

<https://dx.doi.org/10.12795/RAA.2021.20.07>

JUVENTUD ANDALUZA Y EMIGRACIÓN A EUROPA: LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS Y REDES DIGITALES EN LA EXPERIENCIA MIGRATORIA

ANDALUSIAN YOUTH AND EMIGRATION TO EUROPE: THE INFLUENCE OF DIGITAL MEDIA AND SOCIAL MEDIA ON THEIR MIGRATORY EXPERIENCE

Juan Francisco Gutiérrez Lozano

Universidad de Málaga

RESUMEN

La emigración española hacia Europa a partir de la crisis económica de 2008, protagonizada por miles de personas jóvenes, muchas de ellas procedentes de Andalucía, ha sido uno de los fenómenos demográficos recientes más relevantes y, a la vez, más difíciles de cuantificar. Como elemento singular, estas cohortes han contado con la comunicación digital como herramienta clave para mantenerse en contacto habitual con su país de origen. A partir de una investigación cualitativa y de la entrevista a personas emigradas andaluzas jóvenes, residentes en la actualidad en tres países europeos, en este artículo indagamos en una vertiente poco transitada hasta ahora sobre la reciente emigración española: la de cómo influyen la comunicación digital y las redes sociales en la experiencia migratoria. En los resultados y conclusiones se constata la prevalencia de usos digitales propios de su generación modificados por la migración, la persistencia de elementos conocidos de pesadumbre y desarraigo, por más que los hábitos diarios en el uso de estos medios digitales hayan modificado su experiencia en comparación con la de generaciones migradas en décadas anteriores.

Palabras clave: Emigración; Andalucía; Europa; Juventud; Medios digitales; Redes sociales.

ABSTRACT

Spanish emigration to Europe since the economic crisis of 2008, led by thousands of young people, many of them from Andalusia, has been one of the most relevant recent demographic phenomena and, at the same time, a difficult process to quantify. As a singular element, these cohorts have relied on digital communication as a key tool to keep in regular contact with their country of origin. Based on a qualitative research and an interview with young Andalusian emigrants currently residing in three European countries, in this article we focus on a not very much attended area so far about recent Spanish emigration: how digital communication and social networks influence in the migratory experience. The results and conclusions show the prevalence of digital uses of their age modified by migration, and the persistence of known elements of grief and uprooting, even though daily habits in the use of these digital media have changed their experience compared to that of migrated generations in previous decades.

Keywords: Migration; Andalusia; Europe; Youth; Digital media; Social media.

INTRODUCCIÓN¹

Los flujos migratorios continúan siendo incesantes en la era de la globalización, poniendo de manifiesto en muchas ocasiones las contradicciones o tensiones añadidas de los supuestos efectos benéficos de una sociedad globalizada. Al mismo tiempo que se consolidan los mitos asociados al crecimiento de una sociedad transnacional (como el de la sociedad multicultural o el “melting pot”), las clásicas mitologías relativas a las migraciones no dejan de estar vigentes.

Como algunos autores han apuntado acerca del caso español, “los viejos mitos migratorios suelen poner el énfasis en la expulsión del Paraíso y en la búsqueda de un nuevo asentamiento idealizado” (Andrés-Suárez, 2014: 54). Hay una repetida comparación de estos procesos migratorios con relatos bíblicos (como el mito de la “tierra prometida”), pero también con las aventuras de héroes épicos clásicos (como Ulises), por no hablar

1. Este artículo es fruto del proyecto de investigación de carácter individual realizado por el autor titulado “La juventud andaluza emigrada a Europa: hábitos mediáticos e identidad en el contexto de la comunicación digital global” (PRY005/17) financiado por el Centro de Estudios Andaluces de la Junta de Andalucía.

de la familia de metáforas que, desde el mundo de la literatura, han subrayado otros retratos que el imaginario asocia a los movimientos migratorios: “el desarraigo (y todo el simbolismo de la raíz), la nostalgia, el sentimiento de extrañamiento, la escisión o la doble identidad” (Andrés-Suárez, 2014: 55).

