

Article

Aportes teórico-metodológicos para una etnografía de las audiencias de televisión (trans)nacionales en la Argentina

MARÍA SOLEDAD BALSAS

Abstract. This article is based on some methodological considerations related to the conduction of a focus group session with native Italian residents in Buenos Aires, Argentina, in the context of the latest phase of a publicly-funded research project aimed at problematizing the role of (trans)national television in the political engagement of Italian citizens abroad. In spite of the several criticisms that tend to present it in terms of a depoliticizing, easy and quick-result oriented methodological strategy, in this context the focus group technique proved itself to be particularly useful to (re) define daily situation in a political fashion, to address generational gap issues as well as to offer communication opportunities in order to foster a participatory political culture.

Keywords. Audience, television, citizenship, (trans)nationalism, Argentina, Italia.

Resumen. Este artículo se basa en algunas consideraciones metodológicas relativas al desarrollo de un grupo de discusión focal con italianos nativos residentes en Buenos Aires, Argentina. Esta iniciativa se enmarca en la cuarta y última fase de un proyecto de investigación financiado por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas cuyo objetivo es problematizar el rol de la televisión (trans)nacional en la participación política de los ciudadanos italianos residentes en el exterior. A pesar de las críticas que tienden a presentar el grupo de discusión focal como una estrategia metodológica despolitizante, de fácil implementación y resultados rápidos, en este contexto se demostró una técnica particularmente útil para (re)definir situaciones cotidianas en clave política, atender cuestiones relacionadas con la brecha generacional así como ofrecer oportunidades de diálogo tendientes a la difusión y consolidación de una cultura política participativa.

Palabras clave. Audiencia, televisión, ciudadanía, (trans)nacionalismo, Argentina, Italia.

1. Introducción

A pesar de los flujos –pasados y recientes– de europeos hacia América latina y la proliferación de canales de televisión europeos en la región en las últimas dos décadas, poco se sabe sobre la recepción de la televisión europea en los países latinoamericanos. En la Argentina, si bien se registra una temprana preocupación por la recepción televisiva, las discusiones sobre el tema han resultado más conceptuales que empíricas (Grimson y Varela, 1999; Saintout y Ferrante, 2006). Por tal motivo, no sorprende que los estudios sobre

medios y migraciones hayan también priorizado el estudio de las condiciones de producción, en particular de la prensa, relegando otros medios y problemas.

Pero si “ser miembros de las audiencias mediáticas se está transformando en un modo esencial de participación en la vida pública como ciudadanos”, la pertinencia científica y la relevancia social de problematizar las condiciones de reconocimiento de los textos televisivos en general se tornan evidentes (Livingstone, 2000: 34, mi traducción). Más aún si se tiene en cuenta que “[h]ombres y mujeres perciben que muchas de las preguntas propias de los ciudadanos –a dónde pertenezco y qué derechos me da, cómo puedo informarme, quién representa mis intereses– se contestan más en el consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos” (García Canclini, 1995: 13).

Impulsados por el auge de los estudios culturales, los estudios de las audiencias de televisión (trans)nacionales constituyen una orientación relativamente reciente que se caracteriza por una fuerte impronta interdisciplinaria, una orientación predominantemente etnográfica y la conceptualización de la audiencia como activa, heterogénea e intrínsecamente relacional (Lunt y Livingstone, 1996; Livingstone, 2000). Así pues, el concepto de *audiencia de televisión (trans)nacional* implica el desarrollo de experiencias culturales mediadas por al menos dos escenarios nacionales. Esta noción resulta útil para superar los límites que el nacionalismo metodológico supone (Faist, 2012). En este sentido, es preciso considerar a las audiencias (trans)nacionales en términos de su posicionamiento estratégico antes que como “minorías” en relación a la sociedad receptora o bien en relación a la comunidad imaginada de la nación.

En este trabajo se desarrollan algunas reflexiones metodológicas inherentes a la implementación de un grupo de discusión focal con italianos nativos residentes en Buenos Aires, Argentina. Se trata de una iniciativa realizada en el marco de la cuarta y última fase del proyecto de investigación *Medios, migraciones y construcción de ciudadanía externa: televisión (trans)nacional y participación política de los ciudadanos italianos en Buenos Aires*, con sede en el Instituto Multidisciplinario de Historia y Ciencias Humanas del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. El mismo tiene por objeto contribuir a la institucionalización de un campo de investigación en ciernes en la Argentina a través de la problematización del papel de la televisión en el ejercicio de la ciudadanía (trans)nacional de migrantes italianos de larga data residentes en Buenos Aires así como de los llegados en las últimas décadas (Balsas, 2015a y b).

