



Investigación & Desarrollo

ISSN: 0121-3261

rinvydes@uninorte.edu.co

Universidad del Norte

Colombia

Mejía Ricci, Sandra; Mendoza Puccini, Ricardo; Amarís, María; Obregón, Rafael
Percepción social que tienen de sus connacionales los inmigrantes colombianos residentes en
kendall (Miami, USA)...

Investigación & Desarrollo, vol. 09, núm. 1, julio, 2001, pp. 464- 487

Universidad del Norte

Barranquilla, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26890106>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

**PERCEPCIÓN SOCIAL QUE TIENEN DE SUS
CONNACIONALES LOS INMIGRANTES COLOMBIANOS
RESIDENTES EN KENDALL (MIAMI, USA)
UNA INVESTIGACIÓN CON COLOMBIANOS QUE VEN
NOTICIEROS DE TELEVISIÓN DE LOS CANALES HISPANOS***
Sandra Mejía Ricci, Ricardo Mendoza Puccini,
María Amarís, Rafael Obregón

* LÍNEA DE INVESTIGACIÓN «DESARROLLO SOCIAL»,
ÉNFASIS EN IDENTIDADES SOCIALES.

SANDRA MEJÍA RICCI

PSICÓLOGA DE LA UNIVERSIDAD DEL NORTE.
(E-MAIL: spmejia@hotmail.com)

RICARDO MENDOZA PUCCINI

COMUNICADOR SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL NORTE.
(E-MAIL: rimendoz@hotmail.com)

MARÍA AMARÍS

PSICÓLOGA. MAGISTER EN DESARROLLO SOCIAL,
UNIVERSIDAD DEL NORTE. MATRICE DE SCIENCES
DE L'ÉDUCATION, UNIVERSIDAD PARIS XII VAL DE MARNE.
(E-MAIL: mamaris@uninorte.edu.co)

RAFAEL OBREGÓN

PH.D. PROGRAMA INTERDISCIPLINARIO DE COMUNICACIÓN
MASIVA, ÉNFASIS EN COMUNICACIÓN INTERNACIONAL,
PENSILVANIA STATE UNIVERSITY. MIEMBRO DEL GRUPO
DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN DE LA
UNIVERSIDAD DEL NORTE.
(E-MAIL: robregon@uninorte.edu.co)

RESUMEN

Esta investigación es un estudio descriptivo acerca de la percepción social que tienen de sus connacionales los inmigrantes colombianos residentes en Kendall (Miami) que ven noticieros de televisión de los canales hispanos.

Para el logro de los objetivos planteados en la investigación se diseñó el «Cuestionario de Percepción Social para inmigrantes colombianos», bajo los lineamientos de la teoría de Percepción Social en relación con el Reconocimiento de Emociones, la Formación de impresiones y las Atribuciones Causales que lleva a cabo el individuo en el desarrollo de su proceso perceptivo.

Los resultados obtenidos muestran que, en términos generales, la Percepción Social que tiene el inmigrante colombiano sobre sus connacionales, luego de ver los noticieros de televisión de los canales hispanos, es Negativa; y se destaca la visión del colombiano como una persona «triste», «nerviosa» y «temerosa», lo cual se proyecta (según los inmigrantes) en sus rostros, gestos y movimientos corporales, que son generalmente de dolor, ansiedad e inseguridad.

PALABRAS CLAVES: Percepción social, inmigrantes colombianos.

ABSTRACT

This research is a descriptive study about the social perception of their fellow-nationals among Colombian immigrants living in Kendall (Miami) and who watch television news from Hispanic channels.

To achieve the proposed objectives, the «Questionnaire of Social Perception for Colombian immigrants» was designed under the scope of the Social Perception Theory in relation with Emotions Acknowledgement, Impressions Formation and the Causal Attributions undertaken by the individual during the development of the perceptive process.

In general terms, the results obtained show that after watching the tv news from Hispanic channels, the Colombian immigrants have a negative Social Perception of his/her fellow – nationals. They highlight the vision of Colombians as «sad», «nervous» and «scared» people. This is projected (according to immigrants' opinion) on their faces, gestures and body movements which are generally those of pain, anxiety and lack of security.

KEY WORDS: *Social perception, Colombian immigrants.*

1. CONCEPTUALIZACIÓN

En el hombre, «la percepción social es el proceso o procesos a través de los cuales pretendemos conocer y comprender a otras personas».¹

Los sistemas perceptivos no pueden ser explicados únicamente en términos de operaciones fisiológicas, debido a que en cada individuo existe un sinnúmero de señales internas que controlan las actividades fisiológicas, aunque nuestra conciencia sea ajena a ellas, y que median directamente sobre las distintas percepciones que realiza el individuo a lo largo de su vida.

Por esto es de gran importancia conocer que la percepción: «Implica no sólo la relación con objetos y eventos alejados físicamente, sino también sus estados internos y su actividad autoinducida».²

De igual manera, al hablar de la «percepción social que de sus connacionales tienen los inmigrantes que ven las noticias», es importante tener en cuenta el resultado de dicha percepción a través de: 1. *Reconocimiento de Emociones*: intenta conocer los sentimientos, emociones y estado de ánimo de las personas, todo mediante el diagnóstico que de éstas realiza el individuo., 2. *Formación de Impresiones*: «proceso mediante el cual se infieren características psicológicas a partir de la conducta»³, y 3. *Atribuciones Causales*: «proceso a través del cual se busca identificar las causas de la conducta de los demás, y así conocer sus disposiciones y tendencias estables»⁴. Elementos que de forma directa o indirecta permiten al individuo crearse una idea de sus coterráneos.

En este orden de ideas, en la percepción social que se forman de sus connacionales dichos colombianos que ven los noticieros de televisión de los canales hispanos, no se dejó de lado todo el bagaje perceptivo que hace parte de la vida del individuo y que directa o indirectamente media en la forma como se autopercibe en la relación con su ambiente

¹ BARON, Robert. *Psicología Social*. 8ª ed. España, Prentice-Hall, 1998, p.40.

