

#RetornoDigno: el activismo de Marea Granate y la lucha por el significado de la «inmigración de retorno de españoles»

#RetornoDigno (Decent Return): the activism of Marea Granate and the struggle for the meaning of the “return immigration of Spaniards”

Mauricio Nihil Olivera Cajiga,*
Denise Cogo**

* Doctor en Comunicación y Periodismo, Universidad Autónoma de Barcelona. Investigador SNI/ANII Uruguay. Docente de la Maestría de Información y Comunicación y coordinador de la sección académica Lenguajes Multimediales, Instituto de Comunicación, Facultad de Información y Comunicación, Universidad de la República, Uruguay. Docente de la Maestría en Comunicación, Universidad Católica del Uruguay.
✉ mauricio.olivera@fic.edu.uy

** Doctora en Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Pablo, Brasil. Profesora titular del Programa de Posgrado en Comunicación y Prácticas de Consumo de la Escuela Superior de Propaganda y Marketing (ESPM), San Pablo, Brasil. Investigadora asociada del Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (In-Com-UAB).
✉ denise.cogo@espm.br

Resumen

Este artículo analiza las disputas de sentido sobre el retorno de inmigrantes españoles desarrolladas en el contexto de los medios de comunicación durante 2017, focalizando en las narrativas mediáticas producidas por el colectivo de activistas españoles Marea Granate (MG). Las narrativas de MG tienen como propósito la construcción de estrategias contradiscursivas que defienden el «retorno digno» de los emigrantes españoles, en contraposición a las estrategias discursivas del gobierno, empresarios y medios generalistas de España, que se centran en el «retorno de talento emigrante». El marco teórico abarca las perspectivas sobre la centralidad de los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas, la sociedad red y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) articuladas con el activismo y el transnacionalismo migrante. La metodología, de carácter cualitativo, cubre la recolección y el análisis discursivo de materiales mediáticos digitales sobre la inmigración de retorno, a la que se suman entrevistas a dos activistas del colectivo. Las conclusiones evidencian que las estrategias contradiscursivas de MG denuncian y deconstruyen los argumentos del gobierno español sobre el retorno de inmigrantes, sostenidos en cifras y estadísticas, experiencias de los retornados y planes de retorno para el talento emigrante.

Palabras clave: España, migración de retorno, migración laboral, internet, medios sociales.

RECIBIDO: [13.9.2017]

ACEPTADO: [12.11.2017]

Abstract

This article analyzes the disputes over the meaning attribution to the return of Spanish immigrants, developed in the context of media during the year 2017. It focuses on the media narratives produced by the Spanish activist's organization Marea Granate (MG). With narratives intended to construct counter-discursive strategies, MG defends the "decent return" of Spanish emigrants, in contrast to the "return of the emigrant talent" discursive strategies displayed by the government, businessmen and generalist media in Spain. The theoretical framework articulates the perspectives on the centrality of media in contemporary societies, the network society, and the Information and Communication Technologies, with activism and migrant transnationalism. Qualitative methodology is applied, based on the collection and discursive analysis of digital media materials on return immigration, as well as on two interviews with activists of the organization. The conclusions show that the counter-discursive strategies of MG denounce and deconstruct the arguments of the Spanish government on the return of immigrants, sustained in figures and statistics, experiences of the returnees and return plans for the emigrant talent.

Key words: Spain, return migration, labour migration, internet, social media

Introducción

Este artículo analiza las disputas de sentido sobre el retorno de inmigrantes españoles, desarrolladas en el contexto de los medios de comunicación durante 2017, poniendo el acento en las narrativas mediáticas producidas por el colectivo de activistas emigrantes Marea Granate (MG), creado en 2013. En el marco de trabajos anteriores de los autores (Cogo y Olivera, 2017; Olivera y Cogo, 2017), en este texto se propone dar continuidad al análisis de acciones y movilizaciones realizadas por MG. Estas se orientan a la construcción de narrativas contradiscursivas frente al gobierno, los empresarios y los medios de comunicación generalistas en España sobre las causas y la experiencia de la emigración de españoles. El trabajo se sostiene en una metodología de carácter cualitativo que cubre la recolección y el análisis discursivo de materiales mediáticos digitales sobre la inmigración de retorno, así como entrevistas a dos activistas del colectivo.

Contextualización

Los datos de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) registran que en 2015, por primera vez en 14 años, se invirtió el sentido del flujo migratorio entre Europa y América Latina como resultado, entre otros, de la crisis económica mundial y la profundización de la restricción y el control de las fronteras de inmigración de la Unión

Europea y los Estados Unidos en las últimas décadas (OIM, 2015). Los españoles migrantes vinculados a la crisis han salido del país no solo por la falta de empleo, sino ante la falta de perspectivas de estabilidad laboral o la imposibilidad de encontrar un trabajo vinculado a su formación profesional, según el propio INE (2015, 2016), el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (Munera, 2015) y la patronal de empresas de trabajo temporal Asemplo (Carrasco, 2017). Los españoles ya no buscan solo los países del norte de Europa, sino también del este y de América del Sur (Cogo y Olivera, 2017; Olivera y Cogo, 2017). Si bien las cifras de emigración de los años de la crisis son elevadas, es probable que no den cuenta de la totalidad del fenómeno. Los españoles que trasladan su residencia a un país extranjero no siempre se dan de alta como residentes permanentes en ese país; a las dificultades burocráticas propias de cualquier papeleo se suma que pierden sus derechos en España, como por ejemplo la atención sanitaria (salvo urgencias), los puestos en las listas de espera de viviendas de protección oficial, etcétera.

Durante 2017, los medios de comunicación y el gobierno español construyeron un discurso del retorno del migrante en el que señalan, por ejemplo, que «las cifras de los que regresan superan las de quienes se marchan» o que «esos titulados que dejaron España por la crisis vienen cargados de conocimientos, han aprendido nuevas formas de hacer las cosas y traen un gran empuje, que puede ayudar a mejorar el país» (Pablo y Zurita, 2017). Los empresarios también se sumaron al discurso de los medios de comunicación y el gobierno, y generaron emprendimientos para captar la mano de obra retornada a partir de plataformas como *Volvemos.org* (<http://volvemos.org/>).

En el marco de los nuevos flujos migratorios norte-sur,¹ este artículo analiza la construcción de las narrativas mediáticas sobre el retorno de la inmigración española durante el año 2017 en el contexto del activismo transnacional del colectivo español MG. Se busca reflejar las disputas discursivas en los medios de comunicación sobre el sentido del retorno de los emigrantes españoles que marcharon del país tras la crisis de 2008, que involucran al gobierno, los empresarios, los medios de comunicación generalistas y el movimiento social migratorio MG. Destacamos las narrativas producidas por el colectivo MG, entendidas como estrategias contradiscursivas que tienen el propósito de promover el debate público y la lucha por el sentido del *derecho al retorno* y el *retorno digno de los españoles*, en contraposición a las estrategias del gobierno, los empresarios y medios generalistas, que construyen narrativas del *retorno de talento emigrante*, sostenidas en una concepción excluyente (elitista y de clase) y en una ideología neoliberal basada en el emprendedorismo.

1 La Organización Internacional para las Migraciones (OIM) muestra en un estudio cómo desde 2010, por primera vez en 14 años, existe una inversión en el sentido del flujo migratorio entre Europa y América Latina (son más quienes migran de Europa a América Latina y el Caribe que a la inversa). España, según esos datos, es el país con más emigrantes (OIM, 2015).

El colectivo Marea Granate (MG) fue creado en el contexto de la crisis económica y política del 2008, que provocó el surgimiento de diversos movimientos sociales en España, como el 15M y aquellos movimientos orientados a las luchas de los nuevos flujos de emigración española hacia el exterior. El movimiento nació a comienzos de 2013, luego de una manifestación para la acción «No nos vamos, nos echan», convocada por Juventud Sin Futuro en todas partes del mundo. El nombre del colectivo hace referencia al color del pasaporte español como «símbolo de su emigración forzada».

MG se autodefine como un «colectivo transnacional y apartidista formado por emigrantes del Estado español», cuyo objetivo es «luchar contra aquellos que provocaron la crisis económica y social que los obligó a emigrar» (Marea Granate, 2015a). Se organiza en asambleas mediadas y no mediadas por las tecnologías de la comunicación, tanto en el ámbito local como global, para articular los nodos del colectivo ubicados en América, Oceanía y Europa. Su activismo se sintetiza en dos líneas: a) evitar que toda la información sobre España llegue al exterior mediante los canales de propaganda del gobierno, y b) apoyarse mutuamente para que la experiencia migratoria sea lo más fluida posible (Cogo y Olivera, 2017). En su web se lee que «no han llegado a» sino que los «han echado de España», y que su objetivo es apoyar a las asambleas, nodos, colectivos y mareas que «luchan para que el 1% no se salga con la suya». Los nodos de MG, además de las acciones colectivas, también tienen espacios de reflexión y discusión. Los espacios de reflexión colectiva sobre las acciones de MG son diversos y multidisciplinarios. El colectivo está formado, entre otros, por periodistas, sociólogos, antropólogos, economistas, politólogos, ingenieros, educadores sociales, etcétera.

