Drink Cultura. Chicanismo*, Joshua Odell Editions, Santa Barbara.

Bustamante, Jorge A (2002). *Migración internacional y derechos humanos*, Universidad Nacional Autónoma de México.

Bustamante, Jorge A (1997). *Cruzar la línea. La migración de México a Estados Unidos*, Fondo de Cultura Económica, México

Bustamante, Jorge A (1989). "Frontera México-Estados Unidos; reflexiones para un marco teórico", en *Frontera Norte*, Vol.1, enero-junio.

Calderon, Roberto (2000). "All over the Map: La Onda Tejana and the making of Selena", en Maciel, David, Isidro D. Ortiz y María Herrera Sobek. *Chicano Renaissance, contemporary cultural trends*, University Arizona, Press Tucson.

Canales, Alejandro y Zlolnisky, Christian (2000). Comunidades transnacionales y migración en la era de la globalización, texto presentado en el Simposio sobre Migración Internacional en las Américas, San José, Costa Rica, septiembre.

Castillo, Pedro y Ríos Bustamante A. (1989). *México en Los Angeles*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

Castillo, Manuel, Lattes Alfredo y Santibáñez Jorge -coord.- (1998). *Migración y fronteras*, El Colegio de la Frontera Norte, El Colegio de México, Asociación Latinoamericana de Sociología, México.

Corona, Rodolfo (2002). "Mediciones de la migración de mexicanos a Estados Unidos en la década 1990-2000", en García Guzmán Brígida (coord.) *Población sociedad al inicio del siglo XXI*, El Colegio de México, México.

Davis, Mike (2000). *Magical Urbanism: latinos reinvent the us big city*, Verso New York.

Davis, Mike (1992). *City of Quartz. Excavating the Future in Los Angeles*. First Vintage Books Edition, New York.

Durand, Jorge (1994). *Patrones migratorios entre México y Estados Unidos*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

Durand, Jorge; Massey Douglas (1992). "Mexican Migration to the United States. A critical Review", in *Latin American Research Review*, Vol 27, Número 2.

Durand, Jorge -comp.- (1991). *Migración México-Estados Unidos. Años veinte*, Consejo para la Cultura y las Artes, México.

Escalante, Virginia (2000). "The politics of Chicano Representation in the Media", In Maciel, David, Isidro D. Ortíz y María Herrera Sobek (2000). *Chicano Renaissance, contemporary cultural trends*, University Arizona, Press Tucson.

Fox, Geoffrey (1997). *Hispanic Nation. Culture, Politics and the constructing of identity*, University of Arizona Press.

Fregoso, Rosalinda (1993). *The Bronze Screen: Chicana and Chicano Film Culture*, University of Minnesota Press.

Gamio, Manuel (1971) *Mexican immigration to the United States: A Study of Human Migration Adjustment*, Chicago University of Chicago Press.

Glick Schiller, Nina; Basch L. y Szanton-Blanc, C. (1992). "Transnationalism: a New Analytical Framework for Understanding Migration". En *Towards a Transnational Perspective on Migration*. N. Glick Schiller; L. Basch y C. Szanton-Blanc, eds. New York Academy of Sciences. New York.

González, Manuel G. (1999). *Mexicanos. A history of mexicans in the United States*, Indiana University Press, United States of America.

Griswold del Castillo (1996). *Aztlán reocupada. Una historia política y cultural desde 1945*. Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones sobre América del Norte.

Herrera, Fernando (2001). *Familias transnacionales*.
<http://www.lavitrina.com/html/current8/herrera.html>

Iglesias, Norma (1991). *Entre yerba, polvo y plomo. Lo fronterizo visto por el cine mexicano*. Vol. I y II El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, B. C.

Leclerc Gustavo, Villa R. y Dear M. (1999). *La vida latina en LA. Urban latino cultures*. Sage Publications.

Lozano, A. Fernando (2002). "Migrantes de las ciudades. Nuevos modelos de la migración mexicana a Estados Unidos", en García Guzmán Brígida -coord.- *Población sociedad al inicio del siglo XXI*, El Colegio de México, México.

Maciel, David (2000). *El bandolero, el pocho y la Raza*, CONACULTA y Editorial Siglo XX, México.