2. Antecedentes de investigación

Diversos autores coinciden en afirmar que la relación entre la diáspora y la televisión nacional se presenta conflictiva para el público joven en particular (Naficy, 2003; Hargreaves y Mahdjoub, 1997). Ésta parece ser también la tendencia entre los emigrados italianos. Los jóvenes italianos nacidos en Estados Unidos, por ejemplo, critican que la estrategia de programación de la televisión italiana en el exterior se centre en debates políticos que encuentran aburridos, en series antiguas y en espectáculos culturales (Di Marco, 2007). Más recientemente, el grupo temático sobre información y comunicación de la Primera Conferencia de los Jóvenes Italianos en el Mundo advirtió como prioritaria la creación de una oferta de televisión más sensible a las necesidades de información de los italia-

nos residentes en el extranjero: “pedimos que sea posible activar un contacto directo y continuado con la RAI dirigida a los italianos en el exterior para poder participar en la creación de una grilla de programación más cercana a las exigencias de información y de conocimiento de las comunidades italianas en el mundo” [traducción de la autora]¹.

Si se comparan las percepciones anteriores con la de los jóvenes albaneses que construyen su proyecto migratorio en base a su alta exposición a la televisión italiana, surge un panorama completamente distinto. Mientras que lo albanés denota atraso y mala calidad, para los potenciales emigrantes la televisión italiana representa los ideales de calidad, belleza, prestigio y glamour. Una vez en Italia, prácticamente ningún albanés manifiesta interés por la televisión de su país de origen (Mai, 2005; 2001). La divergencia en las opiniones de los jóvenes italianos residentes en el exterior y sus coetáneos albaneses que residen en Italia sobre la Ra itorna evidente que la interpretación de los textos televisivos se encuentra culturalmente situada. Ulterior prueba de ello es la incomodidad expresada por los jóvenes musulmanes de Argelia, Marruecos, Egipto y Siria que residen en Milán entrevistados por Volcic (2006) respecto a la imagen estereotipada de identificación colectiva que propone Al-Jazeera.

3. Cuestiones metodológicas

Según la definición elaborada por Gianturco (2004), el grupo de discusión focal consiste en una situación artificial creada por el/la investigador/a en relación a la definición de determinadas áreas problemáticas. Involucra la participación de un número acotado de participantes –que según los autores consultados puede variar entre tres y diez–, que no siempre se conocen entre sí. La conversación se estructura a partir de una “provocación inicial”, ya sea verbal y/o audiovisual. Durante su desarrollo, se evita o reduce al mínimo la necesidad de formular preguntas. El objetivo es crear una relación dinámica en la cual, por su propia lógica comunicativa, se vayan suscitando diversos temas.

El grupo de discusión focal surgió en la década de los cuarenta del siglo veinte en el ámbito del *Bureau of Applied Social Research* de la *Columbia University*, Estados Unidos. Fueron Paul Lazarfeld y Robert Merton quienes implementaron esta técnica por primera vez con el fin de evaluar las reacciones a la propaganda y los programas radiofónicos durante la segunda guerra mundial. Desde entonces, ha sido empleada–dentro y fuera del ámbito de la investigación cuantitativa– con fines exploratorios para el diseño de cuestionarios o bien para explicar hallazgos anómalos o asociaciones estadísticas inesperadas (Barbour, 2008).

En el marco de los estudios culturales británicos, el *focus group* adquirió nuevos sentidos: es utilizado por los etnógrafos de las audiencias para examinar los significados atribuidos colectivamente a los textos mediáticos (Colella, 2011). Junto con la observación participante y la entrevista en profundidad, se configura como una de las herramientas principales de una orientación teórico-metodológica que se opone a toda forma mecanicista y/o de cuantificación de las audiencias. En América latina, el *focus group* ha sido usado con frecuencia por la industria televisiva para conocer el comportamiento de la

¹ Documento Finale Gruppo Tematico Informazione e Comunicazione, Prima Conferenza dei Giovani Italiani nel Mondo, Ministero degli Affari Esteri, Roma, 8-12 dicembre 2008, p. 3.

audiencia (Mazziotti, 2006). Desde los estudios críticos, su empleo ha sido desacreditado por ser considerada como una técnica *light*, rápida y sencilla que propicia la despolitización tanto de los sujetos participantes como de investigación (Orozco Gómez, 2006).

