Valores democráticos en los proyectos migratorios de jóvenes marroquíes

POR **LUCÍA BENÍTEZ EYZAGUIRRE**

A partir de una encuesta sobre el imaginario migratorio en la población marroquí en relación con el consumo de los medios de comunicación, se profundiza en el uso de los diferentes circuitos comunicativos, en el uso de las redes y en su contribución a las ideas democráticas

La dimensión transnacional de las migraciones -un flujo y reflujo que alcanza todos los niveles de lo social, económico y político- adopta forma de redes por encima de los límites geográficos. El concepto de red (Bott, 1955) transformó el estudio de las migraciones con la integración de la comunicación y el intercambio. La teoría, aplicada a procesos de movilidad y comunicativos[1], tiene una doble dimensión: de una parte, crea imágenes mentales, pensamientos y significados en innovación continua; y de otra, contempla la interdependencia y la dinámica de estos procesos, se integra en un sistema de valores, creencias y conductas, es decir, en la cultura (Capra, 2003, pp. 115-121).

Redes, la conexión de la comunicación y la migración

Las redes sociales revitalizan la dinámica cultural a través de las comunidades de práctica o redes informales que mantienen la vitalidad de la organización, es decir, la flexibilidad, aprendizaje y creatividad en las que se apoya la emancipación. En este sentido, hay que destacar el trabajo de Fawcett (1989) porque establece los vínculos entre los factores de la migración y la comunicación en los ámbitos en que se desarrolla que muestran la circularidad y doble dirección de fenómeno.

Aubarell y Zapata-Barrero (2004, p. 165) mantienen su importancia no solo como recurso económico y social -ya que exporta el conflicto social y reduce el desempleo-, sino como «un factor de modernización política y cultural aun cuando esta última no sea deseada por los

Fundación Telefónica
Telefónica

Estados de origen». Así, es una vía de democracia 'desde abajo' que revitaliza la capacidad política de los excluidos y su capacidad de producir nuevas formas de ciudadanía (Sassen, 2003, p. 16) y participación política. La estructura en red de las nuevas esferas públicas penetra en un nuevo circuito como espacio de intervención de la ciudadanía en tres vertientes: «información, interpelación y deliberación» (Martínez Nicolás, Tucho y García de Madariaga, 2005, pp. 26-28). Como redes transnacionales alimentan una 'ciudadanía cosmopolita' (Nussbaum, 1999) o 'ciudadanía universal', como la califica Estévez (2008, pp. 17-24); al margen de los nacionalismos.

En su comprensión amplia, la movilidad abarca todo un abanico de desplazamientos, entre los que se encuentran los viajes de negocio, los relacionados con la salud, los ligados a la educación, los itinerarios laborales diarios y las salidas de compras (Coles, Duval y Hall, 2005, pp. 189-191). Asociada a la comunicación por su elevada tasa de encuentros e interacciones sociales, los desplazamientos son parte de un 'estilo de vida móvil'.

La comunicación y la migración como elementos transformadores de lo político y lo social con procesos de negociación y resistencia construidos por los imaginarios individuales y colectivos. Tanto las prácticas comunicativas y de enunciación como la movilidad están ligadas a espacios de autonomía y empoderamiento, que son elementos esenciales de una ciudadanía democrática:
– La dinámica de redes estructura procesos comunicativos que marcan la continuidad y el cambio social, vehículos para superar los efectos indeseados de la globalización.
– Comunicación y movilidad son elementos imprescindibles para el desarrollo y el equilibrio del sistema global, puesto que constituyen los vectores dinámicos que le otorgan vida.
– La comunicación y las migraciones desafían las fronteras y los modelos de intercambio impulsados por los Estados y las corporaciones internacionales.
– La tecnología de la información juega el papel esencial para articular alternativas al poder (Lemos, 2008) y, por tanto, de resistencia y creatividad, conexión y capacidad transformadora.

Mientras el papel de la comunicación en la democratización y la construcción de la ciudadanía ha centrado la atención de muchos teóricos, especialmente a partir de Habermas, el papel de la movilidad como derecho político se ha incorporado al corpus teórico más recientemente, con aportaciones como la de Mezzadra (2005), quien interpreta la movilidad como un derecho político, un 'derecho de fuga', que explica el movimiento social y las luchas de este colectivo contra su explotación laboral. Pero para ello -reclama Mahler (1998, p. 92)- hay que profundizar con estudios empíricos en cómo estas conexiones trasnacionales modifican o alteran -o reproducen y consolidan- las estructuras de poder de las comunidades de migrantes y sus relaciones con otros poderes políticos.

Si «la movilidad es una condición política» (Haba, 2006, p. 84), hay que prestar atención a la práctica política en este contexto, sobre el que giran nuevas dinámicas conectivas y simbólicas, en función de la apropiación y del empoderamiento y acordes con sus necesidades, que no son solo económicas: los emigrantes y desplazados generan su propia agencia para la renovación de la opinión pública, con una gran eficacia en la relación entre la sociedad civil y el Estado, e incluso impulsan la acción y la intervención ciudadana (Vieira, 2003, p. 16).