Los integrantes de MG, desde su creación, han mantenido de modo permanente y regular un activismo transnacional concretado en acciones colectivas que se interrelacionan, como #NoNosVamosNosEchan (JuventudSINFuturo, 2013; Marea Granate Rio, 2013; Marea Granate, 04.2013); #VuelveSinSanidad (Marea Granate, 2015b); Ley Mordaza (Marea Granate, 2013); la sostenibilidad de las «oficinas precarias»; apoyo a la Marcha de la Dignidad y a los refugiados; e intervenciones en el ámbito de las relaciones de género.

En la actualidad el colectivo de MG ha logrado estabilizarse en los países de destino, explica María Almena, activista del colectivo transnacional y emigrante hace cuatro años en París. Almena señala que luego de los años 2012, 2013 y 2014 (los de mayor salida de españoles y no españoles al exterior) las demandas se orientaron a la precarización y el conflicto laboral: «Antes, apenas llegar al nuevo destino luchábamos contra los discursos del gobierno español y las políticas que estaban aplicando. Ahora intentamos implantarnos en nuestras ciudades de destino. Mucha de la gente que se fue en aquellos años estuvo involucrada en las protestas de los últimos tiempos en España». La prioridad de MG ahora, según Almena, es ayudar a todos los trabajadores que llegan del exterior y que están en situación de vulnerabilidad, sobre todo en países donde hay importantes conflictos laborales (comunicación personal, 13 de julio, 2017).

En un trabajo anterior (Cogo y Olivera, 2017) analizamos las disputas de sentido instauradas por Marea Granate frente al gobierno y los medios de comunicación españoles a

Figura 1. Ejemplo de difusión de MG por redes sociales



Fuente: Facebook de Marea Granate.

Más información en: https://www.facebook.com/pg/mareagranateinternacional/photos/?ref=page_internal.

partir de narrativas mediáticas producidas por el colectivo, en el contexto de una primera campaña de movilización llamada: #NoNosVamosNosEchan. Recogimos un conjunto de 10 piezas periodísticas publicadas en los medios españoles entre 2012 y 2013, que nos permitió evidenciar: a) la articulación de esfuerzos entre gobierno y prensa generalista española en la construcción discursiva de la emigración española como «emigración espontánea y no impuesta» y asociada con «aventura», «ampliación de la experiencia profesional» y el «aprendizaje de idiomas»; b) cómo ese contexto discursivo colaboró para que MG construyera narrativas contradiscursivas² que, bajo el lema de la campaña #NoNosVamosNosEchan, se orientaban a visibilizar la precariedad económica y laboral que ocasionó la emigración de españoles y a deconstruir el argumento de «espontaneidad» difundido por el gobierno

2 Analizamos en dicho trabajo ocho piezas audiovisuales producidas y difundidas por Marea Granate (Cogo y Olivera, 2017).

de España, y c) que MG contextualiza en sus narrativas perspectivas sobre las causas de la emigración española reciente que estaban ausentes en el discurso del gobierno español, como la adopción de políticas de austeridad por España y la Unión Europea.

En lo que concierne a los discursos del gobierno y de la prensa española, en este primer estudio que realizamos ya señalábamos que las piezas periodísticas analizadas³ solo destacaban la voz del gobierno y que la estructura discursiva presentada no contextualizaba los datos, las fuentes, la creencia de los hablantes, su responsabilidad, papel, posición, relación con los emigrantes que parten, limitaciones institucionales, etc. En las noticias analizadas también se observaba la tendencia del periodismo generalista a privilegiar los sectores vinculados al poder como fuentes frecuentes de información, élites que construyen los discursos que organizan los esquemas cognitivos del cuerpo social. Por lo tanto, su enunciado performativo es inseparable de la existencia de la institución del gobierno que define su condición de autoridad, obtenida a través del grupo al que representa y que le ha otorgado el mandato. Señalábamos que tal dispositivo estratégico pretende configurar, junto con la sociedad, ideas y modos de pensar hegemónicos sobre la emigración española.

Las disputas discursivas desencadenadas por el colectivo MG frente al gobierno y los medios de comunicación en el ámbito de su primera campaña, #NoNosVamosNosEchan, se reactualizan en el contexto reciente de la inmigración de retorno de españoles, en 2017, ahora involucrando también a un sector de empresarios.⁴ Una nueva iniciativa de movilización de MG, que posteriormente será nombrada como #RetornoDigno, se desencadena a partir de la declaración de la ministra del Empleo y Seguridad Social de España, Fátima Báñez, en el pleno del Congreso de los Diputados en marzo de 2017. Báñez centra su declaración en una cifra de retorno de 190.000 españoles emigrantes que marcharon durante la crisis, ya que «se crean oportunidades todos los días gracias a las empresas, a los trabajadores y a las familias, y a lo mejor algo tienen que ver las políticas de Mariano Rajoy» (EFE, 2017). MG, a partir de esas declaraciones, vuelve a disputar mediáticamente el sentido de *retorno* con base en la construcción de narrativas que se sostienen en sus propias experiencias migrantes, y pone en evidencia un conflicto por el significado y por la apropiación ideológica del sentido, es decir, por el poder de significar de una manera particular eventos en los cuales se juegan intereses sociales y políticos en torno al fenómeno reciente de la movilidad de los españoles.

3 Fuera analizadas 10 piezas periodísticas publicadas entre 2012 e 2013 en distintos medios de comunicación españoles. Por más información sobre el análisis y las conclusiones del discurso del gobierno español véase el trabajo de Cogo y Olivera (2017).

4 La novedad de las narrativas producidas en el marco de la campaña #RetornoDigno, promovida por Marea Granate, es la participación central de empresarios.

En el caso de las disputas sobre la inmigración de retorno, los discursos del gobierno español se construyen, producen y sostienen especialmente en y con los medios de comunicación (periódicos en versión impresa y digital, televisiones públicas, etcétera) y los empresarios (por ejemplo, en la plataforma *Volvemos.org*). Recordemos que los medios de comunicación son activos en la construcción del sentido dentro del sistema político. Si bien pueden no poseer objetivos políticos explícitos o claramente definidos, operan como actores políticos que legitiman, seleccionan e imponen los asuntos públicos y, por lo tanto, son configuradores de ideas y modos de pensar (Cogo y Olivera, 2017). Los discursos de MG, en cambio, se construyen y difunden principalmente en Internet, en las redes sociales, pero también en la negociación con los medios de comunicación generalistas.

Marco teórico

Si bien es cierto que los movimientos y migraciones transnacionales existen desde hace muchos años, la emergencia de la sociedad red y la comunicación digital marcaran un cambio cualitativo en el desarrollo de estos procesos (Castells, 2007). En esa línea, Sandoval y Gil-García (2014) plantean en «Towards cyberactivism 2.0?» un marco conceptual para describir la evolución del ciberactivismo. Entienden por *activismo* a un grupo de personas que trabajan de forma colectiva por una causa común, y señalan que el ciberactivismo les permite a esos colectivos utilizar las tecnologías de Internet para actividades tales como la recaudación de fondos para diferentes causas, la creación de *lobbies* o grupos de presión, la difusión de contenidos y organización en general. El activismo 2.0 se caracteriza por el uso intensivo de las TIC y de las redes sociales, combinadas con otras herramientas que potencian el accionar comunicativo de esos movimientos. Las redes sociales ayudaron a los colectivos en la organización de concentraciones, movilizaciones o manifestaciones simultáneas en distintos lugares del mundo. En el caso de MG, por ejemplo, el activismo 2.0 se observa en las asambleas globales abiertas que realizan una vez al mes a través del *software* Mumble, con un servidor propio. Las asambleas se anuncian mediante los perfiles de Facebook y Twitter de MG. También usan varias herramientas TIC, la mayoría de ellas empleadas en el 15M, y plataformas de enlace (Internet) entre diferentes nodos del grupo, ubicados en América, Oceanía y Europa. Las TIC le permiten mantener activas discusiones, decisiones, debates, consultas, propuestas, difusión, divulgación, réplicas y campañas del movimiento. Las herramientas incluyen cuentas de correo electrónico y listas de distribución en Riseup, Mumble, WhatsApp y Telegram, Twitter, Facebook (grupos, usuarios y páginas de fans), YouTube, Blog, Foro, Titanpad, Dropbox, alojamiento web y dominio, entrada en la 15Mpedia y Wikipedia en *mareagranate.org* (Olivera y Cogo, 2017).