Ante la presunta ventaja del empleo de esta técnica en términos de bajos costos, rapidez y sencillez, Barbour (2008) destaca el mayor tiempo y esfuerzo requeridos durante la etapa de planificación. Desde su punto de vista, su pertinencia deriva de la posibilidad de analizar los discursos públicos y privados que se elaboran sobre determinado tema e interrogar sus similitudes y diferencias. En este sentido, se ha demostrado particularmente útil para estudiar temas que involucran al género. Al transformar “problemas personales” en “asuntos públicos”, el grupo de discusión focal tiene el potencial de contribuir a la redefinición de situaciones cotidianas en un modo más politizado y a provocar así cambios significativos que pueden conducir –o no– al empoderamientos de los y las participantes.

Con todo, la elección del grupo de discusión focal como herramienta de análisis resulta coherente en este contexto con un tipo de abordaje que busca privilegiar la interacción social para activar procesos virtuosos, útiles a la difusión de prácticas comunicacionales participativas en el marco del ejercicio pleno de la ciudadanía (trans)nacional.

3.1 Antes de la sesión

En primer lugar, fueron invitados a participar –por correo electrónico y/o por teléfono– los y las italianos/as nativos/as que participaron en las etapas anteriores de este mismo proyecto de investigación. Luego, consulté a quienes respondieron a la invitación por amigos y conocidos susceptibles de ser contactados. En segundo término, difundí la convocatoria a través de mi red personal de contactos tanto en la Argentina como en Italia mediante *Facebook*, *LinkedIn* y *Whatsapp*. Además, publiqué un aviso en diversos grupos virtuales en los que participan personas con el perfil buscado. Por último, envié el mismo anuncio a diversas instituciones, asociaciones y autoridades italianas en la Argentina.

En general, fueron hombres los que respondieron –ya sea positiva o negativamente– a la invitación. Aquellos que lo hicieron negativamente aludieron a la incompatibilidad horaria/laboral. Sobre este punto, es interesante observar que las mujeres no sólo respondieron con menos frecuencia a la convocatoria sino que en varios casos la rechazaron por considerar que no tenían “nada para aportar”. En total, diez personas –siete hombres y tres mujeres– se mostraron interesados en participar (estaba previsto convocar entre tres y diez participantes). Mi red de contactos personales, el *mailing* y el boca a boca resultaron ser las estrategias más eficaces. Si bien algunas personas comentaron el aviso publicado en *Facebook* y/o pidieron información adicional, sólo una participación surgió por esta vía.

Aunque consciente de las eventuales limitaciones que conlleva organizar grupos de discusión focal en contextos académicos y/o de investigación, en particular para aquellas personas poco familiarizadas con estos ámbitos (Barbour, 2008), decidí realizar la sesión en la sala de reuniones del Instituto al que pertenezco porque consideré que una institución socialmente reconocida como el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas podía contribuir a generar consenso y confianza entre los potenciales participantes, que en su mayoría no me conocían. Por ese mismo motivo, privilegié el uso de mi cuenta de correo institucional.

El Instituto no cuenta con un aparato de televisión, cuya presencia física hubiese sido preferible a la proyección en pantalla del video preparado no sólo para dinamizar la discusión sino también para volver menos “solemne” el contexto experimental (Barbour, 2008). El video, de siete minutos aproximados de duración, fue editado en base al acopio de materiales provenientes de diversas fuentes: YOUDEM.Tv, *Rai Parlamento*, RaiItalia, A24, Visión 7, Canal 12 de Córdoba, BairesUno Tv, C5N, TG News, *RaiTre*, *TM News*, La 7 y *Rai Uno*. Los contenidos seleccionados incluyen un programa sobre *Rai International*, un debate electoral, una comunicación institucional, fragmentos de noticieros, un afiche de campaña, intervenciones de políticos y especialistas en noticieros y fragmentos de una sesión parlamentaria.

3.2 Durante la sesión

La sesión comenzó algunos minutos después de lo establecido y se extendió por poco más de dos horas. A medida que los y las participantes fueron llegando a la sala de reuniones, se ubicaron dispersivamente, aunque una mesa con un proyector, bebidas y comida, rodeada de ocho sillas, sobre la que apuntaba una cámara de video sobre un trípode, ocupaba el centro de la escena. Con la intención de contribuir a generar empatía, como aconseja Barbour (2008), la elección de la comida incluyó productos típicos italianos representativos de diversas regiones de Italia –“*cantucci*” y “*taralli*”- y “palmeritas” o “*ventagli*”.