² DAY, R. H. *Psicología de la Percepción humana*. México, Lemusa-Wiley, 1981, p. 17.

³ MOYA, Miguel. *Psicología social y trabajo social*. España, McGraw-Hill, 1998, p.76.

⁴ BARON, *op. cit.*, p.53.

o contexto cultural y en su capacidad de transmisión a las personas con las cuales interactúa y viceversa.

Al ser catalogada entonces la percepción social como base del conocimiento, se debe tener en cuenta el impacto que ésta ejerce sobre cualquier otro tipo de procesos que se generan en la vida del individuo.

En lo referente a la socialización que tenga el individuo dentro de sus procesos perceptivos, es importante aclarar que el «irse» de su país, en la mayoría de los casos implica para el inmigrante un proceso muy doloroso, en el cual se ven alterados sus esquemas sociales y se ve en la obligación de acoplarse a la nueva cultura; ya que como ser netamente social necesita de este nexo para desarrollarse y enfrentar mucho mejor su nueva situación como extranjero en otro país.

Además del nexo con otros individuos, en el inmigrante se presentan otras variables que de igual forma hacen parte del proceso perceptivo, como es el caso de los medios de comunicación.

Albert Bandura, con su aporte teórico del aprendizaje observacional, deja claro que en el medio ambiente existen diversos modelos sociales que transmiten y modifican las conductas humanas a través de la observación.⁵

De esta manera, se evidencia que las conductas del hombre pueden estar mediadas por informaciones o señales adquiridas a través de diferentes «canales». En este orden de ideas, los medios de comunicación se convierten en un canal de emisión de información de gran importancia para el inmigrante.

Según Joseph A. Devito, la comunicación de masas puede ser definida como: «*Comunicación dirigida a una audiencia extremadamente amplia, mediada por canales audio y/o visuales y precedida por controladores antes de su emisión*».⁶ En la actualidad, los medios de comunicación «*se han convertido en una fuente dominante de definiciones e imágenes de la realidad social para los individuos, pero también colectivamente para grupos y sociedades; expresan valores y juicios normativos inextricablemente mezclados con las noticias y los entretenimientos*».⁷

⁵ BANDURA, Albert. *Pensamiento y Acción. Fundamentos Sociales*. Barcelona, Martínez Roca, 1987, p. 107.

⁶ DEVITO, Joseph A. *Human Communication: The Basic Course*. USA, Alfa Row, 1990, p. 37.

⁷ McQUAIL, Denis. *Introducción a la teoría de la Comunicación de Masas*. España, Paidós Ibérica, 1991, p. 22.

Es por esto que se seleccionó como aspecto clave dentro del proceso de percepción social del individuo a los noticieros de televisión transmitidos por los canales hispanos en la ciudad de Miami; específicamente el «Noticiero Univisión», que es considerado el *«programa de noticias más sintonizado de la televisión hispana en los estados unidos»*⁸, y el «Noticiero Telemundo» (Channel 51), que *«se encuentra ubicado en el segundo lugar de sintonía entre la población hispana»*.⁹

Entre los medios masivos, la investigación se enfocó hacia la televisión, ya que *«la información audiovisual integra la información auditiva, en la que prevalece como materia del significante, la palabra dicha con el complemento de otros sonidos capaces de recrear el referente real al registro de las imágenes con sus propios sonidos sincrónicos enriqueciendo, de este modo, el llamado efecto de realidad de la imagen televisiva»*.¹⁰

De esta forma, la televisión se constituye para el inmigrante en el único contacto visual «en tiempo real» que tienen con su país de origen (a diferencia de las fotografías —inmóviles— que les ofrece la prensa), sin necesidad de desplazarse.

Y nada de lo anterior es falso. En los últimos años, la singular simbiosis de latinoamericanos que han llegado al estado de la Florida han iniciado una muy rápida revolución en los medios de comunicación, lo que ha permitido el desarrollo de grandes imperios de prensa, radio y televisión, que tienen cubrimiento bilingüe o que se dedican a ejercer su oficio exclusivamente en idioma español; que han convertido a Miami en su centro de operaciones para Estados Unidos y Latinoamérica.

En estos momentos, la Florida y, por consiguiente, la ciudad de Miami, *«se encuentra ubicada como el tercer mercado hispano más grande de los Estados Unidos»*.¹¹

Cabe anotar que actualmente *«un estimado del 85% de hogares latinos en los Estados Unidos tienen acceso a los canales hispanos de televisión»*¹²;

⁸ UNIVISIÓN, Noticias (vía Internet) <http://www.univision.com/>

⁹ «TELEMUNDO», Noticiero 51 (vía Internet) <http://www.Telemundo.com/>

¹⁰ BARROSO, Jaime. *Procesos de la Información de actualidad en Televisión*. Instituto Oficial de Radio y Televisión, Radiotelevisión española. España, 1992, p. 23.

¹¹ CLARITAS; «1998 & Simmons Hispanic Study», 1998 (vía Internet) <http://www.Telemundo.com/facts.asp?lang=1/>

¹² TELEMUNDO Network Group LLC, Perfil (vía Internet) <http://www.wscv.com/>

y dado que éste es un medio masivo que ofrece inmediatez, lo convierte en el canal ideal para que aquellas personas con poca disponibilidad de tiempo obtengan la información noticiosa.

Igualmente, esta investigación utilizó como facilitador de enlace entre los procesos perceptivos del individuo y la comunicación de masas la teoría de «Agenda Setting» del Dr. Maxwell McCombs, la cual plantea que *«los medios fijan la pauta de los temas relevantes y que además jugarían un papel clave en fijar qué y cómo pensar acerca de esos temas, mediante la comunicación de atributos jerarquizados»*.¹³

Esta teoría permite inferir la existencia o no de cambios en la percepción social que tengan los individuos seleccionados.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Describir la percepción social que de sus connacionales tienen los inmigrantes colombianos residentes en Kendall que ven noticieros de televisión de los canales hispanos.