En otras palabras, la intervención de las TIC —más allá de la socialización— parecería intervenir de diversas formas en el activismo global. Las nuevas prácticas de comunicación digital atraviesan la política e interpelan la definición misma de democracia.

Autores como Bennett (2006) entienden que las nuevas redes de comunicación están cambiando el juego político a favor de la ciudadanía, que aun sin recursos está teniendo la oportunidad de experimentar otras formas de participación y movilización más allá de los canales políticos convencionales.

En la línea de Bennet, en el artículo «E-migración: ¿nuevos actores, espacios y políticas?», Olivera (2014) planteaba si la conjunción de las tecnologías, las nuevas dinámicas de las prácticas sociales comunicativas y la voluntad y el interés de participación en los procesos de gobernabilidad podían generar nuevos espacios colaborativos y de intercambio capaces de renovar las formas tradicionales de participación política y de decisiones públicas. Si era posible pensar en la codefinición de una ingeniería participativa en la cual los usos, las prácticas y las regulaciones permitan adoptar, adaptar y enriquecer un ejercicio nuevo: una e-democracia, y ponderar si a partir de las TIC es posible plantear un espacio de innovación dentro del cual podrían transitar nuevos modos de relación entre Estados y ciudadanos. Las preguntas apuntan a observar si la irrupción y el desarrollo de las TIC pueden implicar alteraciones importantes en la construcción de un nuevo pacto y orden político-social (respecto de los planteamientos más clásicos sobre la política y la toma de decisiones públicas) enmarcado en la configuración de lo que Olivera (2015) denomina *nuevos espacios tecnológicos, geográficos y sociales* (TGS). En ese contexto se observan en el presente artículo las prácticas sociales y tecnológicas del colectivo activista migrante MG, como nuevos actores conectados que interactúan y entremezclan lógicas y temporalidades diversas (e-migrantes), nuevas figuras sociales que condensan nuestra relación con el espacio, el tiempo y el lugar, que generan a la vez fenómenos de integración y de exclusión, de desterritorialización y relocalización.

Otros autores, como Barbas y Postill (2017) o el mismo Castells (2004), argumentan que el movimiento 15M —referencia inmediata de MG— reinventó la comunicación para el cambio social debido a la utilización de herramientas y prácticas mediáticas en las que convergieron diversas tradiciones del pensamiento, entre ellas el anarquismo, el *altermundialismo*, el activismo mediático y el *hacktivismo*. Marea Granate, heredera y continuadora de las prácticas comunicativas del 15M, ha extendido esas prácticas y las ha aplicado a un activismo político basado en las TIC que ha logrado ser sostenible en el tiempo y el espacio.

Reckwitz (2002) define las prácticas sociales como concepto de la *Practice Theory*, que va más allá de la mera acción, para situar las prácticas dentro de la estructura social con todos los agentes involucrados: actividades corporales, actividades mentales, las *cosas* y sus usos, conocimiento, formas de entender, emociones y motivaciones. Martínez (2017, p. 32), partiendo de la conceptualización de Reckwitz, entiende que los movimientos sociales podrían considerarse

[...] un repertorio de prácticas (entre las que se encuentran las mediáticas/comunicativas), con los activistas como sujetos performadores, que están en contacto con otros actores sociales externos, a través de una serie de actividades mentales y corporales, utilizando determinados artefactos mediáticos, bajo determinados

marcos mentales y motivaciones para la participación política, todas ellas relacionadas con la movilización y el activismo político.

Las prácticas comunicativas/mediáticas, activistas, no están ajenas a lo que Silverstone (2010) denomina *polis de los medios*, para señalar el papel preponderante que en la actualidad desempeñan los medios de comunicación en la formación del espacio social, cívico y moral. Para este autor, todos los medios estarían estrecha y dialécticamente entrelazados con el cotidiano:

Dependemos de los medios para llevar adelante nuestra vida diaria [...] Sin embargo, son inexplicables y carecen de significado sin lo cotidiano, si no construyen a la vez recursos para el pensamiento, el juicio y la acción en el ámbito personal o político. (Silverstone, 2010, p. 19)

Para Silverstone la mediatización es, por lo tanto, un proceso fundamentalmente dialéctico. La mediatización es dialéctica porque, aunque sea totalmente posible privilegiar a los medios masivos y digitales como instrumentos para definir, e incluso tal vez determinar, los significados sociales, esta prominencia pasaría por alto la relación continua y muchas veces creativa que los participantes tienen como productores, como es el caso del colectivo de MG, quienes realizan «prácticas mediáticas activistas», rutinarias y creativas, en las que los activistas se involucran y actúan como *prosumidores* (productores o consumidores) de discursos.⁵

Silverstone nos interpela, desde esa perspectiva, como participantes activos en la cultura mediática para subrayar que, si de una manera u otra la participación implica agencia, los que se relacionan con los medios de comunicación toman la decisión de hacerlo, como en el acto más simple de sintonizar un canal de televisión. También señala su proposición de «entender la participación como algo activo; por consiguiente, esa actividad, esa agencia, conlleva algún tipo de responsabilidad [...] y la consecuencia de la polis de los medios no existe sin nuestra participación en ella» (Silverstone, 2010, pp. 166-167). Las respuestas sociales o políticas de los participantes están estrechamente vinculadas con el mundo que procuran representar y disputar por intermedio de las imágenes mediáticas. La presencia de los medios de comunicación en la vida cotidiana estaría permitiendo, como señala Martín-Barbero (2004), procesos sociales de apropiación, resistencia, resemantización y rediseño posibles de las producciones,

5 La imbricación entre las esferas de la producción y consumo, como consecuencia de las reconfiguraciones de la sociedad red y de la cultura y comunicación digital, ha instigado aun la búsqueda de denominaciones —como la de *prosumidores*— para definir los nuevos posicionamientos de los sujetos en las dinámicas de producción y consumo mediático. A este respecto, Orozco Gómez, al revisar los estudios de recepción y consumo, advierte sobre el exceso de entusiasmo social frente a los procesos de horizontalidad proporcionados por los procesos de interacción creciente con internet (Orozco Gómez, 2011a: 379).

contenidos y lógicas de las tecnologías, según observamos en algunas de las experiencias del activismo en red de los emigrantes españoles de Marea Granate.

Sin lugar a dudas, la intervención de esas prácticas mediáticas en la vida cotidiana está asociada a la emergencia de una nueva geopolítica de la globalización económica y cultural, como señala Gohn (2010), que extrapola a los Estados-nación las transformaciones en las relaciones de los sujetos sociopolíticos en la escena pública y los nuevos formatos de las movilizaciones en red, los cuales, a su juicio, resultan en la ampliación de las fronteras, de los conflictos y de las tensiones sociales. En este escenario, la autora recuerda que la red sustituye, para algunos, la categoría *movimiento social*, mientras que, para otros, es vislumbrada como un soporte o herramienta de los movimientos o aun, yendo más allá, como una construcción que actúa en el campo de las prácticas civiles, donde la idea de *público participante* sustituye a la de militante o crea la de activista. En el marco de los activismos contemporáneos en red, se asocia también a la noción de *tecnopolítica*, definida como la capacidad colectiva de apropiación y usos tácticos y estratégicos de las tecnologías digitales para la organización, la comunicación y la acción colectiva, que provoca un reordenamiento de las subjetividades políticas y abre posibilidades de producción de nuevos espacios comunes de luchas y proyectos colectivos de vida (Alcazan et al., 2012).

En el caso puntual de Marea Granate, por ejemplo, sus integrantes utilizan Internet para conectarse con los distintos nodos dispersos en el mundo y de esa manera tienen la oportunidad de actuar, de forma simultánea, y convertirse en productores, emisores y receptores. La malla hipertextual, en retroalimentación continua, en red, les permite conformar flujos de información, coordinar manifestaciones y campañas *locales*, así como contestar discursos institucionales y mediáticos sobre acciones políticas, sociales y económicas. Tienen un sistema de organización con estructuras flexibles y colaborativas basadas en su experiencia migratoria con objetivos y temas comunes entre quienes conforman el colectivo (Olivera y Cogo, 2017, p. 165).