Luego de una breve introducción, que incluyó mi presentación personal, las diversas etapas del proyecto de investigación y el objetivo del *focus group* así como la explicitación del rol de la observadora participante y del personal de apoyo a cargo de las cuestiones técnicas, entregué a cada participante el consentimiento informado para que lo firmaran, si estaban de acuerdo. En él, resumí los principales lineamientos del marco ético de referencia para las Ciencias Sociales y Humanidades, aprobado por Resolución N° 2857/2006 por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Además, les solicité completar una ficha con sus datos personales. No hubo preguntas ni comentarios.

A continuación, pedí que se presentaran, indicando sus nombres y relatando brevemente sus experiencias migratorias. Los dos participantes con más años de residencia en la Argentina fueron los primeros en tomar la palabra y fueron seguidos por el resto según un criterio circular establecido espontáneamente. Después, expliqué que sería proyectado un video y que buscaría intervenir lo menos posible durante el debate para dar lugar a los intercambios entre ellos. En un pizarrón ubicado hacia la derecha de los participantes, establecí algunas orientaciones para la discusión: evitar sub-grupos, respetar los turnos al hablar y el disenso. Además, hice evidente que no había expectativas sobre las posiciones personales sino interés por los diferentes puntos de vista.

Aunque hice explícito que, de preferirlo, podían comunicarse en italiano, la lengua que predominó fue el castellano. Acaso el contexto institucional influyó en ello. Personalmente, opté por proponer la moderación en castellano para establecer cierta distancia, que consideré oportuno preservar para evitar la identificación con los y las participantes. Sin embargo, el italiano se coló en las charlas previas durante la espera, en los “préstamos”, en la pronunciación, en los plurales truncados, en los tecnicismos y en situaciones relativas a las identidades territoriales (“me considero *romagnolo*”; “yo soy *nato* nacido en Roma”; “yo soy *delle Marche*”; “un *paesano* mío...”; “el *italiano all'estero* como el arquetipo *dell'ita-*

liano con la valigia di cartone...”) o bien políticas (“soy de aquellos que hacia la política italiana... tengo mucho *disincanto*... [la] veo en una manera muy... *distaccata, diciamo*”; [Il presidente del Consiglio] è una cosa, il presidente della Repubblica è un'altra”; “a noi, en Argentina, italianos en la Argentina, non ce ne frega il tema politico di fondo”, “sentí un po', sei proprio contrario a tutto, sei scettico”).

Si bien la convocatoria fue dirigida a personas nacidas en Italia de cualquier edad y sin especificar el año de llegada a la Argentina, el perfil de los participantes resultó bastante homogéneo: todos viven en el Área Metropolitana de Buenos Aires y nacieron en la Italia centro-septentrional. No se registran participantes provenientes del sur de la península. Tienen entre 28 y 77 años, con prevalencia de personas nacidas en las décadas de los setenta y los ochenta. Como en etapas anteriores de esta misma investigación, el privilegio de medios electrónicos para difundir la convocatoria pudo haber sido un límite para captar la participación de los adultos mayores. Salvo dos migrantes que llevan varias décadas residiendo en la Argentina, el resto llegó a la Argentina en diversos momentos durante los últimos quince años por razones familiares y/o de estudio. Son profesionales, en su mayoría con estudios de posgrado, o bien se desempeñan en tareas que requieren calificación. Significativamente, tres de ellos declararon ser periodistas.

A pesar de enfatizar el interés en los intercambios entre pares, con frecuencia los participantes se dirigieron a mí haciendo contacto visual para hacer sus contribuciones al grupo, sobre todo durante los primeros minutos. Esta dinámica implícita se rompió en momentos de particular tensión entre los participantes. El disenso se manifestó inmediatamente después de la proyección del video, que uno de los participantes definió como “un cóctel”,

[...] una ensalada donde hay una serie de ingredientes totalmente dispersos, contrarios... la parte política... los personajes que aparecieron... Me deja mis dudas sobre la coherencia [...] de este tipo de información. Quiso abarcar demasiados temas pero en el fondo no hay una sustancia, un mensaje. No sé cuál es el mensaje [...] (hombre, 77 años).

A esto, otro participante reaccionó: “yo opino exactamente lo contrario. Es decir, me parece muy claro el mensaje y me parece muy provocativo el video y a qué apunta” (hombre, 37 años). Estas reacciones me condujeron a problematizar el modo mismo en que fue narrado el video: según una lógica más próxima a la del videoclip que al documental, que puede resultar más ajena para unos y más “familiar” para otros.