Incluso, acudiendo a la mitología y desde la perspectiva psicológica, la migración ha sido caracterizada como un acontecimiento asociado al estrés o a la tensión del denominado “duelo migratorio”. Un duelo genérico, con diferentes niveles de aficción en función de cómo se produce, y que se vincula con lo que Joseba Achotegui denomina los “siete duelos en la migración”, que tienen que ver con cómo interviene en lo relacionado con la familia, la lengua, la cultura, la tierra, el estatus social, el grupo de pertenencia y los riesgos físicos asociados a la emigración (Achotegui, 2012: 85). Por supuesto las diferencias, según los casos, otorgan una mayor prevalencia a según qué duelos frente a otros, pero incluso se ha acuñado el término de “síndrome de Ulises” para referirse a los efectos en la salud mental producidos por estas experiencias migratorias (Achotegui, 2020).

Tras los años de crecimiento económico de principios de este siglo, en los que España se constituyó en destino de población emigrada principalmente de Latinoamérica, la mencionada crisis económica y la falta de perspectivas laborales hizo que la juventud española viera en su traslado a diferentes países europeos una salida para la búsqueda de oportunidades de trabajo. Como señalan la mayoría de los trabajos que han abordado la cuestión, desde 2008, y especialmente desde 2010, el impacto de las políticas de austeridad ahondó las consecuencias económicas y sociales de la crisis. De este modo, “la falta de oportunidades habría conducido a muchos españoles a la emigración como alternativa al paro o a empleos en condiciones de elevada precariedad e inestabilidad” (Ortega, Domingo y Sabater, 2016: 12).

Al hecho migratorio derivado de la crisis le fueron coincidentes otros de distinto carácter (como el retorno de la población emigrante residente en España desde la década anterior, y que en buena parte se había nacionalizado); asimismo, otras migraciones internacionales Sur-Norte no estrictamente europeas también persistieron, o incluso se intensificaron en estos años. Pero lo singular del movimiento que aquí nos ocupa, el de la juventud española hacia Europa, estuvo en la inserción de dicho proceso, por primera vez, en el marco de relaciones de países de la Unión Europea, así como en el variado y complejo perfil sociodemográfico de sus protagonistas, para cuya cuantificación y precisa definición existen problemas metodológicos evidentes debido a lo limitado de las fuentes institucionales o al escaso registro oficial de las salidas de población (Díaz-Hernández et al., 2015).

Esta emigración española reciente se asimila a la complejidad de otros movimientos que ocurren en el seno de la UE, con sus diferentes flujos de movilidad y dentro de un marco regulatorio cambiante. En la corriente de estudios de las migraciones es incipiente el análisis diverso de esta emigración “intraeuropea”, que se aborda ahora no exclusivamente desde el fenómeno asociado a la “fuga de cerebros” jóvenes (o “brain drain”) por motivos de trabajo, sino también desde el punto de vista estratégico: esto es, el que la asocia a la búsqueda de la mejora de la competencia lingüística o formativa que puede propiciar la experiencia en el exterior. De este modo, la movilidad intraeuropea juvenil es analizada ya no únicamente desde la perspectiva de la mera migración temporal de trabajadores, como así se pudo caracterizar en la ocurrida en los años sesenta o setenta del pasado siglo (Pérez-Camarés, 2017: 93-97).

En todo caso, y aunque el debate político y periodístico haya ofrecido visiones interesadas para atemperar o agravar el fenómeno producido entre “la generación mejor formada” (Bermúdez & Brey, 2017), lo cierto es que en ningún caso esta “movilidad exterior” (como así a veces se redujo la denominación genérica a esta nueva tipología migratoria, donde participan también estudiantes o trabajadores no tan cualificados) no puede hacer soslayar las dificultades a las que se enfrentan dichas cohortes de desplazados, ni tampoco los graves obstáculos que les empujan a tomar la decisión de su traslado con independencia de su grado de formación.

En comunidades españolas como Andalucía, asimismo, a los factores estructurales de atraso socioeconómico regional la crisis de 2008 vino a sumar otros que agravaron los habituales malos datos sobre el desempleo, la precariedad laboral o la ausencia de oportunidades para su población juvenil. Aunque, a diferencia de lo ocurrido en los años sesenta del siglo XX, donde hubo en el éxodo a Europa numerosos contingentes de población rural o procedente de grandes ciudades, a veces sin alfabetizar o con escasa formación, ahora buena parte de esta juventud cuenta en muchos casos con un alto nivel educativo o hasta con títulos universitarios o de posgrado, pero que no han visto cumplidas sus expectativas para acceder a puestos de trabajo acordes a su cualificación profesional en la comunidad andaluza o en España.