En lo que concierne al universo de las migraciones transnacionales, Portes (2004) ya identificaba, en el advenimiento y la expansión de las tecnologías en las áreas de transporte y telecomunicaciones, uno de los principales impulsos para el desarrollo de experiencias de transnacionalismo por parte de los migrantes. En comparación con el pasado, según el autor, los inmigrantes pasaron a disponer de muchos más recursos tecnológicos para, a partir de distintos contextos locales y nacionales, mantener y actualizar los lazos económicos, políticos o culturales con los respectivos países de origen. Este hecho explica en buena medida, en la visión de Portes, «la densidad y la complejidad alcanzadas por el transnacionalismo inmigrante contemporáneo», y es, «además, el responsable de su descubrimiento en cuanto fenómeno merecedor de atención académica» (Portes, 2004, p. 74).

En el contexto del desarrollo del transnacionalismo, como perspectiva conceptual para la comprensión de las interacciones transfronterizas de carácter social, político, económico y cultural entre los migrantes, Guarnizo (2004) acuñó la expresión *vivir transnacional*

para postular que las dinámicas de transnacionalismo migrante no se reducen al impacto productivo de las remesas monetarias norte-sur en las localidades de origen, idea que ha sido recurrente en gran parte de la literatura sobre el transnacionalismo. El autor retoma las ideas de Peggy Levitt —teórico que introdujo el concepto de *remesas sociales*— en la perspectiva de destacar que el *vivir transnacional* de los migrantes se compone de un intenso flujo de ideas, comportamientos, identidades y capital social que plantea con relación a las comunidades de los países de acogida y emisores de migración (Guarnizo, 2004).

El ejercicio transnacional de MG puede ser evidenciado en los vínculos —especialmente de carácter sociopolítico— que, a partir de su estructuración en redes y acciones colectivas transnacionales, busca movilizar a los activistas con la intención de intervenir y denunciar la implementación de las directrices políticas y económicas del Estado español, sobre todo aquellas que refieren a las condiciones de vida y los derechos sociales y políticos de los ciudadanos españoles que emigraron. Las intervenciones del colectivo configuran disputas por significar, atribuir sentido y apropiarse de conceptos como *migrante*, así como definir las experiencias de la emigración y migración de retorno de españoles, para producir y poner en circulación sus propias narrativas sobre *ser migrante*, con el fin de confrontar los discursos globales, nacionales y locales hegemónicos que buscan establecer un significado natural y consensual sobre el fenómeno de la emigración española.

Sin embargo, en su enfoque sobre las migraciones transnacionales, Portes (2004) advierte que el entusiasmo intelectual asociado al descubrimiento de la dimensión transnacional en los estudios migratorios ha servido a menudo para encubrir la percepción de que ese transnacionalismo no siempre constituye una práctica universal entre los migrantes. Según el autor, la participación en actividades transnacionales no ha sido una práctica regular entre la mayoría de los inmigrantes. En cambio, no deja de reconocer que el impacto macroeconómico y social para las comunidades y naciones generado por las acciones de los migrantes no puede ser evaluado solo por el número de involucrados, sino que debe tener en cuenta la suma de las acciones transnacionales regulares de los activistas y de aquellas puntuales realizadas por otros migrantes.

Metodología

El análisis desarrollado se construye a partir de un recorrido metodológico de carácter cualitativo que combina recolección de materiales digitales y entrevistas. Entendemos que la perspectiva cualitativa, crecientemente adoptada en la investigación en comunicación orientada a los usos e interacciones con los medios, permite profundizar en las singularidades de las relaciones y prácticas sociocomunicacionales, así como también captar e interpretar los significados que los propios sujetos atribuyen a sus experiencias. Sin embargo, reconocemos los límites metodológicos de la perspectiva cualitativa en lo que se refiere a los riesgos de dispersión y acumulación de casos «individuales, irrepetibles y únicos», que

imposibilitan compararlos y situarlos en un marco más amplio, en la perspectiva de construir un cuerpo de conocimiento más sólido y continuado (Orozco Gómez, 2011b, p. 112).

Los dos procedimientos metodológicos que orientan el análisis propuesto son:

1. La recolección de materiales mediáticos digitales del contexto español en los cuales se construye y difunde el debate sobre la inmigración de retorno que involucra al gobierno, los empresarios y el colectivo MG.
2. La realización de dos entrevistas con activistas de MG: María Almena Carrasco, de 35 años, que vive en París y es militante del colectivo transnacional desde su fundación en 2013, y una segunda activista de MG-Uruguay.¹

En una búsqueda realizada a través de Google se localizaron ocho materiales que abarcaban las principales disputas discursivas que desencadenó la campaña #RetornoDigno entre abril y agosto de 2017,² con la participación del gobierno español, empresarios y medios de comunicación. Los materiales mediáticos analizados son:

- a. #LosMundosDeBáñez y sus #CifrasINexactas #RetornoDigno (Marea Granate, 04.2017);
- b. «El talento quiere volver a casa» (Doncel, 2017);
- c. «Rincón migrante», de Marea Granate (Montevideo, 2017);
- d. Volver (Programa de retorno de talento a España) (Volvemos, 2017a);
- e. *El milagro del retorno #CifrasINexactas 2016* (Marea Granate, 07.2017);
- f. «La mejora económica de España impulsa el retorno de los trabajadores españoles» («Mejora económica España», 2017);
- g. «No es un Plan de Retorno: es un regalo a la Confederación Vallisoletana de Empresarios» (Castrillón, 2017);
- h. «MG desmonta las cifras de retorno del gobierno» (Marea Granate, 2017).

Para el análisis de los materiales seleccionados a través de los dos procedimientos, nos orientamos por los principios de los *estudios críticos del discurso* (ACD) formulados por Van Dijk (2005), quien considera los discursos como interacciones situadas y prácticas sociales arraigadas en contextos sociohistóricos, culturales y políticos específicos. Los discursos hegemónicos constituyen y construyen una argumentación que involucra la actividad de nombrar y clasificar, además de vincular contextos sociales y culturales excluyendo formas de pensar alternativas. Los discursos institucionales sobre la inmigración (político, jurí-

1 La integrante de MG-Uruguay solicitó la omisión de su nombre y sus datos personales.

2 Cabe recordar que varios de esos materiales se encuentran replicados en diferentes espacios de internet, como portales de medios generales, redes sociales de MG, sitios de la asociación de empresarios, etcétera.

dico y mediático) marcan la definición del concepto, lo delimitan y lo constituyen. Estos discursos instauran formas de clasificar a las personas y de definir problemas que tienen importantes consecuencias materiales y simbólicas e instalan determinadas visiones y divisiones del mundo. Así, los discursos son configuraciones de ideas y modos de pensar que proveen los hilos con los cuales las ideologías son tejidas y confrontadas. Desde esa perspectiva relacional, la alteridad es intrínseca a la construcción de significados en el ámbito de los discursos (Lopes, 2009, p. 13). En el caso de MG, el Estado y el gobierno español, así como los empresarios y los medios generalistas, se constituyen como alteridad en las disputas de sentidos sobre sus experiencias migratorias.

A partir de la comprensión de que el lenguaje, en el contexto de los estudios del discurso, no solo nos representa sino que nos construye (Lopes, 2009, p. 15), presuponemos la imposibilidad de existencia de una *verdad* exterior al lenguaje. La investigación, en el ámbito del análisis del discurso, no implica modos de representar la realidad, sino de construirla o de ofrecer aproximaciones interpretativas sobre ella. El propio interés por el análisis de los discursos en diferentes campos del conocimiento es el resultado de una profusión de discursos (textos, imágenes) en circulación en la sociedad, relacionada con la centralidad de los medios en la vida cotidiana.

A continuación se analizan empíricamente las dimensiones discursivas que componen las disputas de significados sobre la migración de retorno de españoles en los medios de comunicación generalista. El análisis destaca las narrativas contradiscursivas sobre el retorno de inmigrantes producidas y difundidas por el colectivo MG como respuesta a los discursos del gobierno, los empresarios y los medios de comunicación españoles.

Discusión de resultados

A finales de 2013, la ministra de empleo, Fátima Báñez, declaraba en Gandía, en el marco de un debate titulado «Nuevas oportunidades para los jóvenes»: «No es cierto que se esté produciendo ni fuga de cerebros ni éxodo masivo de jóvenes para trabajar en el exterior», y consideraba positivo que los propios jóvenes eligieran «dónde quieren trabajar» (E.B., 2013). También señalaba: «Cuando se dice que las reformas están introduciendo precariedad laboral, no es verdad», la temporalidad había bajado del 25 al 23% y estaba «teniendo mucho éxito el nuevo contrato indefinido» («Báñez niega exilio», 2013).