Durante la proyección, se registraron murmullos y miradas de complicidad mientras Domenico Porpiglia, director del diario italiano “*Gente d'Italia*”, que se publica en América latina, argumentaba con energía en el programa dedicado a *Rai International* de “*Linea Mondo*” que “a los jóvenes que están en Sudamérica no interesan las cosas que con frecuencia emite *Rai International*. Interesan qué hacen los italianos en América latina” [traducción de la autora]. Asimismo significativas resultan en este sentido las exclamaciones desaprobatorias ante la aparición en pantalla de los ex senadores electos en América meridional Esteban Caselli y Luigi Pallaro. Y las risas ante la aparición de Ileana Calabró. Si bien la mención a la candidatura de “Gino Renni” también suscitó comentarios, cabe señalar que éstos fueron en un tono menos jocoso con respecto a la candidatura de la vedette.

Lo que siguió fue un debate intenso en el que la voz de las dos mujeres participantes, situadas en un bloque lateral, resultó minoritaria. Al respecto, una participante reconoce:

“[l]a verdad es que no tengo mucho argumento” (mujer, 45 años). Sin embargo, es interesante notar lo que aconteció cuando esta misma participante hizo referencia a sus consumos televisivos más adelante en la discusión. Dijo: “yo busco un programa [enfaticando ‘un’]”. Otro participante se adelantó: “*Un posto al sole*” (hombre, 37 años). “No, yo busco Crozza”, respondió. Sorprendido, otro reaccionó: “Ah, Crozza está bueno” (hombre, 28 años). Este episodio resulta significativo por al menos dos motivos. El primero alude a la frecuente identificación entre consumo televisivo femenino y géneros ficcionales, es decir, telenovelas. El segundo, al presunto desinterés del público femenino por los programas de interés político/informativo.

Durante la discusión, mi intervención estuvo orientada a introducir los temas a tratar, asegurar la intervención de todos y todas los/as participantes, brindar informaciones contextuales y pedir algunas aclaraciones. Por la dinámica misma del debate, y tal vez por mi inexperiencia en el uso de esta técnica, perdí algunas oportunidades de focalizar en puntos de interés, retomar las diferencias de los participantes e invitarlos a teorizar sobre ellas. A veces, decidí deliberadamente no hacerlo por prudencia ya que consideré que cualquier tipo de intervención habría profundizado las hostilidades. Busqué seguir el flujo comunicativo del grupo antes que respetar el orden de la guía que había diseñado para moderar la discusión según las pautas elaboradas por Barbour (2008), y que memoricé para evitar fluctuaciones en la concentración (Colella, 2011), pero sólo lo logré parcialmente.

Antes de finalizar, en un ambiente más distendido y ameno, uno de los participantes hizo referencia a las parejas mixtas entre italianos nativos y mujeres nacidas en la Argentina como clave del éxito de “muchos” proyectos migratorios. Esto me brindó la oportunidad de hacer explícito que mi marido era uno de los participantes. A partir del relato de un caso citado por Barbour (2008), no vi mayores inconvenientes para incluirlo. Sin embargo, mis dudas estaban relacionadas al modo más ética y metodológicamente pertinente de exponer esta situación ante el grupo. Ante cierto cuestionamiento de uno de los participantes, expliqué que no lo había dicho al principio para que no influyera en la dinámica del debate. Por un lado, asumí que habría generado sospechas innecesarias entre los participantes, la mayoría de los cuales no conocía previamente; por el otro, que habría expuesto al participante en cuestión a una (in)evitable incomodidad. El descubrimiento suscitó sorpresa entre los participantes, llegando en algunos casos a resignificar mi rol como investigadora y hasta mi propia identidad. Percibí que algunos de ellos me vieron a partir de ese momento como “menos ajena”. Éstas fueron algunas de las reacciones expresadas por los participantes: “muy mimetizado” (hombre, 31 años); “¡Por eso no decís nada!” (mujer, 45 años) y “¿Es un agente secreto? La verdad, te portaste de diez” (hombre 37 años).

3.3 Después de la sesión

En los días inmediatamente posteriores al desarrollo de la sesión, realicé un informe en base al recuerdo de lo acontecido durante la discusión en el que estaban comprendidas algunas consideraciones personales sobre mi rol como moderadora, entre otras cuestiones. Si bien había planeado tomar algunas notas durante la discusión, por la dinámica misma del debate no fue posible hacerlo. Al volver al registro sonoro de la conversación, noté que el informe que había redactado resultaba indefectiblemente parcial y, por tal motivo, insa-

tisfactorio. Según Colella (2011), la transcripción integral de lo hablado durante la sesión constituye un rasgo que distingue a los grupos de discusión focal realizados con fines académicos de las investigaciones de mercado.