- Maciel, David (1996). *El México olvidado (dos tomos). La historia del pueblo chicano*. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez y Universidad de Texas el Paso, México.
- Maciel, David, Isidro D. Ortíz y María Herrera Sobek (2000). *Chicano Renaissance, contemporary cultural trends*, University Arizona, Press Tucson.
- Massey, Douglas,; Alarcón R., Durand J. y González H. (1991). *Los ausentes. El proceso social de la migración internacional en el occidente de México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- Malkin, Victoria (1999). "La reproducción de las relaciones de género en la comunidad de migrantes mexicanos en New Rochelle, Nueva York", en Mummert, Gail. *Fronteras Fragmentadas*, El Colegio de Michoacán, CIDEM, México.
- Memoria del 2º Congreso Internacional de Migración (1999). Noviembre, Tijuana, B. C.
- Monsivías, Carlos (1999). "Aztlán. Eje central", en *Revista Viceversa*, México.
- Navarro, Armando (1999). "Los latinos en la política de los Estados Unidos", en *Revista Viceversa*, México.
- Noriega, Chon (1992). "Between a Weapon and a Formula, Chicano Cinema and its Contexts", in *Chicanos and Film. Representation and resistance*, University of Minnesota Press, Minneapolis, London.
- Ramos, Jorge (2000). *La otra cara de América. Historias de los inmigrantes latinoamericanos que están cambiando a Estados Unidos*, Grijalbo, México.
- Ríos, Diana (2000). "Chicana /o and Latina/o Gazing: Audiences of the mass media", In Maciel, David, Isidro D. Ortíz y María Herrera Sobek (2000). *Chicano Renaissance, contemporary cultural trends*, University Arizona, Press Tucson.
- Rodríguez, América (1999). *Making Latino News. Race, Language, Class*, Sage Publications.
- Rodríguez, Clara E -coord.- (1997). *Latin Looks. Images of latinas and latin@s in the U. S. Medias*, Westview Press, United States de América.
- Rodríguez, Marángela (1998). *Mito, identidad y rito. Mexicanos y chicanos en California*, CIESAS, Miguel Angel Porrúa, México.
- Santamaría Gómez, Arturo (1996). *México y los Mass media hispanos de Estados Unidos. En sus orígenes y en la crisis de 1994-1995*, Universidad Autónoma de Sinaloa, California State University, Los Angeles, Educational Oportunity Program.

Smith, Robert (1999). "Reflexiones sobre migración, el Estado y la construcción, durabilidad y novedad de la vida transnacional", en Mummert, Gail. *Fronteras Fragmentadas*, El Colegio de Michoacán, CIDEM, México.

Subervi-Vélez (1991). "La comunicación colectiva y los hispanos en Estados Unidos", en *Revista Diálogos de la Comunicación* Número 31, Felafacs, Lima.

Tuirán, Rodolfo -coord.- (2000a). *Migración México-Estados Unidos. Presente y futuro*, Consejo Nacional de Población, México.

Tuirán, Rodolfo -coord.- (2000b). *Migración México-Estados Unidos. Opciones de política*, Consejo Nacional de Población, Secretaría de Relaciones Exteriores, Secretaría de Gobernación, México.

Valenzuela A. José Manuel (1998). *El Color de las sombras. Chicanos, identidad y racismo*, El Colegio de la Frontera Norte, Universidad Iberoamericana, Editorial Plaza Valdés, S. A.

ANEXOS

Guía de Entrevista Cualitativa para las mujeres

DATOS PARTICULARES

Nombre _____
Dirección _____
Colonia _____ Tel. _____
Ciudad _____ Edad _____ Estado civil _____

I. LA INFORMANTE Y SU FAMILIA

Núcleo familiar

- Quiénes viven en esta casa (otros familiares)
- Cuántos hijos tiene, dónde nacieron (por qué)
- Quién representa el jefe de familia
- Ocupación, escolaridad e ingresos
- Qué idioma habla usted dentro de su casa
- En caso de inglés, dónde y cuándo aprendió

Rutinas de vida

- Actividades de cada miembro familiar: padres, hijos, otros
- Qué hace usted en sus tiempos libres, a dónde van
- Con qué frecuencia visita familiares (y ellos a usted)

Vida pública

- Desde cuándo viven en este barrio
- Qué tipo de relación tiene con sus vecinos

II. MIGRACIÓN

Causas

- En qué ciudad de México nació usted y su familia
- Cómo y cuándo llegó usted y su familia a Estados Unidos
- Por qué se vino de México y porqué eligió vivir en Los Angeles
- Fue la primera de su familia en migrar
- Ha ayudado a otros familiares y/o amigos a venir a Estados Unidos