Cuatro años más tarde, en marzo de 2017, la ministra Báñez aseguraba en el pleno del Congreso de los Diputados que 190.000 personas —quienes vivían en España y emigraron durante la crisis— habían vuelto porque «ya se crean oportunidades todos los días gracias a las empresas, a los trabajadores y a las familias, y a lo mejor algo tienen que ver las políticas de Mariano Rajoy». La ministra, que había negado que los jóvenes se marchaban, aseguraba ahora que el gobierno trabajaba «por las oportunidades de todos y para que venga a España todo el talento que tuvo que huir durante la crisis», y que «España es un país que

crece y crea empleo e, incluso, es el segundo junto a Alemania que más empleo crea en toda la zona euro». Báñez también subrayó que el gobierno español trabajaba para que «el talento huido por la crisis venga a España, porque estamos creando oportunidades».

A partir de la declaración de la ministra observamos que los medios construyen y mediatizan el sentido de *lo emigrante* en un proceso dialéctico que constituye e instituye diversos «recursos para el pensamiento, el juicio y la acción en el ámbito personal y político», tal como señala Silverstone (2010, p. 19). Como se mencionó, el autor entiende que la mediatización es un proceso social que puede definir, y tal vez determinar, significados sociales en una lucha desigual por el poder del sentido, donde los significados dominantes tienen también una importante desigualdad en cuanto su difusión dentro de la sociedad. Un claro ejemplo de tal desigualdad lo encontramos en un titular de *El País* (Doncel, 2017): «El talento quiere volver a casa: Cada vez más españoles que huyeron de la crisis regresan de la emigración, un fenómeno por el que el sector público y privado empieza a interesarse». El artículo, a partir de una historia de vida —un caso individualizado de retorno y sin contexto político y social—, construye una narrativa que recupera el discurso del gobierno español para señalar la inminente mejora de España y da por hecho una mejora económica sin pruebas, sostenida en la subjetividad de un caso individual:

Como ella, cada vez más españoles que huyeron del país europeo con mayor tasa de desempleo juvenil —con permiso de Grecia— preparan las maletas de vuelta. Conscientes de los beneficios de este movimiento migratorio inverso, las administraciones municipales y autonómicas van desplegando poco a poco una tímida respuesta institucional.

El discurso de la recuperación económica que promueven el gobierno y la prensa españoles, que sería el factor clave para que los inmigrantes retornaran, cuenta con un aliado estratégico: la empresa. En abril de 2016 surgió una plataforma, *Volvemos.org*, que pretende «traer de vuelta al talento español». El discurso de la plataforma, a partir del 2017, está en sintonía con el mensaje oficial del gobierno, emitido por figuras políticas como la ministra de Empleo, Fátima Báñez, y difundido por diversos medios de prensa generalistas, como el diario *El Mundo*. Este medio, relacionado con los sectores empresariales y financieros de España, destaca el trabajo de sus tres impulsores, españoles que «han vivido en sus propias carnes el proceso migratorio: el ingeniero informático Diego Ruiz del Árbol; el consultor de recursos humanos Sebastien Sanz, de nacionalidad francesa y orígenes españoles; y Raúl Gil Benito, que actualmente trabaja en una editorial de Madrid» (Martín, 2016). En la plataforma, en la pestaña «Quiénes somos», se lee que el trabajo de sus tres fundadores es «conectar a profesionales, empresas y administraciones para hacer posible la emoción de volver a casa» (*Volvemos*, 2017b). El sitio web también tiene un apartado de prensa —donde solo aparecen notas de la prensa generalista—, que recoge las noticias relacionadas con el retorno de los *talentos* españoles migrantes, la recuperación económica de España y empresas que buscan

emplear esa mano de obra.³ La línea discursiva general de esas noticias de prensa se pueden ejemplificar en titulares tales como: «La mejora económica de España impulsa el retorno de los trabajadores españoles. Hays⁴ revela una reducción de la disposición a la movilidad geográfica por motivos laborales» («Mejora económica España», 2017).

#RetornoDigno: narrativas mediáticas y contradiscursivas de Marea Granate

A continuación se analiza la lucha discursiva de MG contra el gobierno, la prensa y los empresarios españoles por el significado y el sentido del *retorno de los migrantes* a España. A partir de ese momento el colectivo de activistas se enfrentó por el poder de construir y consolidar un discurso sobre el sentido de la *experiencia migratoria* y el *retorno de los españoles*, un sentido en el cual se juegan diversos intereses sociales, económicos y políticos.

En el marco del activismo de Marea Granate, dos dimensiones centrales demarcan las narrativas mediáticas contradiscursivas del colectivo sobre el retorno de emigrantes españoles. Sintetizadas en el *hashtag* #RetornoDigno, se orientan a la historización y politización de las causas que provocaran los nuevos flujos migratorios de españoles desencadenados por la crisis de 2008, al tiempo que hacen visible la disparidad de las experiencias de los emigrantes. MG disputa, a partir de esas dimensiones, el sentido y el significado del retorno de los inmigrantes, luchando contra el discurso del gobierno español, que clasifica, homogeneiza, despolitiza y diluye el conflicto social. Ese discurso oficial es respaldado por los empresarios y los medios de comunicación generalistas españoles.

Una primera dimensión contradiscursiva es la deconstrucción que propone MG al analizar las cifras sobre la emigración de retorno de españoles. Formuladas a partir de estadísticas gubernamentales, estas evidencian, según los activistas del colectivo, los intentos del gobierno de España de subestimar el actual fenómeno emigratorio y al mismo tiempo manipular esas cifras con el objetivo de sobrevalorar el retorno de sus ciudadanos.

Las cifras de Báñez están sacadas del Instituto Nacional de Estadística (INE) y son la suma de las personas españolas que regresaron al país entre los años 2011 y 2015, un total exacto de 192.505. Sin embargo, la ministra no ha contado las personas que emigraron durante este mismo periodo. El saldo migratorio, que se calcula contando las personas que entran menos las que salen, ha sido negativo durante todo este tiempo, y la cifra total asciende a 168.648. Es decir, el Gobierno alardea de que está creando tan buenas expectativas que «el talento huido» —como lo describe Báñez— está regresan-

3 Más información en <http://volvemos.org/apariciones-prensa>

4 Hays es una guía del mercado laboral.

do. Pero eso no es verdad: aunque hay personas que vuelven, siguen siendo más las que se van, por lo que el saldo migratorio sigue siendo negativo. (Marea Granate, 2017)

La lucha política por la afirmación de los posibles significados de las cifras que contabilizan el número de emigrantes comenzó en una de las primeras campañas⁵ de MG, y desde entonces ha integrado sus acciones colectivas transnacionales. La lucha, reveladora de un campo de disputa simbólica entre el gobierno español, los movimientos sociales migratorios y los medios generalistas, busca evidenciar y relacionar en los espacios mediáticos la existencia y el crecimiento de los nuevos flujos emigrantes a raíz de la crisis económica y política de 2008, así como las repercusiones de la crisis y de las políticas de austeridad adoptadas por el gobierno español y por la Unión Europea en el retorno de España a la condición de país de emigración.

MG defiende una *contabilización fiable* del número de españoles que viven en otros países, lo que pone en jaque las estimaciones difundidas en el Congreso por la ministra Báñez, quien declaró: «Solo un 2% de los nacidos en España han emigrado durante la crisis. Sí, sí, señoría, mire los datos: la mitad que en Alemania o Italia y tres veces menos que en el Reino Unido». En la web, el colectivo publica el siguiente cuestionamiento al pronunciamiento de Báñez: «¿De verdad alguien se cree que Alemania emigra más que España? Es más razonable pensar que el gobierno español no cuenta bien. MG ya lo ha dicho muchas veces» (Marea Granate, 2017). Apunta luego a una segunda dimensión, las políticas de retorno, que movilizaron las estrategias contradiscursivas del colectivo a partir de una indagación también lanzada en su web: «¿Cómo va un Gobierno a plantear políticas de retorno si no conoce la realidad de las personas a las que se dirige? ¿Cuántos somos quienes migramos? ¿Cómo somos? ¿Por qué nos fuimos? ¿Queremos volver?» (Marea Granate, 2017). Esta segunda dimensión se construyó a partir de las críticas a los planes de retorno formulados y ofrecidos por los gobiernos locales y centrales de España en asociación con el mundo empresarial, que promueven un retorno selectivo, disponible solo para el inmigrante «joven, emprendedor y con talento».