- Describir el Reconocimiento de Emociones que de sus connacionales realizan los inmigrantes colombianos residentes en Kendall que ven noticieros de televisión de los canales hispanos.
- Describir la Formación de Impresiones que de sus connacionales realizan los inmigrantes colombianos residentes en Kendall que ven noticieros de televisión de los canales hispanos.
- Describir las Atribuciones Causales que de sus connacionales realizan los inmigrantes colombianos residentes en Kendall que ven noticieros de televisión de los canales hispanos.
- Establecer una comparación en la percepción social que tienen de sus connacionales los inmigrantes colombianos residentes en Kendall que ven noticieros de televisión de los canales

¹³ McCOMBS, Maxwell y SHAW, Donald. «The Agenda-Setting Functions of the Mass Media». Ed. *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, 1972, p. 176-187.

hispanos en lo referente al motivo de inmigración y la agenda que planteen los medios.

3. DEFINICIÓN DE VARIABLES

VARIABLES DE ESTUDIO: La percepción social que tienen de sus connacionales los inmigrantes colombianos residentes en Kendall que ven noticieros de televisión de los canales hispanos.

PERCEPCIÓN SOCIAL: «*Es el proceso o procesos a través de los cuales pretendemos conocer y comprender a otras personas*». ¹⁴

Las variables controladas en esta investigación fueron: Edad (de 20 años en adelante), Años de Residencia en el Extranjero (mínimo 5 años de vivir en Estados Unidos) y Que vean Noticieros de Televisión de los Canales Hispanos («Univisión» y/o «Telemundo»). Dentro de las variables no controladas están: el Motivo de Inmigración y la Agenda de los Medios.

El diseño de investigación de este estudio es el descriptivo, se trabajó con individuos colombianos residentes en la ciudad de Miami, en el área de Kendall (lugar de mayor concentración de residentes de la colonia colombiana); con un mínimo de 5 años de estar viviendo en dicha ciudad, con 20 años o más, y todos televidentes de los noticieros de los canales hispanos (150 inmigrantes).

Para la selección de la muestra se utilizó la técnica de muestreo aleatorio (al azar).

Para la recolección de los datos de este estudio se diseñó el «Cuestionario de Percepción Social para inmigrantes colombianos», el cual se realizó bajo los lineamientos de la teoría de Percepción Social en relación con el Reconocimiento de Emociones, la Formación de impresiones y las Atribuciones Causales que lleva a cabo el individuo en el desarrollo de su percepción social, teniendo en cuenta que vean los noticieros de televisión de los canales hispanos.

De la misma manera, se diseñó la «Ficha de Codificación» con el fin de facilitar el desarrollo del análisis de la investigación, la cual arrojó información más objetiva que permitió conocer la agenda establecida

¹⁴ BARON, Robert. *Psicología Social*. 8ª ed. Prentice-Hall, 1998, p.40.

por los noticieros «Univisión» y «Telemundo» en lo referente a las noticias sobre Colombia.

4. RESULTADOS

Una vez culminado todo el análisis de la información obtenida se puede establecer que se obtiene una percepción general negativa, en cuanto que predominan, en lo referente a la percepción social que tiene el inmigrante colombiano respecto a sus connacionales, los calificativos de «tristes», «desanimados», «ansiosos», «temerosos» o «nerviosos». Tales calificativos coexisten con algunos aspectos positivos: «cultos», «amables», «afectuosos», «extrovertidos» y «pacíficos», pero se resalta que existen diferencias porcentuales mínimas entre quienes los perciben como «violentos» y quienes los perciben como «pacíficos». No obstante, las apreciaciones anteriores no resultan contradictorias ni demeritan el uso del instrumento utilizado, por cuanto las aparentes contradicciones se explican por la circunstancia de que las evaluaciones positivas tienen su origen principalmente en que los encuestados se identifican con el grupo objeto de análisis y comparan su percepción con la imagen que tienen de los mismos o bien del grupo de colombianos con quienes interactúan en el exilio.

En ese orden de ideas, los calificativos positivos tienen relación más con esa identificación personal y de su grupo actual, así como del grupo familiar que recuerdan (no debe olvidarse que la nostalgia tiende a mitificar su situación previa al exilio, de tal forma que siempre añorará su vida pasada en su país de origen, no obstante el acúmulo de circunstancias adversas que obligan al exilio) que con la percepción real que adquieren de los noticieros. Por otra parte, otra circunstancia tiene que ver con la división clara de los personajes colombianos que observan en las noticias; uno de ellos es el «dirigente», normalmente una persona culta, de ademanes afables, excelente uso del castellano, de buena presencia, que estimula sus sentimientos de orgullo patrio, y por la otra, grandes grupos de campesinos o personas de bajo nivel educativo, pero de gran honestidad, que aparecen como víctimas de una situación de horror con muy pocos antecedentes en nuestra historia reciente. Tales masas de desplazados tampoco producen aversión, sino que, por el contrario, despiertan su solidaridad. Un tercer grupo, que

es el señalado como determinante de todos los adjetivos de carácter negativo, es el de aquellos actores armados del conflicto que aparecen como victimarios de todos los anteriores y a quienes claramente percibe como una minoría que causa toda la situación de violencia. En ellos claramente identifica a los delincuentes comunes, a la guerrilla y a los paramilitares.

Ahora bien, las percepciones obtenidas no provienen estrictamente de las noticias, las cuales eventualmente pueden reflejar la opinión de quien las prepara, sino que son producto de la observación de imágenes, en las cuales los gestos y actitudes son los que forman las impresiones. En este sentido, resultan más impactantes las imágenes que los mismos textos noticiosos, y por ello el resultado de la percepción será diferente en cuanto se varíe el medio estudiado. Es probable que los textos de las noticias resulten muy similares, debido a que son el producto de los resúmenes de las distintas agencias noticiosas, pero en la televisión los textos de las noticias van acompañadas de imágenes que forman un tipo de percepción con mayor incidencia, pues el sujeto reconoce a personas como él, de su misma extracción social, en lugares que le resultan familiares y queridos y sobre los cuales, en muchos casos, identifica su propia situación. El observador colombiano saca conclusiones distintas de las noticias que ve de su propio país, pues identifica gestos, rostros, ademanes con algunos que le son comunes. Las expresiones típicas de cada región del país le producen nuevas sensaciones de identificación que no se producen en los observadores de otros países o de personas que no tienen o no han tenido ningún tipo de contacto con nuestra realidad nacional.