Al tiempo, otras personas jóvenes emigradas, por supuesto, siguen manteniendo perfiles de baja cualificación. Pero a todas ellas es común el hecho de que, si bien de manera comparativa con respecto a España pudieron encontrar trabajo más fácilmente en los nuevos países de destino, suele suceder que también ocupen puestos laborales precarios, temporales o poco cualificados. Como apunta Macarena Vallejo-Martín en su estudio sobre las condiciones laborales de la emigración española actual en el Reino Unido y Alemania, “una vez pasada la ‘euforia’ de encontrar un empleo, las personas pueden sentirse poco eficaces, agotadas y distantes con su trabajo al no ser el puesto acorde a sus

expectativas, cuestión que tiende a mejorar con el asentamiento del proyecto migratorio” (Vallejo-Martín, 2017: 142).

Sin embargo, en los discursos sobre la emigración española reciente, tanto los políticos como los públicos, parece haberse impuesto una idea positiva sobre esta “movilidad internacional”, sin reparar en la variada casuística de su origen, derivada tanto de factores coyunturales como estructurales. De este modo, los rasgos de esta juventud desplazada van desde quienes tienen interiorizada “la falta de expectativas en España, hasta la precarización de las condiciones de trabajo en el ámbito de la investigación, o la movilidad global asociada a determinadas profesiones y, por último, las salidas como válvula de escape ante la explosión de la burbuja inmobiliaria” (Pérez-Camarés, 2017: 110).

Por tanto, la crisis económica de 2008 España experimentó un fenómeno de migración exterior, especialmente hacia Europa, análogo en ciertos aspectos al sucedido en la segunda mitad del siglo XX (Babiano, y Farré, 2002; Babiano, 2009) pero muy distinto en cuanto a su componente sociodemográfico y, en concreto, en lo relacionado a la vinculación de las personas jóvenes desplazadas con el uso de los medios de comunicación a su disposición.

En este artículo, a partir de la contextualización del fenómeno migratorio reciente, de difícil cuantificación y determinación precisa como veremos, queremos indagar en qué medida las prácticas digitales y los usos de medios de comunicación o de las redes sociales, entre otros, han transformado las experiencias migratorias de la juventud andaluza trasladada a distintos países europeos tras la crisis de 2008. La aportación que realizamos proviene de una investigación que se inserta en una línea de trabajos crecientes tanto en España como en toda Europa y que se acerca asimismo a un aspecto comunicativo no demasiado abordado hasta el momento.

1. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Aunque los datos referidos a la emigración juvenil española desde 2008 hasta la actualidad son difíciles de concretar (Navarrete, 2014; Díaz-Hernández et al., 2015), según el Padrón de Españoles Residentes en el Extranjero (PERE) entre 2008 y 2015 la cifra de la población española residente en el exterior creció en 833.339 personas. De esta forma el número de personas españolas en el extranjero se incrementó en ese periodo en un 56%, hasta alcanzar en torno a los 2,3 millones; de ellas, casi un tercio eran de nacionalidad española y nacidas asimismo en España.

Este crecimiento ha continuado en años posteriores, de manera que el último PERE publicado referido a 2019 cifraba ya en 2,6 millones las personas de nacionalidad española residentes en el exterior; y de nuevo con Europa como el continente con mayor aumento

en términos absolutos y relativos de personas de nacionalidad española, con un total de 44.000 personas más que fijaron su residencia en el exterior (PERE, 2020).

En cuanto a Andalucía, y según el “Informe anual Andalucía e Inmigración 2013” del Observatorio Permanente Andaluz de las Migraciones de la Junta de Andalucía, el número de personas jóvenes nacidas en Andalucía que emigró a cualquier parte del mundo, especialmente a Europa, creció “desde 2009, siendo 2013 el año en el que se puede visualizar un aumento significativo” (Observatorio Permanente Andaluz de las Migraciones de la Junta de Andalucía, 2013: 71). Asimismo, este estudio indicaba que los países europeos con mayor presencia juvenil de Andalucía eran Alemania, Reino Unido, Francia, Suiza y Bélgica. Posteriormente el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía cifró que solo para 2015 fueron 9.527 las personas nacidas en la comunidad que fijaron ese mismo año su residencia en el exterior, la mayoría (5.805) en Europa.