El colectivo busca dejar claro a través de su web que los planes de retorno del ejecutivo central o de las autonomías son censales, clasistas y elitistas, que niegan el derecho de retorno a toda la población emigrada, además de seguir omitiendo que las causas principales de la emigración forzada de los españoles reside en la destrucción del empleo público y la precariedad laboral. La síntesis de estas críticas aparece publicada en la web de MG:

1. Puedes volver si eres joven: algunas Comunidades Autónomas se dedican a elaborar planes de retorno pero solo para «jóvenes». Es el caso de Cantabria, cuya única propuesta es elaborar un censo público de «jóvenes» emigrados para que

5 Véase el análisis en Cogo y Olivera (2017).

accedan a él las empresas privadas, lo que, por otro lado, atenta contra la privacidad. Además de una medida insuficiente, es injusta: no solo emigran los jóvenes.

2. Retorno para el «talento»: otras regiones, como Asturias, quisieron recuperar el «talento huido» del que hablaba Báñez, pero nadie se acogió a él. En el caso de Andalucía, su plan lleva tan solo 10 casos exitosos de retorno en dos años frente a los 7.000 investigadores que prometieron atraer de vuelta. De cualquier forma, ninguna persona merece más retorno que otra por su nivel académico o cualificación.
3. Regresa, pero solo si vas a emprender: mientras, autonomías como Galicia, ofrecen ayudas a sus emigrantes pero solo si van a emprender o a crear puestos de trabajo. Este tipo de convocatorias olvidan que el retorno no es un privilegio, sino un derecho. (Marea Granate, 2017)

La destrucción del empleo público y la precariedad laboral, como las principales causas que ocasionaron los nuevos flujos migratorios de españoles a partir de 2008, ya aparecían como dimensiones contradiscursivas centrales en la primera campaña realizada por MG #NoNosVamosNosEchan, ya mencionada. Con el fin de denunciar públicamente lo que definían como «emigración forzada y no espontánea de españoles», los integrantes del colectivo buscaban, justamente, evidenciar una de las perspectivas ausentes en el discurso del gobierno español sobre la migración de sus ciudadanos: la movilidad en busca de trabajo y la precariedad laboral que enfrentan en los países de recepción y de origen (motivo que los llevó a emigrar) (Cogo y Olivera, 2017).

A partir del activismo 2.0, de las nuevas prácticas comunicacionales, MG interviene en lo político con manifestaciones virtuales y presenciales, como la de #RetornoDigno, con formas de participación más allá de los canales políticos tradicionales, tal como sostienen Bennet (2006), Sandoval y Gil-García (2014) o Castells (2004). De este modo renueva las formas tradicionales de participación política e intenta, a través del ciberactivismo, poner en discusión, debatir, la construcción de un nuevo pacto político-social que los tenga en cuenta en la toma de decisiones públicas. Para ello, luchan por el sentido y los significados de *lo migrante* dentro de lo que Silverstone (2010) llama *la polis de los medios*: un lugar donde se forma un espacio social, cívico y moral que podría determinar los significados sociales. El colectivo discute esos significados sociales que el gobierno, la prensa y los empresarios intentan determinar. MG demanda así reconocimiento a partir del derecho a la participación y del derecho a la expresión (vinculada a la participación de los ciudadanos en la *polis de los medios* para ser reconocidos, pero no representados).

Desde esa primera campaña, y también en las acciones actuales focalizadas en el retorno, MG denuncia que la prensa generalista sustrae del contexto los discursos que difunde sobre la emigración española. Almena, activista de MG, también señala:

Quando los medios generalistas tratan nuestra problemática aparecemos mencionados como uno más de los casos, o de los que se están quejando, pero sin

explícitamente dejarnos que demos discurso alguno o que contemos la situación real del asunto. Queda más a la interpretación del periodista.⁶

Mediante tales demandas buscan nuevos modos de ejercer políticamente sus derechos, con fidelidades más móviles y colectividades más abiertas. Ese inmigrante contemporáneo, ciberactivista en un contexto transnacional, como señalaba Portes, abre una perspectiva conceptual densa y compleja para entender las interacciones políticas transfronterizas, como se observa en el caso analizado.

Almena denuncia que otro recurso típico del gobierno, en la lucha por el sentido en la polis mediática, es recurrir a portavoces políticos de la emigración que luego saldrán en la prensa generalista con una voz única, sin consultar a los ciudadanos migrantes:

Si hablan los del gobierno, en general, son portavoces políticos, de la emigración o... Hay un organismo, el Consejo de Residentes en el Exterior, que es de carácter consultivo y no tiene poder vinculante. Prefieren darle la voz a este tipo de organismo, más oficial, antes que a la demanda ciudadana en sí.

También señala Almena a otros medios de comunicación, como la radio o la TV, que tienen un alto poder de llegada y utilizan los mismos recursos que la prensa escrita:

Tenemos un problema enorme con la Cadena Ser, la emisora de radio más escuchada en España. Creo que es muy ilustrativo que, en el programa que tienen por la mañana, tratan muchos problemas de la emigración con anécdotas. O sea, gente que llama y cuenta su tal y cual y no hay forma de que nosotros podamos decir mucho, por más que insistamos. Cuando nos llaman decimos: «Vamos a hablar de este tema, pero vamos a hablar nosotros contando la realidad». El recurso de la historia de vida es general; es muy llamativo como siempre van a un caso, otro caso y otro caso de afectados, y luego recurren al mensaje oficial, a lo que dice la ministra al respecto o el político de turno.

La descontextualización de la información también se encuentra en el campo empresarial, tal como se puede observar en la plataforma *Volvemos.org*. MG señala que el discurso de los empresarios sobre la idea de *retorno de talentos* se sostiene en los mismos argumentos que esgrimen el gobierno y los medios generalistas. En su visión, es una narrativa que no se fundamenta en argumentos sólidos que muestren la recuperación económica y laboral de España: «No es más que una iniciativa de emprendedores (un grupo de cuatro personas)» que actúan como agencia de colocación de emigrantes para la

6 Entrevista a María Almena, activista de MG, para este trabajo (comunicación personal, 13 de julio, 2017).

empresa privada. Para el colectivo es importante desmentir esos argumentos que tienen el fin de despojar el conflicto social sobre el tema de la migración, «un discurso que ha tenido acogida en todos los grandes medios que nosotros tenemos vetados: RTVE, *El Mundo*, *El País*, telediarios de todas las cadenas, Cadena Ser, entre otros», explica Almena en la entrevista.

Otro inmigrante español vinculado con MG que vive en Uruguay, Jorge Castrillón, también denuncia en una publicación los programas de retorno impulsados por el gobierno y los empresarios: «No es un Plan de Retorno: es un regalo a la Confederación Vallisoletana de Empresarios» (Castrillón, 2017). Para Castrillón, el Plan de Retorno del Talento es «decepcionante». Este plan, lanzado en el municipio de Valladolid, se presenta como «el primero de estas características creado desde una administración local en España», un programa «proactivo», que busca «la alianza de empresas y organizaciones sociales», en palabras del concejal de Hacienda de Valladolid. Castrillón explica que ese plan no satisface las expectativas de los migrantes españoles:

Que el ayuntamiento de cambio [de Valladolid], regido por partidos progresistas y con el apoyo de nuevas formaciones [...], apruebe un plan que dedica el 80% de su dotación económica a subvencionar directamente a los integrantes de la Confederación Vallisoletana de Empresarios mediante la bonificación de los costes laborales de las empresas contratantes durante dos años es un absoluto despropósito. Si a eso sumamos que, además, no se les exige nada a cambio (como, por ejemplo, una apuesta por el contrato indefinido y así poder combatir la precariedad), ya poco queda por comentar. Pero lo más grave, en mi opinión y en la de mucha otra gente, viene con la segunda línea del Plan. Esta establece la subvención de hasta cien mil euros de los «costes de puesta en marcha de un proyecto empresarial» para el retorno «del talento» y este enunciado transforma el despropósito en una derrota política al convertir una posible herramienta de política pública en la aceptación de un paradigma neoliberal propio de la derecha más dura. (Castrillón, 2017)

Para Castrillón y Almena no es una sorpresa que el gobierno, la prensa y los empresarios estén alineados en un mismo discurso. Almena entiende que en España los grandes medios están en manos de dos empresas muy vinculadas al poder político desde siempre y que tienen un mensaje homogéneo. Para ella es significativo que «incluso la publicidad es la misma; se calcan las portadas cuando hay algún mensaje importante para dar. Creo que la vinculación de los dos grandes grupos mediáticos [Prisa y A3 Media] con el poder es histórica». También señala su desacuerdo con el plan de retorno que quiere articular el gobierno español:

Si la mejor propuesta que pueden hacer la administraciones públicas llamadas progresistas para el retorno de la emigración es darle el dinero de contratación y sufragar costes de seguridad social a la empresa privada, además de arrojarnos a

esa maravilla de pérdida de derechos laborales y sociales que es ser emprendedor en España, que se pare el mundo que algunas nos bajamos. Si además los parámetros se basan en titulitis, estamos obviando la realidad de miles de personas fuera, con sus condiciones precarias en sus países de acogida y negándoles el derecho a retornar a su hogar. Para selección de flujos migratorios ya tenemos a nuestra xenófoba UE expulsando comunitarios allá donde le conviene y otorgando carnés de migrantes de primera y de segunda. En lo que respecta a nuestra casa, nuestra administración pública y nosotros, *así no*.