Debe tenerse en cuenta también que los inmigrantes constituyen una subcultura en la que también conviven elementos de la cultura de su propia región de origen con múltiples elementos de culturas afines y con la cultura del país de residencia, en este caso Estados Unidos de América. Así, las afinidades de algunos grupos étnicos o geográficos, de zonas cercanas a su lugar de origen, producen una amalgama cultural definitivamente distinta de la original. Por ejemplo, las afinidades de la región de la Costa Norte con los demás inmigrantes de origen caribe, tales como cubanos o portorriqueños. Ello unido a la exacerbación del orgullo patrio, que le permite, entre otras cosas, identificarse más plenamente en el extranjero con personas de otras regiones del país con

las que no se siente afín mientras vive en él, producen una situación especial que influye en forma notoria en la manera como le afectan las noticias registradas. La circunstancia de no formar parte del «estado de cosas» del país, le permite apartarse de la permanente insensibilización a que nos somete a los residentes en Colombia la permanente repetición de hechos violentos, de fraudes y nuevas formas de delincuencia que constituyen gran parte del material gráfico que observamos en las noticias.

Otro aspecto importante de destacar es que la naturaleza misma de la situación que se proyecta resulta también sui géneris, debido a que pocas veces la humanidad se ha visto enfrentada a situaciones semejantes de barbarie como las que a diario aparecen en el discurrir de nuestra guerra no declarada. En tal sentido, es conveniente señalar que el inmigrante no está sujeto al proceso de insensibilización a que nos somete la realidad diaria, y por ello, las noticias que recibe de su lugar de origen, aun cuando no constituyen la columna vertebral del espacio noticioso, sí representan para él un impacto superior al que recibe el colombiano residente en su propio país. Es decir, mientras que en Colombia las noticias relacionadas con la situación de violencia constituyen un lugar común y las noticias internacionales se miran en segundo plano y como ocurridas muy lejos, para el colombiano residente en el exterior la situación se desarrolla en forma inversa, es decir, la noticia colombiana, si bien reviste un especial interés para él por su condición de colombiano, no forma parte de su diario vivir, pues éste ha sido reemplazado por lo cotidiano de su nuevo lugar de residencia, de cuyo entorno social aspira a formar parte, si no es que ya lo hace.

Debe pues tenerse en cuenta también esta especial sensibilización del inmigrante, la cual está influida por la circunstancia de que quien prepara la noticia la interpreta y la lee tampoco es colombiano, y por supuesto, al no sentirse parte del problema lo analiza de forma distinta.

De todo lo anterior se concluye que el resultado del análisis de las encuestas realizadas y el proceso investigativo cumplido determinan con suficiente exactitud la percepción que el grupo de inmigrantes colombianos sometido a estudio obtiene de sus connacionales como resultado de la observación de los noticieros hispanos de televisión que se presentan en el área de su residencia, y que ellos contribuyen en forma decisiva a formar la imagen que tienen de los colombianos y de

sí mismos en el entorno social en el que interactúan como inmigrantes.

Por otro lado, se puede determinar que no existen diferencias significativas entre la percepción de aquellos que emigraron por motivos socio - políticos, económico - laborales y los que lo hicieron por ambas razones.

En este punto es importante detenerse a examinar las características de cada uno de estos grupos de inmigrantes. En el grupo que determinó abandonar el país por motivos socio - políticos se encuentran todas aquellas personas que fueron víctimas de la acción bien sea de los grupos armados al margen de la ley (guerrilla, autodefensas, delincuencia común) o del mismo gobierno. Por otra parte, están aquellos que se fueron del país por motivos económico - laborales, entre los que se encuentran quienes emigraron en busca de mejores oportunidades de empleo, de estudios o de elevar su nivel de vida, entre otras opciones.

Con relación a estos dos grupos se puede decir que al no presentarse diferencias significativas, su proceso de Percepción Social es similar, ya sea por uno u otro motivo de exilio, y se destacan por igual aquellos adjetivos que dentro del cuestionario hacen referencia al Reconocimiento de Emociones, la Formación de Impresiones y las Atribuciones Causales; las cuales llevan al inmigrante a desarrollar su percepción general como negativa, es decir, observan a sus connacionales como personas «tristes», «temerosas», «inseguras» y «nerviosas», entre otros adjetivos que utilizan para describirlos. Así mismo, atribuyen las causas de esta percepción, principalmente, a la situación social por la que atraviesa Colombia, a la organización política del gobierno y a la economía del país.

Se destaca que los inmigrantes que se fueron del país por motivos económico - laborales atribuyen su percepción a la economía del país en mayor porcentaje que los que se fueron por otros motivos, lo cual reafirma el móvil principal de su exilio.

Cabe resaltar también que al momento de revisar la información relacionada con la manera como percibe el inmigrante a sus connacionales, luego de ver noticias sobre Colombia, específicamente en cuanto a los adjetivos de «violentos» o «pacíficos», se encontró que quienes abandonaron el país por motivos socio - políticos los perciben como «pacíficos»; hecho que puede relacionarse, como ya se dijo, con

la identificación que siente el inmigrante al estar evaluando a sus connacionales. Por otro lado, aquellas personas que se fueron por motivos económico - laborales seleccionaron el adjetivo «violentos», lo cual se explica con la ya antes mencionada sensibilidad a la que nos somete el hecho de «presenciar» los sucesos del diario acontecer colombiano gracias a los medios de comunicación como la televisión.

En suma, el hecho de que existan diferentes razones por las cuales el inmigrante colombiano decide alejarse de nuestro país no influye sobre la percepción que éste se haga de sus connacionales, debido a que luego de observar a los medios de comunicación mostrando de manera objetiva la realidad social colombiana, la idea que predomina en su mente estará encaminada hacia la visión general que dichos medios se encuentran transmitiendo; y aunque perciba de sus connacionales diferentes expresiones afines a él, no desconoce la realidad de los hechos que vivencia el colombiano dentro de su país.