Fundación Telefónica
Telefónica

Marruecos, el poder estatal y la fuga

En el caso de Marruecos, debido a la tradición colonial, el escaso desarrollo de la sociedad civil, el control de la información y sobreexposición de las audiencias a contenidos de grupos mediáticos transnacionales se ha establecido un modelo de comunicación como dominio. La política comunicativa de Marruecos llama la atención por su escaso desarrollo como espacio de intervención entre el gobierno y la ciudadanía y por la falta de alternativas nacionales a las grandes empresas mediáticas transnacionales.

El poder estatal centraliza las comunicaciones con un modelo exclusivo de televisión pública de fuerte control pero que no garantiza la cobertura de todo el territorio nacional; mientras, la práctica social ha sido de alto consumo de televisión transnacional occidental, hasta la irrupción reciente -a partir de 2003- de *Al-Jazeera* y otras televisiones árabes o en lengua árabe. La radio, por su parte, solo cuenta con una experiencia mixta de participación privada desde 2003, con la emisión en territorio nacional de radio *Sawa*[2]. En cuanto a la prensa, se detecta el control estatal y la baja difusión, que va en retroceso por el descenso de las tiradas[3]. Frente a esta política mediática, hay pocas iniciativas que se pudieran enmarcar en la Comunicación para el desarrollo. De hecho, destaca la escasa o casi nula participación ciudadana en la democratización y la construcción del Estado y la dificultad de acceso a Internet, al margen de los 'cíber'.

El estudio de caso en Marruecos precisa recordar el cambio de patrón migratorio en los últimos cincuenta años: entonces fue destino de los europeos, para pasar después a la expulsión masiva hacia el Norte de la población autóctona y, finalmente, en la última década juega el papel de guardián y freno de los movimientos de población subsaharianos. Todo ello en un Estado monárquico de alto contenido religioso, con escaso desarrollo de la ciudadanía y del respeto a los derechos humanos, cuya cohesión interna se ha forjado sobre elementos identitarios y la tradición; los valores sociales muestran una alta pertenencia nacional y un predominio de la supervivencia, según los datos de la Encuesta Mundial de Valores.

Origen y destino de los migrantes marroquíes, las redes migratorias

Núñez Villaverde y García Luengos (2004) estudian las redes como parte del movimiento asociativo marroquí que muestra una emergencia de la sociedad civil, es decir, que está relacionado con el desarrollo y el bienestar social. Sin embargo, detectan un exceso de peso político y falta de organización y no mencionan a las redes migratorias como parte de esa estructura.

Lacomba (2004, pp. 89 y 99) encuentra relación entre la distribución en España de la población migrada marroquí -según su participación en el mercado laboral y su especialidad profesional- y la antigüedad de los flujos y, sobre todo, según la incidencia de las redes migratorias. De Haas (2006, pp. 68, 85 y 88) le atribuye el rápido desarrollo de la migración norteafricana de la década de 1960 por el apoyo que supuso y por escapar a los mecanismos de control. La importancia de las redes migratorias marroquíes es defendida desde muchos estudios y análisis como un elemento dinamizador de la consolidación y reproducción del fenómeno

Fundación Telefónica
Telefónica

(Castaño, Eguren, Fernández e Iglesias, 2008, pp. 159-165). Aubarell y Zapata-Barrero (2004, pp. 68, 107 y 124-125) relacionan las redes con la migración irregular y vinculan su existencia con la economía sumergida en el Mediterráneo.

Por su parte, Álvarez-Miranda (2007) considera -en el caso de las conexiones transnacionales marroquíes- que se establecen en función de las relaciones familiares. El dato se confirma en el estudio de Aparicio y Tornos (2005, p. 50), quienes destacan que el porcentaje de marroquíes que contaban con familiares en España antes de su llegada es del 26,5 por ciento, mientras que González Cortés (2006, p. 345) estima que un tercio de los migrantes marroquíes se ha apoyado en estas redes. Martínez Veiga (1997 y 2004, pp. 88-90) mantiene el interés de las redes para el estudio de las migraciones, aunque en el caso marroquí no cree que sea una constante y señala la paradoja y anomalía entre la realidad social cotidiana y su impacto en las migraciones: «La organización en redes está presente en la cultura, en la vida política y económica y, sin embargo, tiene poca incidencia en el proceso migratorio» (Martínez-Veiga, 2004, pp. 94-96).

Sobre la reproducción de estas redes, Chattou (1998) realizó un estudio de campo con testimonios obtenidos en Marruecos y tres países europeos sobre el proyecto y las estrategias reproductivas de la migración, así como sobre la fuerza del imaginario en la conformación de la idea migratoria. Del conjunto de estas investigaciones tiene especial interés el hecho de que los migrantes más jóvenes y con menor tiempo de permanencia en España viajan para alejarse de la situación política y de la injusticia de su país, tienen un elevado nivel de formación con el que objetivan la ‘visión idílica del destino’ y están en permanente contacto a través de las redes y las nuevas tecnologías.