En resumen, tanto el gobierno como la prensa y las empresas establecen un *frame* o marco de interpretación, una lucha por apoderarse del significado y el sentido del *retorno inmigrante*, por construir e instituir la forma de pensar y ver lo que está ocurriendo mediante la omisión de aquella información que forma parte de un conocimiento más general y compartido, y que resulta necesaria —o al menos puede utilizarse— para comprender un texto y un contexto político-económico más complejo que el que se representa, ausente de tensiones y conflictos sociales.

Por último, MG no solo denuncia, sino que también tiene un discurso propositivo, ya que argumenta, explícita y defiende lo que sería un plan de retorno digno y no pautado en clave electoral. Los integrantes de MG intentan deconstruir la visión de retorno del oficialismo que homogeneiza las experiencias migrantes sin tener en cuenta la diversidad de relatos y narrativas de los españoles emigrados, así como la variedad de expectativas y proyectos que constituyen la noción de *retorno*. Desde esa perspectiva, el colectivo desplaza la idea de retorno como regreso definitivo y estático, para resignificarla a partir de dimensiones tales como la circularidad y la multidimensionalidad de los movimientos migratorios, la transitoriedad que puede demarcar la vuelta al país de origen, así como el fortalecimiento y la permanencia de lazos sociales, culturales, económicos y políticos entre sociedades de origen y destino, principalmente entre los migrantes transnacionales (Cassarino, 2013; Cavalcanti y Parella, 2013). Al cuestionar el carácter permanente del retorno y afirmarlo como una experiencia compleja y multidimensional, el colectivo transnacional parece interpelar el concepto desde la perspectiva de Sayad (2000), es decir, considera el retorno como un elemento constitutivo de la condición migrante, que atraviesa constantemente el proyecto migratorio y promueve vínculos permanentes entre las sociedades de emigración e inmigración (Cavalcanti y Parella, 2013).

Desde una perspectiva del retorno como derecho, MG postula que el gobierno español debe tener la voluntad política de asegurar ese derecho, así como que empresarios y gobierno deben promover estudios orientados a conocer al colectivo emigrante.⁷ Además,

7 Cabe recordar que, desde su creación, MG ha producido estudios sobre diferentes cuestiones relacionadas con la realidad de la emigración de españoles.

en sintonía con sus acciones colectivas anteriores, MG subraya la estrecha vinculación entre la movilidad de los españoles y las políticas neoliberales adoptadas por el gobierno, y destaca que el retorno digno depende de que el gobierno priorice la creación de empleo público y derogue las reformas laborales que precarizan el trabajo. «Solo entonces habrá oportunidades reales de regresar» (Marea Granate, 2017).

Conclusión

La lucha discursiva entre el gobierno y Marea Granate por el sentido del retorno del colectivo emigrante español no se limita a los planes para que vuelvan los que se fueron, tal como se evidencia en las narrativas mediáticas del movimiento MG, que ponen en juego otras dimensiones del discurso donde conjugan todo aquello que significa ser un emigrante español en la actualidad. A partir de la creación de MG, en 2013, esa disputa estuvo fuertemente enmarcada por acciones transnacionales del colectivo, orientadas a deconstruir los discursos del gobierno español y la prensa generalista que definían la migración juvenil como «aventura», «ampliación de la experiencia profesional», «aprendizaje de idiomas» o «emigración espontánea y no impuesta». Las narrativas de MG contextualizaban los discursos oficiales y mediáticos vinculando la emigración española con la crisis económica y las políticas de austeridad que imponían, entre otras cosas, la precariedad laboral, especialmente en el segmento de los jóvenes. Las acciones del colectivo también abordaron la defensa del derecho al voto de los emigrantes españoles en el exterior a través de campañas como #SinVozNiVoto.

En 2017, el gobierno, los empresarios y los medios generalistas españoles delimitaron un nuevo escenario discursivo sobre el retorno de sus emigrantes. El colectivo MG volvió a disputar el sentido reclamando un «retorno digno», para lo cual construyó un contradiscurso que cuestiona la veracidad de los argumentos y las cifras que cita el gobierno español sobre los retornados, pero también ampliando las voces de las experiencias emigrantes que no recogen los medios de comunicación generalistas y reivindicando la creación de planes de retorno digno por parte del gobierno. Los activistas de MG, bajo el *hashtag* #RetornoDigno y un conjunto de acciones colectivas transnacionales en el contexto de Internet, le disputan al gobierno, las empresas y los medios de comunicación el sentido y el significado de la experiencia migratoria, con el objetivo de deconstruir las formas de clasificar y definir sus problemas desde una visión oficial, hegemónica. A partir de la apropiación de las TIC, el movimiento desarrolla un activismo transnacional centrado en la intervención de los medios de comunicación, con el propósito de producir otras narrativas, que contribuyan a contextualizar y a (re)politizar el problema de las migraciones contemporáneas poniendo en el centro del debate la lucha de los derechos inmigrantes.

Por último, las narrativas contrahegemónicas de MG que circulan en las TIC incorporan una mayor complejidad en la escena política y el ejercicio democrático. Las prácticas

comunicacionales mediáticas en las redes de MG amplían las fronteras, el cotidiano, los conflictos y las tensiones sociales, permitiendo desarrollar actividades, estilos de vida e ideologías que enlazan los países de origen y de destino de los emigrantes. Las campañas como #RetornoDigno intervienen lo político incorporando otras maneras de relación —fuera de los mecanismos tradicionales de participación política— y utilizando diversos recursos que agilizan las formas de participación e intercambio de quienes trabajan de forma colectiva por una causa común. Los efectos y el impacto de la campaña son difíciles de medir, pero sin duda es un desafío para los Estados encontrar la vía para incorporar esos actores y repensar nuevas formas de participación democrática que generen iniciativas para aumentar la incidencia de la ciudadanía en la gestión pública.

Referencias bibliográficas

- ALCAZAN, ARNAU MONTY, AXEBRA, QUODLIBETAT, SIMONA LEVI, SU NOTISSIMA, TAKE THE SQUARE, TORET (2012). *Tecnopolítica, internet y r-evoluciones: sobre la centralidad de las redes digitales en el #15M*. Barcelona: Icaria.
- «Báñez niega un exilio masivo de jóvenes y trabaja para que el “talento huido vuelva”» (2013). *elEconomista.es*. Recuperado de: <http://www.economista.es/economia/noticias/5120065/09/13/Banez-rechaza-que-haya-exilio-masivo-de-jovenes-y-trabaja-para-que-el-talento-huido-vuelva.html>.
- BARBAS COSLADO, A., y POSTILL, J. (2017). «Communication activism as a school of politics: Lessons from Spain's indignados movement: communication activism as a school of politics». *Journal of Communication*, 67, 646-664. doi: 10.1111/jcom.12321.
- BENNETT, L. (2006). «Communicating global activism: Strength and vulnerabilities of networked politics». En W. VAN DE DONK, B. D. LOADER, P. G. NIXON Y D. RUCHT (eds.), *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*. Londres: Routledge.
- CARRASCO, C. (2017). *La crisis multiplica por cuatro las emigraciones españolas*. Recuperado de: <http://www.cuv3.com/2017/01/31/la-crisis-multiplica-cuatro-las-emigraciones-espanolas/>.
- CASSARINO, J. P. (2013). «Teorizando sobre a migração de retorno: Uma abordagem conceitual revisitada sobre migrantes de retorno». *REMHU. Revista Interdisciplinar de Mobilidade Humana*, 21(41), 21-54. Recuperado de: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1980-85852013000200003&lng=en&nrm=iso.
- CASTELLS, M. (2004). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. México: Siglo XXI.
- CASTRILLÓN, J. (27.07.2017). «No es un Plan de Retorno: Es un regalo a la Confederación Vallisoletana de Empresarios». *Último Cero*. Recuperado de: <http://ultimocero.com/opinion/2017/07/27/no-es-un-plan-de-retorno-es-un-regalo-a-la-confederacion-vallisoletana-de-empresarios>.