De igual manera, en lo referente a la comparación con la Agenda de los Medios, la percepción social de los inmigrantes no presenta diferencias, pues sus repuestas se encuentran ubicadas hacia el lado negativo de la escala, lo que nos lleva a concluir que, al igual que en la comparación según su motivo de inmigración, su percepción es también negativa.

Continúan sobresaliendo aquellos adjetivos que califican a sus connacionales como personas «tristes», «desanimadas», «víctimas», «inseguras», entre otras cualidades negativas, y además siguen destacándose aquellos con los que se les percibe como «honestos», «sensibles» y «afectuosos». Atribuyen como causas de dicha percepción a la situación del país, a la economía y la política, de la misma forma que lo han hecho a lo largo del análisis de su proceso de percepción social; todo esto sin importar, como ya se dijo, el hecho de que perciban a sus connacionales por medio de las noticias emitidas por los noticieros «Univisión» o «Telemundo».

Además, al interior de los distintos ítems que componen el cuestionario se encuentran, en particular, algunas diferencias porcentuales con la cuales se muestra claramente la influencia que ejercen los noticieros de televisión de los canales hispanos sobre la percepción, debido, entre otras cosas, a la forma como éstos muestran las noticias sobre Colombia. Esto se confirma con lo planteado por

Maxwell McCombs en su artículo «Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo», cuando asegura que «*los medios informativos no sólo determinan en gran manera nuestra concienciación sobre el mundo en general por medio de su entrega de elementos primordiales para elaborar nuestras propias imágenes del mundo sino que también influyen sobre la prominencia de los elementos de esa imagen*».¹⁵

En este orden de ideas se puede resaltar, entre las diferencias existentes, que los inmigrantes que observan el noticiero «Univisión» perciben a sus connacionales más violentos y atribuyen más su percepción al nivel educativo y a los mismos colombianos que aquellos inmigrantes que ven el noticiero «Telemundo», los cuales, aunque han desarrollado su percepción en el mismo lado de la escala que seleccionaron los perceptores de «Univisión», muestran índices porcentuales menores frente a dichos adjetivos; pero resaltan otros, como el percibir a sus connacionales más tristes que los que ven el otro noticiero objeto de estudio.

En lo relacionado con las Atribuciones Causales hechas por los inmigrantes que prefieren a «Telemundo» como medio televisivo para ver las noticias, éstos no atribuyen como causa predominante de su percepción negativa a «los mismos connacionales»; hecho que difiere de la selección realizada por quienes observan «Univisión». Todas estas diferencias porcentuales, existentes entre las personas que ven ambos noticieros, pueden originarse debido a la forma como cada uno de ellos organice y estructure su información, al igual que la duración, el apoyo visual, las fuentes y la presentación de sus noticias. En este caso, luego de observar las emisiones de ambos noticieros, se encuentra que «Telemundo» basa sus noticias sobre Colombia en notas que en su mayoría son proporcionadas por el canal privado «RCN», a diferencia de «Univisión», que cuenta con corresponsales que en gran parte de los casos construyen y editan las noticias especialmente para su noticiero. Es decir, no se apoyan en reportajes ya creados por otros canales noticiosos. Esto nos lleva a confirmar la existencia de una marcada

¹⁵ McCOMBS, Maxwell. «Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo». En: BRYANT, Jennings y ZILLMAN, Dolf. *Los efectos de los medios de comunicación: Investigaciones y Teorías*. Madrid, Paidós Comunicación, 1996, p. 17.

influencia de los medios sobre las percepciones que se pueda crear el inmigrante; y a replantear, de paso, la forma como se está mostrando la realidad social a través de los medios informativos del país, ya que como lo dicen Lucas, García y Ruiz (1999), la agenda utilizada por los medios es en definitiva:

un proceso de distribución de información sobre los acontecimientos que ocurren en nuestro entorno, de forma que esta presentación de la información institucionalizada permite el establecimiento de las prioridades que orientan la opinión pública. Es más, los medios de comunicación, mediante la presentación de temas informativos, determinan la percepción de dichos temas y el establecimiento de su importancia.¹⁶

Todo lo anterior se confirma con los resultados obtenidos por medio de la ficha de codificación, elaborada con el fin de enriquecer cualitativamente este análisis, y que muestra claramente la Agenda que los noticieros «Univisión» y «Telemundo» están manejando en lo referente a noticias sobre Colombia. Al analizar dichos resultados se observa que, en orden jerárquico, los temas manejados por ambos noticieros son: Orden Público, Política, Culturales, Deportes, Sociales y Economía. Temas similares a los resultados de la percepción social que tienen los inmigrantes de sus connacionales.

De la misma manera, gracias a estos datos se puede observar que los noticieros de televisión de los canales hispanos están reflejando en sus noticias gran parte de las emociones que los inmigrantes reconocieron al diligenciar el Cuestionario de Percepción Social. En este aspecto se destacan emociones como Tristeza, Malestar, Temor y Desánimo, entre otras. Igualmente se presentan emociones «Positivas» como Alegría, Sensibilidad e Ilusión, aunque en menor grado.

De acuerdo con el estudio realizado por los codificadores, los noticieros «Univisión» y «Telemundo» están mostrando a los colombianos como personas tristes, desanimadas, víctimas de la situación del país (al mismo tiempo que muestran a otro gran sector

¹⁶ LUCAS, Antonio. *Sociología de la Comunicación*. Madrid, Trotta, 1999, p.247.

como victimarios) e inseguras; hecho que una vez más reafirma y coincide con la percepción de los inmigrantes residentes en Kendall que ven dichos noticieros.

En cuanto a las atribuciones que hicieron los inmigrantes, se realizó el ejercicio de cuestionar a los codificadores, para que de manera objetiva realizaran su atribución, y se encontró similitud en ambas; y ubicaron nuevamente como causa principal de la percepción a la situación del país.

Por otro lado, quedó registrado un alto porcentaje para la opción que atribuye a «los mismos colombianos» la causa de la percepción; la cual difiere de la registrada por los inmigrantes, que debido a la mencionada «identificación» y al «significado emotivo del estímulo» tratan de mostrar una imagen positiva del grupo del cual se sienten parte.