Las conexiones transnacionales en Marruecos: parabólicas e Internet

Aunque el espectacular desarrollo tecnológico permite en la actualidad otro modelo comunicativo, la ausencia de iniciativas civiles, la escasa formación en tecnologías y el control gubernamental han retrasado su implantación y la consiguiente oferta de alternativas. A esto hay que añadir las dificultades para el acceso y para la difusión de mensajes. A pesar de ello, Internet y la presencia de antenas parabólicas sirven de puente entre dos mundos, penetran en diferentes culturas con idearios colectivos «opuestos a costumbres y tradiciones que se quieren preservar obligatoriamente» (Massana, 2007).

El paisaje urbano y rural de Marruecos, incluso en los rincones más alejados, está plagado de antenas parabólicas; Abu Warda (2000) entiende que es una consecuencia del proceso de descolonización y de que las nuevas tecnologías han modificado las relaciones interregionales e internacionales. En muy pocos años, frente a los canales estatales han irrumpido nuevos flujos televisivos, con un total de 124 canales vía satélite producidos por diferentes países del mundo árabe.

Las conexiones externas de los marroquíes son, a la vista de los datos, intensas y numerosas, especialmente en lo que se refiere a la conexión de Banda Ancha y a los teléfonos móviles. En cuanto al acceso a Internet, presenta unas cifras altas, sobre todo a la vista de su coste. La comparación de las tarifas más bajas (calculadas según el porcentaje del PIB per cápita

Fundación Telefónica
Telefónica

mensual por 20 horas de conexión) supone un coste de 20,5 dólares, frente a los 5,6 de Túnez. A pesar de ello, el número de usuarios por mil habitantes es de 198.

La brecha Norte-Sur también se visualiza en el *Networked Readiness Index*, índice utilizado en el *Global Information Technology Report 2007-2008* del World Economic Forum, que mide el grado de preparación y capacidad de una nación para participar y beneficiarse de los avances de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Aquí Marruecos se sitúa en la mitad del escalafón de un total de 127 países (74), por delante de sus vecinos magrebíes Mauritania y Argelia (World Economic Forum, 2008). Según esta fuente, el porcentaje de hogares con televisión es el más bajo de los países comparados: un 78 por ciento, mientras que Túnez registra un 92 por ciento. En cuanto a los hogares con cable o satélite, el porcentaje es del 30,6 por ciento, también una cuota inferior a Túnez (46,8 por ciento) (ver tabla 1).

Tabla 1. Acceso a las telecomunicaciones

Países			Marruecos	Túnez	España	Francia	Italia	EEEU
Radio		% hogares con radio	79	77	88	...	...	99
Televisión		% de hogares con aparato de televisión	78	92	99	97	96	99
		% de hogares con cable o satélite	30,3	46,8	8,3	40	21,9	80,1
Computadora personal		por 1.000 habitantes	24	56	277	574	366	754
		% cambio anual medio	15	20,9	9,7	13,6	15,5	7,5
Internet		Usuarios por 1.000 habitantes	198	127	423	491	491	687
		Banda Ancha (% de abonados)	97,8	11,7	92,6	83,3	38,5	44,7
		% del PIB per cápita mensual por 20 horas de uso (tarifa más barata)	20,5	5,6	1,8	0,5	1,1	0,4
Teléfono	Líneas fijas	Abonados por 1.000 habitantes	41	124	419	553	427	568
		% cambio anual medio	0,1	2,6	-0,5	-0,7	-2,5	-3,1
		Costo llamada local 3 minutos (hora punta - EEUU)	0,15	0,02	0,13	0,2	0,08	0
	Móviles	Abonados por 1.000 habitantes	519	718	1052	842	1219	769
		% cambio anual medio	26	78	8	6	8	12
		Costo llamada local 3 minutos (hora punta - EEUU)	0,51	0,34	0,79	1,68	0,04	1,35
		Proporción teléfonos móviles/fijos	12,64	5,79	2,51	1,52	2,85	1,35
	Tráfico internacional	Minutos de llamadas recibidas por persona	58,8	58,7	64,8	115	130,5	62,4
		Minutos de llamadas efectuadas por persona	5,5	24,4	54,6	67,5	61,3	233,7

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LOS DATOS DE UNESCO (2010, PP. 314-317).