Al advertir la necesidad de contar con un registro escrito de lo conversado, intenté utilizar un difundido software de reconocimiento de voz. Pero ante la imposibilidad de crear perfiles de voz para cada uno de los participantes, como este programa requiere, opté por realizar la desgrabación manualmente. Lo hice privilegiando la literalidad del texto. Esta decisión implicó adaptarlo mínimamente, manteniendo las formas propias de la oralidad, los errores de sintaxis, las pausas y las frases inconclusas (Gianturco, 2004). Sin dejar de reconocer que los signos de puntuación son más propios de la interpretación que se realiza al momento de la desgrabación que del discurso original (Cavallaro, 1999), decidí añadirlos para facilitar la lectura del texto y, por consiguiente, su análisis. Realizar la tarea de desgrabación me permitió desarrollar una comprensión más profunda de la discusión, re-descubriendo aspectos de interés para el análisis. Antes que una labor meramente mecánica, constituyó un valioso momento de reflexión en el que jerarquicé temas, evidencié testimonios y realicé notas útiles para el posterior análisis.

Para abordar el análisis de la transcripción, Colella (2011) describe diversas estrategias: la temática, la inducción analítica, el análisis lógico, semiótico-narrativo, de contenido, de conceptos, relacional, conversacional, etc. A partir de la combinación de elementos provenientes de diversos enfoques, decidí adoptar una perspectiva prevalentemente discursiva (Arfuch, 2002). De este modo, mediante la identificación de similitudes y diferencias entre voces y relatos simultáneos, busco aportar a la inteligibilidad de lo social.

4. Análisis

A partir de la identificación de deícticos como “allá” y “acá”, de pronombres personales tales como “nosotros” y “ellos”/“ustedes”, de marcadores temporales como “antes” y “ahora”, es posible reconocer dos posiciones discursivas contrapuestas atravesadas principalmente por la edad. Se trata de entidades discursivas, y no necesariamente de sujetos empíricos (Arfuch, 1987), desde las cuales se proyectan relaciones de poder que tensan la comunidad imaginada de la nación. Sin embargo, es interesante observar que, como se expondrá a continuación, por momentos esta dualidad discursiva se resquebraja.

Durante la etapa inmediatamente posterior a la migración, el consumo del canal internacional de la Rai resulta significativo: “cuando llegué a Argentina lo primero que hacía era... lo primero que hacía era mirar la tele, a ver qué pasa la Rai acá” (hombre, 31 años); “yo me acuerdo que antes mostraban el fútbol... un partido, ¿no? [...] Yo recién me había mudado” (hombre, 37 años). Sin embargo, con el paso del tiempo el interés se erosiona: “si tengo que ser sincera, siento haber visto *Rai International* dos veces” (mujer, 45 años). Hasta provocar un contundente rechazo, común a todos los participantes: “nunca vi algo tan pobre...” (hombre, 31 años); “es muy feo, *inguardabile*” (hombre, 37 años); “yo no enciendo la tele y pongo la Rai. Jamás, jamás” (mujer, 44 años); “sobre la Rai es evidentemente complejo opinar. Pero en esencia en la comunidad, la cual yo frecuento hace muchos años, la opinión es lamentable” (hombre, 77 años). Varios factores inciden en dicho distanciamiento. Por cuestiones de espacio, haré referencia aquí asólo tres de ellos.

Un argumento recurrente es la inadecuación del espectador modelo: “la Rai [...] le habla a un público [...] más viejo” (hombre, 28 años); “...como que no existimos. No se tomó conciencia que hay jóvenes e interesados” (hombre, 40 años).

Y el tema de la crisis, ¿dónde está en *Rai International*? [...] En Italia es tabú hablar de esto. [...]. Estamos entre la joda y el insulto. [...]. Y por ahí mostrar un micrófono que te diga quién sos, qué haces acá, ayudaría a nosotros también a explicar” (hombre, 37 años).

Aunque por otros motivos, tampoco los mayores parecen sentirse representados:

[...] enfoca el *italiano all'estero* como el *arquetipo dell'italiano con la valigia di cartone*... Todavía el viejo inmigrante... [...]. Esa es una historia, un cachetazo para nosotros. [...] nosotros luchamos para que muestren *gli italiani all'estero*, evidentemente la imagen, más aún de los que estamos en América latina... porque los que están en otra América... dan la imagen... son todos exitosos... son todos... y acá seguimos siendo la cuarta... Seguimos pensando que es una imagen distorsionada, poco edificante, poco constructiva, la que están enviando de allá para acá (hombre, 77 años).

Como muestran estos ejemplos, la cuestión asume diversos significados.