Con todos los argumentos expuestos y teniendo en cuenta que la «Agenda Setting» se define como «*la influencia de los medios de comunicación (especialmente la radio, la prensa y la televisión) sobre los sujetos, de modo que llegan a determinar lo que la audiencia percibe como importante e, incluso, sobre que deben pensar*»¹⁷, se puede decir que se comprobó la influencia de la Agenda de los medios (en este caso, la de los noticieros «Univisión» y «Telemundo») sobre la percepción de las personas, como lo planteó Maxwell McCombs en el desarrollo de su teoría. Ya que gracias a los resultados obtenidos por medio del Cuestionario de Percepción Social y de la Ficha de Codificación se observó que el inmigrante se encuentra percibiendo en sus connacionales adjetivos iguales a los mostrados por los medios, y que en el caso de Colombia reflejan la realidad social por la que atraviesa actualmente este país.

CONCLUSIONES

A partir del momento en el que se inició esta investigación se pretendió hacer una descripción acerca de la percepción social que tienen de sus connacionales los inmigrantes colombianos residentes en Kendall que ven noticieros de televisión de los canales hispanos. Lo anterior implicó

¹⁷ *Ibid.*, p. 247.

que se realizara un verdadero estudio y análisis de la información transmitida por el grupo estudiado, lo que permitió llegar a las siguientes conclusiones:

En términos generales, la Percepción Social que tiene el inmigrante colombiano sobre sus connacionales, luego de ver los noticieros de televisión de los canales hispanos, es Negativa; y se destaca la visión del colombiano como una persona «triste», «nerviosa», «desanimada», «temerosa», entre otros calificativos negativos, lo cual se proyecta (según los inmigrantes) en sus rostros, gestos y movimientos corporales, que son generalmente de malestar, ansiedad e inseguridad. De la misma manera, el colombiano residente en Kendall resalta algunos aspectos positivos que pueden ubicarse dentro de los rasgos de personalidad de su connacional: «extrovertido», «honesto», «culto» y «amable», en los cuales se observa una posible identificación con el grupo al que están evaluando.

De igual forma, es importante tener en cuenta que el inmigrante colombiano no está captando de sus connacionales hechos exclusivamente informativos sino mensajes llenos de sentido que le permiten conocer y entender a otras personas y el contexto en el cual se desenvuelven.

En las sociedades contemporáneas es cada vez mayor la importancia de los medios masivos, y en particular de la televisión. Esta influye sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea. Esto no es ajeno al grupo de inmigrantes colombianos que residen en este caso en Kendall, los cuales continuamente reciben, a través de las noticias sobre su país, imágenes que los ubican dentro de la difícil y violenta realidad social por la cual atraviesa Colombia, y que presenta como principales actores a sus connacionales. Es por medio de estos últimos que el inmigrante colombiano forma su percepción, y en relación con lo mostrado por los medios (televisión), dichas imágenes se constituyen en apoyo y enriquecen su procesamiento de la información adquirida.

Actualmente los medios contribuyen en la construcción de la realidad; son ellos quienes deciden y dictan modas, consumos, modelos de vida. Establecen qué es lo correcto y qué es lo incorrecto, y deciden cuáles son los hechos importantes y trascendentes del mundo.

En esta investigación se puede concluir también que, de acuerdo con los resultados obtenidos, se cumple la teoría de «Agenda Setting» propuesta por Maxwell McCombs. Debido a que sus planteamientos teóricos hacen referencia a que los medios influyen en la forma de pensar de las personas, y gracias a la comparación realizada entre los resultados del Cuestionario de Percepción Social y de la Ficha de Codificación, se observó que el inmigrante se encuentra percibiendo en sus connacionales adjetivos iguales a los mostrados por los medios. De la misma manera, dichos inmigrantes se encuentran atribuyendo como causa de su percepción, principalmente, a la situación del país, a la política y la economía; de la misma forma que se encuentran expuestos dentro la agenda que manejan los medios de comunicación (en este caso, por los noticieros «Univisión» y «Telemundo»).

Por otro lado, se pudo determinar que el motivo de inmigración no marcó diferencias significativas en cuanto a los resultados de las percepciones, es decir, que las personas que dejaron Colombia por razones socio-políticas piensan lo mismo de sus connacionales que aquellas que se fueron por motivos económico - laborales, y se destaca que estos últimos hacen mayor énfasis en la situación económica del país (hecho que concuerda con la razón de su exilio).

Además de lo expresado, la investigación plantea una serie de elementos que pueden ser objeto de estudio, para efectos de examinar la influencia de los medios de comunicación en grupos de inmigrantes colombianos, cambiando algunas variables relacionadas con el entorno en que se desenvuelven, la situación geográfica del sitio donde viven y su relación con Colombia, entre otras.

Así, por ejemplo, si se realiza este estudio en otra ciudad americana que no tenga una influencia latinoamericana tan evidente como Miami, e incluso si el estudio se realiza en otra área del sur de la Florida donde el inmigrante se integre más a la cultura americana y desarrolle otro tipo de relación con su comunidad de origen, se podría producir otro tipo de resultados. También podría arrojar resultados diferentes el estudio en personas que tengan un mayor consumo de medios angloparlantes.

Ahora bien, la medición de tales resultados, analizada desde el punto de vista de la variable que se modifique, podrá determinar la influencia que ésta tenga sobre la percepción que el colombiano

desarrolle de sus connacionales y de cómo éstas modifican también el comportamiento del inmigrante.

Debe advertirse que el nuevo entorno social en que se desarrolla la vida del inmigrante tiene sobre él una gran influencia, y de la misma manera, el comportamiento social de los ciudadanos del país donde vive el inmigrante determinará también cuál es el comportamiento de los medios de comunicación ante una situación como la colombiana.

El área estudiada tiene una serie de características especiales que bien vale la pena mencionar, para efectos de que nuevas investigaciones sobre el tema analicen su incidencia en la apreciación que los colombianos adquieren de sus connacionales a partir de la información que obtienen de los noticieros de televisión.