Otros datos posteriores de la Junta de Andalucía indicaron que entre 2016 y 2017 aumentó en un 4,3% el número de población andaluza viviendo en el extranjero. Entre la nueva emigración destacaba el perfil de una juventud altamente cualificada, estando además el 64% de personas residentes en el exterior compuesto por jóvenes en edad laboral. Europa de nuevo repitió como el continente donde mayor presencia andaluza se registraba, y los tres países con mayor número de emigración andaluza expatriada fueron Francia (en torno a 40.000); Alemania (c. 33.000) y Reino Unido. En el caso del destino británico cabe señalar de manera significativa que entre 2016 y 2017 la cifra de personas andaluzas residentes creció un 12%, a pesar de las incertidumbres creadas ante el abandono próximo de este país de la UE en el proceso conocido como “Brexit” (20 minutos, 2017).

A inicios de 2019 el Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía publicó que en 2018 había crecido de nuevo (en un 2,6%) el número de personas andaluzas residentes en el exterior, hasta llegar a un total de 292.201, un 70% más que en 2009. De ellas, las que además de estar inscritas en Andalucía era nacidas en la región llegaban a 99.185 (un 34%). La mayoría residente en el exterior se concentraba en Europa, un 48,1% del total (Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía, 2019).

Dada la constancia evidente de la importancia de este fenómeno migratorio, el mismo ha sido objeto creciente de estudios académicos exhaustivos en los últimos años, la mayoría de ellos de carácter sociodemográfico (véanse para estas cuestiones los trabajos de Alba, Fernández y Martínez, 2013; González Ferrer, 2013; Aparicio Gómez, 2014; Navarrete Moreno, 2014; Díaz Hernández, Domínguez Mujica, Parreño Castellano, 2015; Alba y Fernández, 2015; Ortega, Domingo y Sabater, 2016; Bermúdez y Brey, 2017 o Pérez-Camarés, 2017, entre otros). Pese a todo, y como señalan Beltrán Roca y Emma

Martín-Díaz, existen diferentes aspectos de estas migraciones intraeuropeas que siguen sin abordarse demasiado, como por ejemplo las estrategias colectivas o sindicalistas de trabajadores de estas comunidades desplazadas (Roca y Martín-Díaz, 2017) o sus condiciones laborales (Vallejo-Martín, 2017).

Otro aspecto tampoco tratado demasiado hasta ahora ha sido, como decimos, el de las implicaciones comunicativas de este hecho. A pesar de las lógicas similitudes, como se ha explicitado existen diferencias notables entre la emigración en el siglo XXI y la acontecida en la segunda mitad del siglo XX. Precisamente sobre esta última, de carácter más histórico, sí se ha acrecentado el estudio comunicativo de manera reciente (véanse, entre otros, Björkin & Gutiérrez, 2008; Martín, 2012; Sanz Díaz, 2014; Calvo, Langa y Prieto, 2015 o Gutiérrez Lozano, 2018).

La radical diferencia en cuanto a la posibilidad del acceso a los medios de comunicación y a la comunicación interpersonal gracias a la comunicación digital es, sin duda, el rasgo más definitorio y distinto entre ambos procesos. Junto a la globalización, la convergencia de medios y la disponibilidad de acceso a fuentes informativas y plataformas de entretenimiento audiovisual no solo internacionales (Chalaby, 2005; Lotz, 2016), sino también nacionales, regionales y hasta locales, determinan de una manera clara estas nuevas posibilidades. Ello convierte en muy distinta la experiencia migratoria del pasado y la reciente, relacionada además con la evidente existencia de una auténtica “audiencia transnacional” gestada por la comunicación digital (Atique, 2016), que lógicamente añade un valor diferencial a la vida diaria de las personas migrantes en el mundo (Greschke, 2012).