Las redes, conexiones y flujos en la reconstrucción democrática

A partir de los datos de los consumos de medios y de las prácticas comunicativas ciudadanas en Marruecos, hay que plantearse la capacidad de la interconexión para la transformación social y política. Los circuitos dominantes de la información y la comunicación están marcados

Fundación Telefónica
Telefónica

por los consumos mediáticos, por el uso tecnológico y por prácticas sociales que se podría sintetizar en cuatro grandes cauces:
– La comunicación mediática, comprendida como los flujos de información de los medios de comunicación de masas, entendidos como espacios sociales transnacionales (Meyrowitz, 1985). De especial interés es el concepto 'paisajes mediáticos' (Appadurai, 2001), que viene definido por las posibilidades de producción y difusión de imágenes electrónicas, las cuales construyen mundos imaginarios y nuevas expectativas de vida.
– La comunicación mediada transnacional, es decir, los flujos que circulan a través de Internet y en los que se registran interacciones comunicativas, fruto de la interactividad de la audiencia.
– Los discursos sociales, que se registran en las conversaciones entre paisanos, amigos, familia o en el entorno de la vecindad.
– La percepción individual de la comunicación y la información, condicionada por las motivaciones, las emociones y el imaginario.

Las fuentes de información son, por tanto, variadas y ayudan a conformar el imaginario sobre el destino y los planes de la migración: las instituciones, los productos culturales, los agentes sociales, los migrantes tanto retornados como en su país de residencia, los turistas y visitantes, además de la familia, el vecindario y los amigos.

El consumo de medios y las prácticas comunicativas de los informantes

A partir de una investigación sobre el imaginario migratorio en la población marroquí -en relación con el consumo de los medios de comunicación y los 'paisajes mediáticos' que ofrecen las sociedades occidentales respecto a la calidad de vida, el consumo, el desarrollo y las libertades individuales-, se puede profundizar en el uso de los diferentes circuitos comunicativos en que se forjan estas experiencias y, en especial, la idea democrática de la construcción de los derechos ciudadanos. El cuestionario, presentado a 144 alumnos de la Universidad Abdelmalek Esaâdi de Tánger está compuesto por doce preguntas (mixtas, abiertas y cerradas) sobre el consumo de medios y las prácticas comunicativas, los planes migratorios y las demandas sociales y políticas asociadas a esos proyectos.

El análisis de los resultados de la encuesta ofrece mucha información sobre el consumo de medios de comunicación, sobre el que se obtienen un total de 1.614 resultados, la mayor parte de ellos referidos a los consumos de televisión (1.335), dentro de tres grandes grupos: la televisión nacional marroquí, las cadenas de procedencia árabe o en lengua árabe y las de producción occidental.

Respecto a estos resultados, el acceso a la información a través de Internet es baja (139) y casi idéntica a la que se registra a través del resto de medios de comunicación (radio, prensa y revistas, contabilizadas en conjunto bajo la etiqueta 'otros medios'), con 140 resultados. Si se indaga, la relación entre el consumo de diferentes medios de comunicación, que se resume en la tabla 2, los resultados en concurrencia tienen una incidencia menor y muestran el predominio de la televisión sobre otras prácticas comunicativas.

Fundación Telefónica
Telefónica

Tabla 2. Concurrencia entre consumo de televisión y medios

	Televisión			Otros medios	Internet
	Árabe	Occidental	Marroquí		
Hombres	72	70	61	41	50
Mujeres	60	41	34	48	52
Total	132	111	95	89	102

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Dado que el cuestionario trata de profundizar en la idea de emigrar, la mayor parte de las respuestas relacionan el consumo de medios con los deseos de movilidad a través de procesos de evaluación en esa relación (negativa en 1.142 ocasiones, mientras que las positivas alcanzan 898).

Las referencias al fenómeno migratorio en Marruecos o a proyectos personales de movilidad suman un total de 740 resultados. Tanto en el consumo de medios como en las referencias sobre los proyectos migratorios, los resultados reflejan un gran impacto de los argumentos emocionales (152), seguidos de cerca de los que están guiados por las expectativas (134). Sin embargo, no existen discursos que reflejen el proyecto migratorio desde la motivación.

Antes de profundizar en las características de los desplazamientos, vamos a conocer el impacto del consumo de medios entre los estudiantes encuestados. Respecto a la televisión, con datos porcentuales, los resultados muestran un consumo mayoritario de la televisión árabe, con un gran retroceso en las cadenas occidentales (30 por ciento) que aparecen casi equiparadas a las nacionales (28 por ciento).

Las preguntas planteadas de forma abierta en general han recibido respuestas monosilábicas; por ejemplo, a la cuestión de si existe diferencia entre los mensajes de las distintas cadenas, un 88 por ciento responde que sí, mientras que un 10 por ciento que no. El tema del efecto de realidad de la televisión parece que suscita controversia: un número importante de los encuestados distinguen y comentan que «hay cadenas que muestran a menudo la realidad de las cosas, como por ejemplo *Al-Jazeera*», mientras aparece una apreciación negativa sobre la televisión nacional, coincidente con el resto de los resultados: «No [reflejan la realidad] del todo, sobre todo la marroquí». También se muestra el sesgo relacionado con las cuestiones políticas, un 3 por ciento. Hay más matices añadidos a la negación de que las televisiones representen la realidad: «muestra solo la parte positiva e ignora la negativa». Muchas de las contestaciones, que vacilan entre el sí y el no, se expresan en porcentajes y afirman que solo muestran la realidad en un 20 o un 30 por ciento de las ocasiones, aunque se registra una que asegura que sí lo hacen el 55 por ciento de las veces. En resumen, y haciendo operativas las respuestas, se puede decir que el 67 por ciento cree que la televisión no refleja la realidad, frente a un 18 por ciento que opina que sí.