Por ejemplo, el área de Kendall está notoriamente influida por la opinión de poderosos grupos de latinoamericanos que han huido de sus propios países por situaciones de violencia política que los afectan de una u otra manera. La influencia de cubanos, salvadoreños, guatemaltecos, entre otros, podría resultar, en cierta forma, determinante de la percepción que los propios inmigrantes tienen de la realidad de cada país latinoamericano.

Otro aspecto importante es el resultado del estereotipo que se ha hecho del colombiano en Estados Unidos por efecto del tráfico de droga y de la forma como el gobierno americano ha enfrentado el problema. De alguna manera, los noticieros americanos reciben esta influencia, y podrían estar presentando gran parte de esa «sobregeneralización» que se tiene del país.

De otra parte, el tipo de noticiero que ha desarrollado la televisión americana hispano parlante es de carácter sensacionalista, y por ello a las noticias sobre la violencia colombiana se les da un tratamiento especial. Si se compara la información que estos noticieros muestran sobre la situación de Colombia con la de otros sitios de conflicto permanente, tales como el Medio Oriente o los Balcanes, se notará un cubrimiento más permanente y crítico de la situación colombiana. De igual forma, al analizar los actos de terrorismo en Colombia frente a otros que se han producido en el pasado (los del Ejército Republicano Irlandés, la ETA o las Brigadas Rojas italianas), se entenderá que las situaciones que se presentan en Colombia, si bien inhumanas o claramente bestiales, no se diferencian de las que en su época

protagonizaron tales organizaciones terroristas, hoy desaparecidas o reducidas en su peligrosidad.

Es cierto, además, que Estados Unidos no ha estado sometido, por lo menos durante el siglo XX, a situaciones de terrorismo o guerra civil, por lo cual noticias como las que se comentan causan un mayor impacto que el que podría producirse, por ejemplo, en Europa, donde aún quedan abiertas las heridas de la Guerra Mundial, de la Guerra Civil Española o de los actos terroristas más recientes.

La influencia política y económica del denominado «exilio cubano» es evidente en la Florida, tal como se demostró recientemente con el caso del niño Elián González, y aun cuando el hecho demostró también que el americano medio ya no simpatiza con la obcecada oposición al régimen cubano, es bien cierto que la influencia de este grupo social entre los ciudadanos de origen hispano y en los medios de comunicación sigue siendo importante. Así, los medios de comunicación hispanoparlantes, controlados por grupos económicos cubanos y mexicanos principalmente, tienen una marcada tendencia política que incide en el tratamiento que se les da a las noticias y, por ende, en la forma como las percibe el individuo (en este caso, el inmigrante colombiano). Todo ello influido además por el velado reclamo que el «exilio cubano» formula a los países latinoamericanos que mantienen algún tipo de relación comercial, diplomática o política con el régimen de la Isla.

Es posible que en otros países del mundo, con menores relaciones y lazos de carácter económico, cultural o histórico con nuestro país, el cubrimiento de los medios de comunicación sea de otra índole, por cuanto al público que recibe la noticia ésta le resulta menos importante. Así mismo, el colombiano que vive en un país de estas características se aleja más de su núcleo, de los problemas de su país y se integra más a la sociedad en que vive. Por tales razones, resulta evidente que la percepción que el colombiano recibe de su país a través de los medios de comunicación depende también, en cierta medida, de la percepción que tiene el propio redactor de la noticia. Finalmente, los reporteros que cubren en Colombia este tipo de noticia para los medios extranjeros producen esquemas de redacción diferentes, dependiendo del medio en el cual van a ser consumidos, y para tal efecto producen esquemas diferentes dependiendo de su «mercado» (el receptor de la noticia) y lo

sirven de la manera que más agrade a éste, sin perder por ello la objetividad de la noticia, o por lo menos tratando de que el cumplimiento de ese cometido de carácter comercial no incida en la objetividad de la noticia.

Igualmente, la publicación de esta investigación produce efectos en los individuos que se encuentran dentro de las características del grupo estudiado. Tales efectos podrían consistir, entre otros, en:

Llegar a ejercer presión sobre sus familiares residentes en Colombia para que, al igual que ellos, decidan partir hacia el exterior, lo cual incrementa las elevadas cifras existentes y el éxodo masivo de colombianos hacia el extranjero. No volver a visitar su país de origen. El deterioro de las relaciones comerciales y económicas entre Estados Unidos y Colombia. El distanciamiento de las amistades y del núcleo familiar que se encuentra dentro del país. Estos y otros muchos efectos son los que se encuentran mediando en las mentes de los inmigrantes colombianos y que día a día intervienen sus procesos básicos de cognición y procesamiento de información, los cuales interactúan constantemente con sus actividades y las relaciones interpersonales que mantienen tanto con las personas que habitan en su lugar de inmigración como con aquellas que se encuentran en su país de origen, las cuales les permiten crecer tanto en el ámbito individual como social.

Por último, basados en las teorías desarrolladas y en los resultados obtenidos en este estudio, se propone incluir a la influencia de los medios como uno de los elementos que conforman la percepción social. Para ello tenemos en cuenta la permanente presencia que los medios masivos de información tienen en la conformación de las nuevas sociedades, con sus propios tejidos y estereotipos, y con su consecuente influencia (buscada o no) en los procesos de percepción existentes.

El reconocimiento de emociones, la formación de impresiones y las atribuciones causales son ahora comprometidas por la influencia que ejerce en el individuo la presentación de la realidad mediatizada. Como anota Baudrillard en *El Crimen Perfecto*¹⁸, la realidad como tal ha muerto para dar paso a una ilusión de realidad, sobre la que cae el riesgo de no tener mayor injerencia. Aunque este enunciado más que

¹⁸ BAUDRILLARD, Jean. *El Crimen Perfecto*. Barcelona, Anagrama, 1997.

afirmar pretende suscitar una discusión que se escaparía de los alcances de este trabajo, se puede tomar como base para sustentar que los medios, por su manejo de lo «real», se han convertido en un componente fundamental en el entendimiento que de lo social hay que asumir en los nuevos tiempos.