En relación a lo anterior, el acceso no resulta menos controvertido:

[...] No tengo cable por lo cual tengo que bancarme a mi suegra en su casa. ¡Y está el Papa dando la misa! Porque descubro que en el *palinsesto* de *Rai International* si es día que el Papa da la misa en *diretta*, en vivo, chau fútbol (hombre, 37 años).

Además de las restricciones impuestas por la grilla de programación, existe la dificultad económica para acceder “porque si no tenés cable, si no lo pagás, no lo podés ver” (mujer, 44 años). Ante esta situación, la búsqueda de contenidos en internet se torna una estrategia recurrente: “busco algo por internet... una serie o algo... lo busco y lo miro” (mujer, 44 años); “me la rebusco en internet... El canal de la Rai que me interesa... No sé, busco el episodio de Montalbano... que sé yo... para hacer un ejemplo” (hombre, 40 años); “busco algunos programas, algunos contenidos, pero todo por internet” (mujer, 45 años).

De este modo, logran acceder no sólo a la oferta pública de televisión sino también a la de la televisión privada, en particular la de *La7*. Este dato parece poner en crisis lo observado por Curran *et al.* (2009), para quienes los medios públicos favorecen de manera más eficaz el ejercicio informado de la ciudadanía. Por otra parte, estas prácticas configuran un tipo de consumo “alternativo” que presenta crecientes desafíos a la capacidad de la televisión en general para programar la vida social (Carlón, 2016). Al respecto, un participante comenta “la pérdida de centralidad de la televisión. Digo, sobre todo internet lo cambió todo” (hombre, 28 años). Y otro vaticina: “para mí es un medio que va a desaparecer la televisión” (hombre, 37 años).

Sin embargo, este consumo selectivo, como los mismos participantes lo definen, implica conocimientos y habilidades específicas que no parecen estar al alcance de todos: “[la televisión] abarca absolutamente [todo] con un solo click” (hombre, 77 años).

¡Ah! Otro detalle es que si te ponés en internet tampoco te la dejan ver... Tampoco no se puede acceder si no buscás la manera de ingresar por... porque está bloqueado para acceder desde el exterior (hombre, 40 años).

[...] tenés que bajar un software [...] que hace una triangulación y te permite falsear tu IP con un

IP de Italia. Yo lo hice para mirar el partido de mi equipo que ascendía. Era Rai *Sport*. Todos contentos. Me pongo ahí. Desde el exterior no se puede ver. Eso te habla de un país (hombre, 37 años). [...] yo directamente no la voy a *consumar* Rai en internet porque no soporto esta cuestión de tener que pasar puentes por lo cual la evito (hombre, 31 años).

Otras de las desventajas que los participantes señalan sobre el consumo de televisión por internet hacen referencia no sólo a la calidad sino también a cierto aislamiento: “además, obviamente es más solitaria también porque bueno... En tu computadora... Mirar tele argentina con un familiar puede ser más comunitario. Y la calidad también peor porque el *streaming* que no funciona, internet, la conexión” (hombre, 28 años).

Por último, a la pregunta por la participación democrática en los procesos de toma de decisiones, siguieron las siguientes respuestas: “No, olvidate” (hombre, 37 años); “no existe” (hombre, 77 años). Incluso este último participante reconoce: “no hay ninguna influencia de nuestros representantes en la Rai. No les dan bolilla”. Tampoco perciben que haya información confiable sobre la calidad de los productos, evidenciando un total desconocimiento de los monitoreos que involucran a los residentes en el exterior previstos por las convenciones estipuladas entre la *Presidenza del Consiglio dei Ministri* y la Rai sobre la oferta televisiva exterior, a los que yo mismo como investigadora no logré hasta el momento acceder. “¿Qué harán con eso?” (mujer, 44 años), se pregunta una de las participantes. Ante el desconcierto y la perplejidad que generó, otro participante ironizó: “tu intento parecía una pregunta retórica al principio”.

5. A modo de conclusión

Durante el desarrollo de la sesión se hizo evidente que la relación entre los italianos en la Argentina y la televisión (trans)nacional se presenta también conflictiva. Sin embargo, dicha conflictividad no sólo atañe al público joven, como sugieren los antecedentes de investigación. Aunque los argumentos varíen, es interesante observar que todos los participantes coincidieron en señalar que, al menos desde el punto de vista comunicacional, no están dadas las condiciones para un ejercicio pleno de la ciudadanía de los italianos en la Argentina. En este sentido, los desafíos parecen ser múltiples. En primer lugar, es menester ampliar la oferta con productos de calidad que incluyan a diversos públicos. En segundo término, es preciso implementar estrategias que promuevan y faciliten un acceso equitativo a dichos contenidos, potenciando las oportunidades que brinda internet. Por último, se requiere democratizar los procesos de toma de decisiones a fin de promover la participación política y social.