Los estudiantes respondieron con rotundidad a la pregunta sobre las diferencias en la imagen

Fundación Telefónica
Telefónica

que ofrecen las televisiones sobre los países del Norte y del Sur. El 85 por ciento cree que son grandes las diferencias sobre todo en las cadenas árabes, frente a un 8 por ciento que mantiene que no. En cinco ocasiones constatan la diferencia en clave Norte-Sur, con comentarios como: «Las cadenas occidentales muestran la mayoría de las veces una mala imagen de los países del Sur. Las cadenas árabes muestran la realidad». La mayoría encuentra relación entre el mensaje y el lugar de emisión de las cadenas de televisión, un 52 por ciento, mientras que el 44 por ciento de los encuestados no establecen esa conexión.

Las respuestas obtenidas, al margen de la información sobre los medios de comunicación, reflejan una serie de valores sobre la construcción democrática y la ciudadanía en la propia evaluación de los contenidos televisivos. De una parte, cuando evalúan la producción informativa en su calidad periodística, pero también a la hora de mencionar los sesgos identitarios y el respeto a la diversidad cultural, como hemos visto.

Valores democráticos alrededor del proyecto migratorio

El cómputo numérico de estos datos ya muestra que, frente a los argumentos clásicos de la motivación migratoria -trabajo (11) y dinero (21)- son muchas más las respuestas que aluden a cuestiones relacionadas con los derechos y la ciudadanía. Aunque con referencia expresa a la ciudadanía solo hay 8 respuestas, tenemos otras muchas que reflejan el deseo de un estado del bienestar: la movilidad ligada a un proyecto educativo o a una mayor calidad de enseñanza (11), la calidad de vida (9), el turismo (9), pero sobre todo el consumo, con 143 resultados. En cuatro ocasiones se señala el abuso de poder como una merma de los derechos y solo en una ocasión el capital social como un beneficio del proyecto migratorio.

En primer lugar, el análisis desde la recepción y la mediación televisiva informa sobre la construcción del imaginario y los ‘paisajes mediáticos’ desde los *mass media*. La mayor variedad de respuestas y de matices se obtuvo de la pregunta ‘¿Cómo refleja la televisión la vida cotidiana en los países del Norte?’. La gran mayoría entiende que las televisiones de Occidente dan una imagen positiva del mundo del Norte: «La mejor y más hermosa; los humanos del Norte respetan los derechos del hombre y la vida es más rica y estimable». La mayoría resalta una visión positiva respecto a los mensajes televisivos cuando hacen referencia a Occidente, donde entienden que se vive una situación mejor, y un 9 por ciento califica la visión de realista, mientras un porcentaje idéntico la califica de irreal o exagerada; un 7 por ciento considera que la proyección realizada por la televisión es imaginaria.

En este imaginario hay muchas referencias a las libertades ciudadanas y la calidad de vida, con calificativos como ‘confortable’, ‘muy buena’, ‘perfecta’, ‘positiva’ o ‘buena’; se recogen apreciaciones sobre la «estabilidad política y económica», «todo el mundo vive bien, trabaja bien, hay un gran desarrollo», «muestra riqueza y democracia», «viven de una manera muy moderna y bien organizada, y utilizan productos muy sofisticados», o «se ejerce la democracia y el respeto a la ciudadanía». Por último, aparece una opinión más extensa y que refleja un profundo convencimiento de la capacidad de los países occidentales de cumplir los deseos de la población: «Mostrando que los países del Norte han llegado a satisfacer todas las necesidades de sus ciudadanos».

Fundación Telefónica
Telefónica

Son pocos los que muestran una visión crítica; solo hay algunos comentarios como «de manera imaginaria, nos muestra las cosas buenas y nos oculta los defectos», con respuestas que representan un 14 por ciento del total. A esto se añade otro conjunto sobre el sesgo que las televisiones introducen en los retratos del Norte, que supone el 8 por ciento de las respuestas; de estas, solo hay una que mantiene que la televisión refleja la vida cotidiana en el Norte «de manera ideológica». También hay muestras de la interiorización del relato mediático (12 por ciento): «Atractiva, porque muestra la riqueza, la felicidad y una vida tranquila y apacible», y «Las cosas están muy bien, y esto anima a emigrar». El porcentaje más elevado es 'favorable' (30 por ciento), 'realista' (19 por ciento), 'engañosa' (29 por ciento), 'rechazable' (3 por ciento), 'otras' (7 por ciento) y NC (12 por ciento).