- CAVALCANTI, L., y PARELLA, S. (2013). «El retorno desde una perspectiva transnacional». *REMHU. Revista Interdisciplinaria de Movilidad Humana*, 21(41), 9-20. Recuperado de: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1980-85852013000200002&script=sci_abstract&tng=es.
- COGO, D., y OLIVERA, M. N. (2017). «#NoNosVamosNosEchan: internet, activismo en red y narrativas de los nuevos emigrantes españoles». *Matrizes*, 11(1), 165-187. Recuperado de: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/122220>.
- DONCEL, L. (20.05.2017). «El talento quiere volver a casa», *El País*. Recuperado de: https://economia.elpais.com/economia/2017/05/20/actualidad/1495286170_018584.html.
- E. B. (05.09.2013). «Báñez afirma que es bueno que los jóvenes puedan elegir entre trabajar en España o en el exterior». *El Boletín*. Recuperado de: <http://www.elboletin.com/noticia/83100/nacional/banez-afirma-que-es-bueno-que-los-jovenes-puedan-elegir-entre-trabajar-en-espana-o-en-el-exterior.html>.
- EFE (2017). *Báñez: 190.000 españoles han regresado porque ya se crean oportunidades*. Recuperado de: <https://www.efe.com/efe/espana/economia/banez-190-000-espanoles-han-regresado-porque-ya-se-crean-oportunidades/10003-3215282>.
- GOHN, M. G. (2010). *Movimentos sociais e redes de mobilização civis no Brasil contemporâneo*. Petrópolis: Vozes.
- GUARNIZO, L. E. (2004). «Aspectos económicos del vivir transnacional». *Colombia Internacional*. 59, 12-47. Recuperado de: <http://colombiainternacional.uniandes.edu.co/view.php/429/index.php?id=42>.
- INE (2015). *Cifras de población a 1 de julio de 2015. Estadística de migraciones 2015. Primer semestre de 2015: Datos provisionales*. Madrid: INE. (Notas de Población). Recuperado de: <http://www.ine.es/prensa/np948.pdf>.
- INE (2016). *Cifras de población a 1 de enero de 2016. Estadística de migraciones 2015. Adquisiciones de nacionalidad española de residentes 2015: Datos provisionales*. Madrid: INE. (Notas de Población). Recuperado de: <http://www.ine.es/prensa/np980.pdf>.
- JUVENTUDSINFUTURO (21.03.2013). *#NoNosVamosNosEchan El Exilio Is Coming (multilanguage)*. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=etHUT2uCWRY>.
- LOPES, L. P. de M. (2009). «A vida sociocultural em construção: Interação, situacionalidade, alteridade e ética». En M. das G. D. PEREIRA, C. ROLLIN PINHEIRO BASTOS y T. CONCEIÇÃO PEREIRA (orgs.), *Discursos socioculturais em interação: interfaces entre a narrativa, a conversação e a argumentação: navegando nos contextos da escola, saúde, empresa, mídia, política e migração* (pp. 11-20). Rio de Janeiro: Garamond.
- MAREA GRANATE (2013). *Apoyo a la movilización del #14D contra la #LeyMordaza*. Recuperado de: <http://mareagranate.org/pt/2013/12/14d-marea-granate-contra-la-ley-mordaza/>.
- MAREA GRANATE (09.04.2013). *#NoNosVamosNosEchan@París*. [Archivo de video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=IGHqTMgwRMs&index=2&list=P LJ3C7OBw+EOiREuid1_od07O-iO_SKZgdc.

- MAREA GRANATE (2015a). *Manifiesto*. Recuperado de: <http://mareagranate.org/manifiesto/>.
- MAREA GRANATE (2015b). *Marea Granate. Sanidad*. Recuperado de: <http://mareagranate.org/en/autor/marea-granate-sanidad/>.
- MAREA GRANATE (2017). *Marea Granate desmonta las cifras de retorno del Gobierno*. Recuperado de: <http://mareagranate.org/2017/07/marea-granate-desmonta-las-cifras-retorno-del-gobierno/>.
- MAREA GRANATE (04.04.2017). *#LosMundosDeBáñez y sus #CifrasINExactas #RetornoDigno*. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=tOIUFVBSq8k>.
- MAREA GRANATE (12.07.2017). *El milagro del retorno #CifrasINExactas 2016*. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=rEMZiJt9uqg>.
- MAREA GRANATE (01.06.2013). *Marea Granate Rio de Janeiro - Rio De Janeiro Video*. [Archivo de Video]. Recuperado de: <https://riodejaneiroinformer.com/1596/marea-granate-rio-de-janeiro-rio-de-janeiro-video/>.
- MARTIN, D. (03.04.2016). «La web que ayuda a volver a los jóvenes expatriados a España», *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/f5/2016/04/03/56ec2739ca474182148b45bc.html>.
- MARTÍN-BARBERO, J. (2004). *Oficio de cartógrafo - Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Loyola.
- MARTÍNEZ, M. J. (2017). «Prácticas mediáticas y movimientos sociales: El activismo transnacional de Marea Granate». *Comunicación, Igualdad y Desarrollo*, 7(3), 31-50.
- «La mejora económica de España impulsa el retorno de los trabajadores españoles: Hays revela una reducción de la disposición a la movilidad geográfica por motivos laborales» (26.07.2017). *Equiposytalento.com*. Recuperado de: <http://www.equiposytalento.com/noticias/2017/07/26/la-mejora-economica-de-espana-impulsa-el-retorno-de-los-trabajadores-espanoles>.
- MONTEVIDEO, J. (2017). *Volvemos, pero no así*. Recuperado de: <http://mareagranate.org/2017/06/volvemos-no-asi/>.
- MUNERA, I. (14.12.2015). «Jóvenes, con estudios superiores y políticamente activos: Así es el perfil del emigrante español». *El mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/ecnomia/2015/12/11/566866ee46163f0e4d8b4618.html>.
- OIM (2015). *Dinámicas migratorias en América Latina y el Caribe (ALC), y entre ALC y la Unión Europea*. OIM: Bruselas. Recuperado de: http://estaticos.elmundo.es/documentos/2015/06/05/Dinamicas_Migratorias_2015.pdf.
- OLIVERA, M. N. (2014). «E-migración ¿Nuevos actores, espacios y políticas?». *ODISEA-Revista de Estudios Migratorios*, 1, 2-21.
- OLIVERA, M. N. (2015). «E- migrant: technological, geographical and social spaces: New actors and spaces for political participation?». *Comunicación & Sociedad*, 28, 91-108. doi: [http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.28\(2015\).2272](http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.28(2015).2272).

- OLIVERA, M. N., y COGO, D. (2017). «Transnational activism of young spanish emigrants and uses of ICT». En R. LUPPICINI y R. BAARDA (eds.), *Digital Media Integration for Participatory Democracy* (pp. 155-187). Hershey: IGI Global.
- OROZCO GÓMEZ, G. (2011a). «La condición comunicacional contemporánea: Desafíos Latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red». En N. JACKS (ed.), *Análisis de recepción en América Latina: Un recuerdo histórico con perspectivas al futuro* (pp. 377-405). Quito: CIESPAL.
- OROZCO GÓMEZ, G. (2011b) *Una coartada metodológica: abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México: Tintable.
- PABLO, O. DE y ZURITA, J. (06.08.2017). «El retorno del talento». *Magazine*. Recuperado de: <http://www.magazinedigital.com/historias/reportajes/retorno-talento>.
- PORTES, A. (2004). «Convergências teóricas e dados empíricos no estudo do transnacionalismo imigrante». *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 69, 73-93.
- RECKWITZ, A. (2002). «Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing». *European Journal of Social Theory*, 5(2), 245- 265.
- SANDOVAL, R., y GIL-GARCÍA, R. (2014). «Towards cyberactivism 2.0? Understanding the use of social media and other information technologies for political activism and social movements». *Government Information Quarterly*, 31(3), 365-378.
- SAYAD, A. (2000). «O Retorno: Elemento constitutivo da condição do imigrante». *Travessia: Revista do Migrante*, 13(NE), 7-32.
- SILVERSTONE, R. (2010). *La moral de los medios de comunicación: Sobre el nacimiento de la polis de los médios*. Buenos Aires: Amorrortu.
- VAN DIJK, T. A. (2005). *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa.
- VOLVEMOS (2017a). *Volvemos*. Recuperado de: <http://volvemos.org>.
- VOLVEMOS (2017b). «Quiénes somos». Recuperado de: <http://volvemos.org/quienes-somos>.