Desde el punto de vista metodológico, es posible concluir afirmando que el tiempo invertido en el acopio y edición de los materiales utilizados para dinamizar la discusión, el involucramiento de los participantes y la transcripción del texto audiovisual, por un lado, y los desafíos que presenta la moderación, por el otro, confirman que el grupo de discusión focal dista de ser una técnica de investigación cualitativa de fácil implementación y rápidos resultados. Asimismo, se pudo constatar el potencial de esta herramienta tanto para ayudar a redefinir situaciones cotidianas en clave política como para contribuir a generar instancias de diálogo. A tal fin, la elección del lugar elegido para llevar a cabo la sesión se demostró particularmente pertinente.

6. Referencias

- Arfuch, L. (1987), *Dos variantes del juego de la política en el discurso electoral de 1983*, en E. Verón (ed.), *El discurso político: lenguajes y acontecimientos*, Hachette, Buenos Aires.
- _____ (2002), *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Balsas, M.S. (2015a), *Migrazioni in tempi di crisi. La (ri)scoperta dell'Argentina*, en Fondazione Migrantes (comp.), *Rapporto Italiani nel Mondo*, Tau Editrice, Roma.
- _____ (2015b), *La recente migrazione italiana in Argentina*, en *La critica sociologica*, 194, 2, pp. 41-56.
- Barbour, R. (2008), *Doing focus group*, Sage, London.
- Carlón, M. (2016), *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube*, La Crujía, Buenos Aires.
- Cavallaro, R. (1999), *Storie senza storia. Indagine sull'emigrazione calabrese in Gran Bretagna*, Centro Studi Emigrazione, Roma.
- Colella, F. (2011), *Focus group. Ricerca sociale e strategie applicative*, FrancoAngeli, Milano.
- Curran, J., Iyengar, S., Lund, A., Salovaara-Moring, I. (2009), *Media System, Public Knowledge and Democracy: A Comparative Study*, en *European Journal of Communication*, 24, 1, pp. 5-26.
- Di Marco, C. (2007), *L'Italia vista dal mondo. Indagine sulla tv per gli italiani all'estero*, Università degli Studi di Roma La Sapienza, Roma.
- Faist, T. (2012), *Toward a transnational methodology: methods to address methodological nationalism, essentialism, and positionality*, en *Revue européenne des migrations internationales*, 28 (1), pp. 51-70.
- Hargreaves, A., Mahdjoub, D. (1997), *Satellite television viewing among ethnic minorities in France*, en: *European Journal of Communication*, 12(4), pp. 459-477.
- García Canclini, N. (1995), *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México.
- Gianturco, G. (2004), *L'intervista qualitativa. Dal discorso al testo scritto*, Guerrini, Milano.
- Grimson, A., Varela, M. (1999), *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*, Eudeba, Buenos Aires.
- Livingstone, S. (2000), *La ricerca sull'audience*, Rubbettino, Catanzaro.
- Lunt, P., Livingstone, S. (1996), *Rethinking the focus group in media and communications research*, en *Journal of Communication*, 46 (2), pp. 79-98.
- Mai, N. (2001), *Italy is beautiful: the role of Italian television in Albanian migration to Italy*, en King, R. & Wood, N. (ed.), *Media and migration. Constructions of mobility and difference*, Routledge, London.
- _____ (2005), *The Albanian Diaspora-in-the-Making*, en *Ethnic and Migration Studies*, 31(3), pp. 543-561.
- Mazziotti, N. (2006), *Estudios sobre recepción. Una exploración constante*, en Saintout, F. y Ferrante, N. (coord.), *¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público*. La Crujía, Buenos Aires.
- Naficy, H. (2003), *Narrowcasting in diaspora*, en Karim, K. (ed.), *The Media of Diaspora*. Routledge, London.

- Orozco Gómez, G. (2006), *Los estudios de recepción: de un modo de investigar a una moda, y de ahí a muchos modos*, en Saintout, F. y Ferrante, N. (coord.) *¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público*, La Crujía, Buenos Aires.
- Saintout, F., Ferrante, N. (2006), *Los estudios de recepción en Argentina hoy: rupturas, continuidades y nuevos objetos*, en *¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público*, La Crujía, Buenos Aires.
- Volcic, Z. (2006), *Media, Identities, and Immigrants*, en *Medijska Istrazivanja*, (12) 2, pp. 63-77.