Comunidad de origen

- Con qué frecuencia se comunica con su familia y viaja a México
- Colabora económicamente con alguien en México
- Qué otras actividades realiza en su estancia en México

Comunidad de destino

- Cuánto tiempo tiene viviendo en Los Angeles
- Qué ciudades conoce de México y cuáles de Estados Unidos
- Cómo es su situación legal en Estados Unidos

III. UNIVERSO DE TELEVISIÓN Y OTROS MEDIOS

Rutinas de televisión

- Quién ve la televisión con mayor frecuencia en casa (en qué lugar)
- Cuántos televisores hay en la casa y dónde están ubicados
- Quién usa el control remoto (en caso de tener)
- Rutinas televisivas propias y de los miembros de familia

Gustos y preferencias

- Qué tipos de programas de televisión ve, qué canales, porqué
- Preferencias propias y de los miembros de la familia

-Tiene algún servicio privado de televisión, cuál, desde cuándo

Modos y formas de ver televisión

-Qué es lo que hace regularmente cuando ve la televisión

-En qué lugar de su casa le gusta ver televisión

-Con quién conversa sobre programas de televisión

Otros medios de comunicación

-Qué tipo de periódicos lee con frecuencia

-Qué tipo de revistas le gusta comprar

-Con qué frecuencia asiste al cine y qué tipo de películas le gustan

-Cuáles son las estaciones de radio que prefiere

IV. TELENOVELAS Y MÉXICO IMAGINADO

Modos y formas de ver telenovelas

-Por qué le gusta de ver telenovelas mexicanas

-En qué lugares de su casa le gusta ver las telenovelas

-Con quién le gusta ver y conversar acerca de las telenovelas

Tvn gustos de telenovela

-Desde cuándo ve telenovelas en Los Angeles

-Cuáles son las telenovelas mexicanas que más le han gustado

-Cuáles son las telenovelas que ve actualmente

-Para quién cree que son dirigidas las telenovelas

Género televisivo de la telenovela

-Las telenovelas mexicanas han cambiando últimamente, en qué consisten esos cambios

-Es lo mismo ver telenovela aquí en Los Angeles que en México

México Imaginado en TVN (general)

-Qué significa para usted México

-Qué cosas le hacen pensar, sentir y recordar México

-Las telenovelas mexicanas (las que ha visto o las que está viendo actualmente), hacen recordar e imaginar a México. Qué piensa

México Imaginado en TVN (particular)

Lenguaje tvn

-El lenguaje que hablan en las telenovelas es característico (típico) de México

-Particularidades y diferencias del idioma español en las telenovelas

-Particularidades y diferencias del idioma español en la televisión hispana

Oferta televisiva

-Cuáles son las diferencias entre las redes Telemundo y Univisión

-Cuáles son las diferencias entre telenovelas mexicanas y latinoamericanas

-Cuáles le gustan más y por qué

-Qué opina del tema de la migración en las telenovelas

Escenarios

-Particularidades de los escenarios que aparecen en las telenovelas

-En qué lugares viven los personajes, dónde se desarrollan las historias

-Cuáles escenarios le gustan y cuáles no

Familia, Género y Clase

- Cómo son las familias en las telenovelas mexicanas
- Qué tipo de problemas familiares aparecen en las telenovelas mexicanas
- Qué características tienen las mujeres, cuáles los hombres
- Qué tipo de relaciones tienen (buenas o malas relaciones)
- Qué tipo de actividades realizan las mujeres y los hombres
- Qué personajes tienen más fuerza en las telenovelas mexicanas
- Cómo se representen los pobres y los ricos en las telenovelas mexicanas
- Qué tipo de características físicas tienen los personajes en la telenovela (estatura, color de piel, color de ojos, formas de peinarse, por ejemplo)
(Si hay caso: De estos tres tópicos diferencias/ semejanzas con México)

Religión y Poder

- Qué opina de la religión que tienen los personajes de telenovela mexicana
- Por qué usted cree que esa religión eligieron los productores
- Qué tipo de poder le gusta que la gente (personajes) tenga en las telenovelas mexicanas
- Quiénes sufren y por qué, está de acuerdo con los castigos en las telenovelas mexicanas
(Si hay caso: Diferencias, semejanzas y particularidades de México)