Resulta muy significativo el alto porcentaje de respuestas afirmativas a la pregunta '¿Crees que hay relación entre el Norte que refleja la televisión y el deseo de emigrar?'. Tres de cada cuatro alumnos (74 por ciento) mantiene que sí, mientras el 22 por ciento asegura que no. Las afirmativas suelen ir acompañadas de términos como 'paraíso' (en tres ocasiones), 'derechos', 'desarrollo', 'democracia', 'riqueza' y 'admirable'; se explica la atracción por la estética, la vida hermosa y sin problemas, las cosas buenas -«toneladas de cosas buenas»- y solo en una ocasión aparece la palabra 'trabajo'.

Una mayoría vincula los mensajes mediáticos con el proyecto migratorio: «Las televisiones occidentales provocan en la gente el deseo de emigrar». Este tipo de opiniones se acompaña de expresiones como 'paraíso', 'una vida mejor', 'la democracia', 'la oportunidad de ganarse la vida', 'los derechos', 'la ausencia de problemas' y, por supuesto, la 'riqueza'. Como ejemplo cito esta respuesta más completa: «La televisión del Norte muestra el desarrollo de los países, una imagen admirable y toneladas de cosas buenas, de manera que cuando la gente ve todo esto desea emigrar». Solo en una ocasión se menciona la pobreza de los emigrantes.

La mayor parte de las opiniones favorables a la migración contienen una mención expresa a la educación o la titulación entre sus argumentos (un 10 por ciento), como un aspecto positivo de la emigración al Norte y como un proyecto para un tiempo determinado. Entre estas respuestas hay adjetivos rotundos como 'formidable' o 'genial'; expresiones algo más vagas: «Es la ocasión para tener una hermosa vida», o «es buena porque en los países del Norte ¡hay igualdad!». En dos ocasiones aparece la palabra 'viaje': en una como vacaciones y en otra con una visión más amplia: «El viaje es parte del instinto humano, algo que no es fácil ni limitado en el espacio y el tiempo, y es un viaje hacia lo desconocido».

Entre las opiniones contrarias son significativas las que justifican su posición con adjetivos muy negativos, como 'infierno', 'catástrofe', 'error': «Es un fenómeno grave y peligroso, especialmente la [emigración] clandestina, que expone a los emigrantes al peligro y les conduce a la muerte. Además, se puede hacer mucho en los países del Sur, ¿por qué no?». Son más los encuestados que tienen una opinión contraria a la emigración, un 48 por ciento, mientras que las visiones positivas suman el 32 por ciento, aunque la mitad de los encuestados plantea condiciones y matices e incluso contradicciones.

En segundo lugar, en el análisis sobre el impacto de las interacciones en la construcción del sistema informativo de los candidatos a la migración, resulta llamativo que prácticamente todas

Fundación Telefónica
Telefónica

las respuestas hacen referencia a un ámbito social (383) de estos discursos e interacciones, así como que no existe ninguna respuesta que haga referencia al ámbito familiar o a las redes. Los procesos comunicativos dominantes están relacionados por tanto con la mediación televisiva (946), fruto de las preguntas sobre el consumo y el impacto de la televisión. Le siguen los resultados sobre las interacciones (567), muy por encima de los de la experiencia propia (34). Resulta muy significativo que la interacción está dominada casi por completo por los procesos de intercambio de información cara a cara y que apenas se registra incidencia a través de Internet.

La gran mayoría de las respuestas detecta diferencias entre los relatos de los migrantes y las imágenes de la televisión sobre los países del Norte, un 81 por ciento, mientras que un 15 por ciento cree que no existe esa diferencia. La información sobre la realidad de Occidente la reciben, además de a través de la televisión, por migrantes retornados (un 64 por ciento) y solo un 29 por ciento por medio de compatriotas que han viajado; todavía baja más, al 14 por ciento, el número de los que obtienen información a través de su relación con turistas. La gran mayoría es sensible a la diferencia entre la representación del Norte y del Sur: «Una gran diferencia; la primera vez que ves las imágenes piensas en la felicidad y en una vida paradisíaca, pero la realidad es lo contrario». En cinco ocasiones la diferencia entre las dos visiones la perciben como ‘grande’ o ‘enorme’, o se explica con más detalle: «[…] los medios, desde Internet a la radio, muestran una vida sencilla y fácil, lo cual es falso. La falta de medios en los países del Sur es lo que hace emigrar al Norte, donde los emigrantes encuentran lo contrario».

Conclusiones: los círculos de confirmación del empoderamiento y la ciudadanía

Los estudiantes encuestados muestran la complejidad que conlleva la construcción de la ciudadanía en Marruecos -entre el poder y el control- y su vivencia, a través de la apropiación y resistencia de los contenidos mediáticos. Los circuitos comunicativos son espacios de negociación y disenso sobre la realidad proyectada por los medios, especialmente por la televisión. Así, se superpone la mediación televisiva a las interacciones en flujos paralelos *on line/off line*, que definen un sistema de información ciudadana que, frente al control del Estado, fluye de forma más abierta y negociada.