Si nos referimos a la televisión, medio analizado en este caso, proyecciones hechas desde la BBC* arrojaban que para el año 2005 habría mil millones de receptores en todo el mundo, y que el promedio de permanencia de una persona ante el aparato era de 90 minutos diarios. Este hecho, de imborrable influencia, incluye el estudio de la semiótica medio - audiovisual contemplada en la presentación de la información. El tiempo ante cámara, el encuadre, la música o efectos de sonido empleados, los movimientos, ángulos y filtros de cámara presentes son parte de la nueva « morfología » de los mensajes que el individuo recibe y que influye en su percepción del mundo. A estos aspectos técnicos, propios de las ciencias de la comunicación, debemos agregarles los efectos psicológicos que se producen por la inmediatez, ubicuidad, impacto y permanencia del, parafraseando a McLuhan, mensaje hecho medio.

Los medios en sí, entonces, tienen sus propias «maneras» de contar historias; y esas «maneras» generan percepciones propias, que han sido objeto de numerosos estudios y libros de texto. La propuesta indica que estas maneras y sus percepciones se han vuelto constantes, influyentes y necesarias en todos los procesos de construcción de sociedades, de identificación de roles y de percepción social en cualquier índole. Por lo tanto, sus efectos deben estar medidos e incluidos en los estudios como alternativas válidas de entender la percepción.

Reevers y Anderson plantearon en 1991 el problema, en la práctica, de la investigación interdisciplinaria de la psicología y la comunicación. Estos investigadores, que durante 20 años realizaron estudios sobre la televisión, defienden la intersección psicología - medios como la vía para dar cuenta del otro cruce entre la estructura y contenido de los medios, y el receptor:

* Revisadas en la serie de documentales «Historia de la Televisión», realizados en 1984.

Una pregunta que se suele hacer con frecuencia a los comunicadores que investigan los medios en las carreras de comunicación es: ¿No estarías más a gusto en un departamento de psicología? Después de todo, observan algunos compañeros, ¿no estáis vosotros más interesados en el procesamiento mental que en lo que se procesa? ¿No son la mitad de vuestras referencias de revistas y libros de psicología? Y ¿No se apartan radicalmente vuestras teorías psicológicas de las preocupaciones más importantes sobre los medios y la sociedad?

Aunque sean menos numerosos, los psicólogos interesados en los medios recibe frecuentemente un tratamiento análogo entre sus colegas psicólogos: ¿No es la situación de audiencia de televisión demasiado compleja y la propia televisión un estímulo demasiado complejo para proporcionar respuestas significativas a la hipótesis de investigación? ¿No acabáis necesariamente implicados demasiado en los problemas de los medios y la sociedad? ¿No son las citas de vuestras referencias de revistas y libros de comunicación? ¿No estaríais más a gusto en un departamento de comunicación?

Estas preguntas no sólo las hacen los que caen fuera de la intersección entre medios y psicología. Exactamente las mismas preguntas las podemos encontrar cuando colegas de dentro de la intersección se meten unos con otros. A los psicólogos les preocupa si los comunicadores están empleando correctamente los conceptos de procesamiento y si prestan suficiente atención a los controles experimentales. A los comunicadores les preocupa si los psicólogos son sensibles a los medios como formas simbólicas, y si aprecian su importancia por otras razones además de por su significado psicológico. Y, bueno, ¿no son los experimentos psicológicos en general bastante áridos intelectualmente?

La frecuencia de estas preguntas señala la incertidumbre existente sobre el significado de una perspectiva psicológica de la comunicación mediada. ¿Es esta cooperación interdisciplinar una rama legítima de la psicología aplicada? ¿Es una línea sensata para el desarrollo de la teoría y la investigación en comunicación? Tras haber dedicado la gran parte de nuestras carreras universitarias a la intersección de la psicología y de los medios, contestamos a ambas cuestiones con un Sí rotundo.¹⁹

¹⁹ REEVES, B. y ANDERSON, D.R. « Media Studies and Psychology ». *Communications Research*, 18 (5), 1991, p. 597. En: DEL RÍO PEREDA, Pablo. *Psicología de los medios de comunicación*. Madrid, Síntesis, 1996 p. 31-32.

De este matrimonio psicología-comunicación sale el incluir a los medios como caracterizadores de percepción social. Esto plantea, en resumen, que la influencia mediática pasaría, de objeto de estudio, a ser una herramienta más en el estudio de la percepción social. De esta manera se reconoce que la semiología y simbología de los medios es básica e imprescindible a la hora de conocer y re-conocer a los procesos de percepción. ♦

BIBLIOGRAFÍA

- BANDURA, Albert. *Pensamiento y Acción: Fundamentos Sociales*. Barcelona, Martínez Roca, 1987.
- BARON, Robert *Psicología Social*. 8ª ed, España, Prentice-Hall, 1998.
- BARROSO, Jaime. *Procesos de la Información de actualidad en Televisión*. Instituto Oficial de Radio y Televisión, Radiotelevisión española. España, 1992.
- CLARITAS, «1998 & Simmons Hispanic Study», 1998 (vía Internet) <http://www.»Telemundo».com/facts.asp?lang=1/>
- DAY, R. H. *Psicología de la Percepción humana*. México, Lemusa-Wiley, 1981.
- DEVITO, Joseph A. *Human Communication: The Basic Course*. USA, Alfa Row, 1990.
- LUCAS, Antonio. *Sociología de la Comunicación*. Madrid, Trotta, 1999.
- McCOMBS, Maxwell y SHAW, Donald. «The Agenda-Setting Functions of the Mass Media». *Ed. Public Opinion Quarterly*, vol. 36, 1972.
- McQUAIL, Denis. *Introducción a la teoría de la Comunicación de Masas*. España, Paidós Ibérica, 1991.
- «TELEMUNDO» Network Group LLC, Perfil (vía Internet) <http://www.wscv.com/>
- Noticiero 51 (vía Internet) <http://www.»Telemundo».com/>
- UNIVISIÓN, Noticias (vía Internet) <http://www.univision.com/>