Las estructuras de red se apoyan en la vivencia social, en las interacciones cara a cara, por encima de la posibilidad tecnológica y no solo por el bajo nivel de acceso a las tecnologías, sino -de forma más acentuada- a causa de los valores tradicionales e identitarios derivados de la construcción del Estado-nación.

El uso de Internet facilita el acceso a la información, pero todavía no configura un espacio social en red propiamente marroquí, aunque sí uno de alcance transnacional en el que la interacción comunicativa se adapta y facilita la copresencia en la virtualidad.

La centralidad de la imagen y de los ‘paisajes mediáticos’ -como posibilidades de vida más allá de la realidad inmediata- domina en el imaginario y en los discursos sociales marroquíes. Alrededor de estas representaciones giran los debates, en búsqueda de confirmación sobre las expectativas que despiertan; en su expresión dominan los términos emocionales, y a menudo míticos, cuando se refieren a las posibilidades de las sociedades occidentales y a la

BY NC ND

democracia. En este sentido, el acceso a Internet y otros canales de comunicación sirven de confirmación de los mensajes mediáticos que también se propagan en los círculos sociales.

Los valores asociados a la movilidad y a los proyectos migratorios coinciden con las aspiraciones ciudadanas: se entienden como derechos y libertades, al igual que la calidad de vida. El análisis muestra estos argumentos con una gran persistencia que permiten una apertura hacia la migración como 'derecho de fuga'. De hecho, el patrón migratorio marroquí de las tres últimas décadas ha supuesto una salida masiva de ciudadanos. En estos momentos, la crisis económica ha provocado un freno del fenómeno migratorio, mientras la movilización ciudadana en las principales ciudades marroquíes se ha avivado a lo largo de los últimos meses con alegatos sobre la ciudadanía y la democracia muy similares a los que los encuestados utilizan para justificar sus proyectos de movilidad.

Bibliografía

Abu Warda, N. (2000). Los medios de comunicación árabes: Estructura y características. *Zer: Revista de estudios de comunicación,* No. 8 [en línea]. Disponible en: *http://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=826445* [Acceso: 2008, 27 de agosto].

Álvarez-Miranda, B. (2007). *Aquí y allí: vínculos transnacionales y comunitarios de los inmigrantes musulmanes en Europa* [en línea]. Madrid: Real Instituto Elcano. Disponible en: *http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/dt+9-2007* [Acceso: 2008, 28 de abril].

Aparicio, R. y Tornos, A. (2005). *Las redes sociales de los inmigrantes extranjeros en España. Un estudio sobre el terreno.* Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización.* Montevideo: Ediciones Trilce; Fondo de Cultura Económica.

Aubarell, G. y Zapata-Barrero, R. (Eds.) (2004). *Inmigración y procesos de cambio. Europa y el Mediterráneo en el contexto global.* Barcelona: Icaria.

Benítez Eyzaguirre, L. (2008). Comunicación y migración. El caso de Ecuador. En G. Capellán de Miguel (Ed.), *Sociedad de masas, medios de comunicación y opinión pública,* Vol. 2, pp. 181-211. Logroño: Instituto de Estudios Riojanos.

Bott, E. (1995). Urban Families: Conjugal Roles and Social Networks. *Human Relations,* vol. VIII (pp. 345-384).

Boundi, M. (2006, agosto). El papel de los medios de comunicación en las dos orillas del Estrecho de Gibraltar. *Sala de Prensa 94*, Año VIII, Vol. 3.

Capra, F. (2003). *Las conexiones ocultas. Implicaciones sociales, medioambientales, económicas y biológicas de una nueva visión del mundo.* Barcelona: Anagrama.

Fundación Telefónica
Telefónica

Castaño, M. J., Eguren, J., Fernández, M. e Iglesias, J. (2008). Marruecos. En Fernández, M., Giménez, C. y Puerto, L. M. (Eds.), *La construcción del codesarrollo*, pp. 145-216. Madrid: Libros de la Catarata.

Chattou, Z. (1998). *Migrations marocaines en Europe. Le paradoxe des itinéraires*. Paris: L'Harmattan, 1998.

Coles, T., Duvall, D. T. y Hall, M. (2005). Sobre el turismo y la movilidad en tiempos de movimiento y conjetura posdisciplinar. *Política y Sociedad,* 42(2), 181-198.

De Haas, H. (2006). Sistemas migratorios en el norte de África: evolución, transformaciones y vínculos con el desarrollo. *Migración y Desarrollo,* 2006, segundo semestre, 63-92.

Estévez, A. (2008). *Migración, Globalización y Derechos Humanos. Construyendo la Ciudadanía Universal.* México: UNAM.

Fawcett, J. (1989). Networks, Linkages, and Migration Systems. *Internacional Migration Review,* 23(2), 671-680.

González Cortés, M. E. (2006). *La construcción de la realidad en los procesos migratorios.* Málaga: Asociación para la Investigación y el Desarrollo de la Comunicación.

Haba Morales, J. de la (2006). Tiempos nuevos para el internacionalismo. A propósito de sindicalismo e inmigración. *Archipiélago. Cuadernos de crítica de la cultura*, Nos. 73-74,80-89.

Lacomba, J. (2004). *Migraciones y desarrollo en Marruecos.* Madrid: Instituto universitario de Desarrollo y Cooperación; Libros de la Catarata.

Lemos, A. (2008). Medios locativos y territorios informativos. Comunicación móvil y nuevo sentido de los lugares. Una crítica sobre la espacialización en la Cibercultura. Comunicación en el Seminario Internacional *Inclusiva-net: Redes Digitales y Espacio Físico*. Madrid, 3 al 14 de marzo de 2008 [en línea]. Disponible en: *http://medialab-prado.es/article/locative_media_and_informational_territory* [Acceso: 2010, 21 de septiembre].

Mahler, S. (1998). Theoretical and Empirical Contributions toward a Research Agenda for Transnationalism. En *Transnationalism From Below,* pp. 64-102. New Brunswick, NJ: Transactions Publishers.

Martín Díaz, E. (2003). *Procesos Migratorios y ciudadanía cultural*. Sevilla: Mergablun, Edición y Comunicación.

Martínez Nicolás, M., Tucho, F. y García de Madariaga. J. M. (2005). Democracia digital: Nuevos medios y participación ciudadana. Experiencias en la red de la población inmigrante. *Portularia,* V(2), 21-34.

Fundación Telefónica
Telefónica

Martínez Veiga, U. (1997). *La integración social de los inmigrantes extranjeros en España.* Madrid: Trotta.

– (2004). *Trabajadores invisibles: precariedad, rotación y pobreza de la inmigración en España.* Madrid: Los Libros de la Catarata.

Massana, M. D. (2007). Parabólicas e Internet: puente entre dos mundos. *Quaderns de la Mediterrània / Cuadernos del Mediterráneo*, No. 8 [en línea]. Disponible en: *http://www.iemed.org/publicacions/quaderns/8/q8_219.pdf* [Acceso: 2008, 25 de agosto].

Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour.* New York: Oxford University Press.

Mezzadra, S. (2005). *Derecho de fuga. Migraciones, ciudadanía y globalización.* Madrid: Traficantes de Sueños.

Naji, J. E. (2009). Ambiciones y nuevas posturas de la prensa marroquí frente a los poderes políticos y económicos. En *El largo Estrecho. Le large Detroit*, pp. 15-49. Barcelona: Icaria Editorial.

Núñez Villaverde, J. A. y García Luengos, J. (2004). *Redes sociales en Marruecos. La emergencia de la sociedad marroquí.* Barcelona: Icaria.

Nussbaum, M. (1999). *Los límites del patriotismo. Identidad, pertenencia y «ciudadanía mundial»*. Barcelona: Paidós.

Portes, A., Escobar, C. y Walton Radford, A. (2006). Organizaciones transnacionales de inmigrantes y desarrollo: un estudio comparativo. *Migración y Desarrollo*, enero-junio.

Tayfour, I. A. (2007). La sociedad del conocimiento y el desarrollo humano en el mundo árabe. En Sociedad del Conocimiento y modernización social en el mundo árabe. *Med Dossier 2007,* pp. 124-133 [en línea].Disponible en: *http://www.iemed.org/anuari/2007/earticles/eTayfour.pdf* [Acceso: 2008, 30 de abril].

Unesco (2010). *Invertir en diversidad cultural.* París: Unesco.

Vieira, L. (2003).*Ciudadanía y control social.* Traducción del portugués por Carlos Castaño. [en línea]. Disponible en: *http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/clad/unpan000170.pdf* [Acceso: 2011, 20 de mayo].

Notas

Fundación Telefónica

Telefónica

1 Benítez (2008) muestra el efecto para el desarrollo y la comprensión de las migraciones a través de los vínculos comunicativos de los grupos domésticos ecuatorianos a escala transnacional.

2 Financiada por el Congreso de Estados Unidos a través de *Middle East Televisión Network*, cuenta con una programación de música y noticias en radio fórmula, con éxito entre los jóvenes de las grandes ciudades como Rabat o Casablanca o Tánger.

3 Naji (2009, pp. 37 y 18) cuantifica las tiradas de la prensa marroquí entre 400.000 y 500.000 ejemplares, mientras que el número de cabeceras de la prensa marroquí lo cifra en 620 publicaciones nacionales -26 diarios y 140 semanarios-. A esto hay que sumar un bajo índice de lectura de periódicos, que alcanza tan solo un uno por ciento (Boundi, 2006).

Fundación Telefónica
Telefónica