Existen numerosos trabajos internacionales referidos a cómo las minorías nacionales o étnicas migradas consumen los medios de comunicación o utilizan las redes sociales en la diáspora, que sin duda pueden servir de guía al trabajo necesario que debe afrontarse en el ámbito de las comunidades españolas de emigrantes (ver, entre otros muchos ejemplos, Fortunati, Pertierra y Vincent, 2012; Madianou y Miller, 2012, Ogunyemi, 2015 o Karim & Al-Rawi, 2018).

Algunas de ellas, de manera mucho más reciente, han subrayado cómo desde el punto de vista personal, el teléfono móvil se ha erigido como el elemento tecnológico central, con los servicios de mensajería en el “corazón” mismo de las relaciones afectivas como señalan Miller et al. (2021: 181), y en torno al que se articulan igualmente estas experiencias migratorias. Sobre la importancia de la telefonía móvil tanto a la hora de la toma de decisión de la emigración como en los primeros momentos de la residencia en el exterior, Gordano y Ros (2016) realizaron un estudio sobre la población española en Londres, en el que recalcan en todo caso los necesarios “ajustes tecnológicos” en la emigración en torno

al teléfono, al articularse como vía de información, comunicación y entretenimiento. A partir de la idea del uso adaptado de los actuales medios de comunicación en su relación con la emigración, en concreto del concepto de “polymedia” popularizado por Madianou y Miller (2012), estas autoras subrayan que detrás de los usos y disponibilidad de esta tecnología sigue habiendo diferencias asimismo derivadas de la mayor o menor dificultad con la que se desarrolla cada experiencia migratoria.

Precisamente, y por seguir con el caso español, existen otras obras recientes que han abordado el fenómeno de la comunicación en su relación con la migración reciente, si bien desde un punto de vista ensayístico o parcial, como *Transmigrantes*, de María Alonso (2017) o *Elas, as emigrantes*, de Carmen V. Valiña (2019), centradas ambas en el caso de Galicia y en su juventud emigrada a Europa. Entretanto, María Angulo (2020) ha destacado sobre todo la influencia en los retratos periodísticos surgidos de estas experiencias migratorias españolas derivadas de la crisis económica.

Con anterioridad, Pedro J. Oiarzábal (2012) había realizado un estudio de cómo las comunidades emigradas del País Vasco utilizaban Facebook como herramienta de encuentro y lugar de reconocimiento. De manera reciente, Pérez Caramés, Fernández y Suárez (2021) han incidido de nuevo en este papel singular de las comunidades virtuales forjadas en las redes sociales por parte de la emigración española a partir del estudio de estos grupos en Facebook. En su trabajo, realizado a partir de 84 entrevistas en seis ciudades de Francia y Alemania, se evidencia el papel relevante de estos espacios de sociabilidad (que toman los nombres habituales de “Españoles en...” más el nombre de diferentes ciudades), y que asimismo son espejo de prácticas de inclusión, exclusión o diferencia social, de clase o de género, entre otras, pues más allá de sus usos prácticos también evidencian o dejan patentes algunas actitudes discriminatorias o conflictivas.

En el proyecto del que parte este artículo nos propusimos investigar, en este sentido, las prácticas mediáticas (consumo de medios periodísticos digitales, de contenidos audiovisuales mediante plataformas, así como prácticas relacionadas con las redes sociales) de andaluces y andaluzas menores de 40 años que habían trasladado su lugar habitual de residencia tras 2008 y que al menos llevasen un año de residencia en el extranjero. En el trabajo recogimos de manera directa los testimonios de una muestra de esta juventud para ejemplificar los hábitos mediáticos comunes o habituales en dichos contingentes migratorios que han fijado su nueva residencia en distintos países de la Unión Europea en la última década.

A partir de una estrategia de metodología cualitativa y de entrevistas grupales realizadas de modo presencial en sus nuevas localidades de residencia, a través de los discursos y prácticas verbalizadas de estas personas puede constatar, por ejemplo, que no

abundan consideraciones mitológicas acerca de su experiencia migratoria. La mayoría prefiere inscribir su proceso dentro de la lógica de una suerte de nueva identidad global compartida por la juventud europea o mundial, que acaso incluso les puede diferenciar de la juventud que ha permanecido en España o Andalucía solo por su experiencia como personas migrantes. De sus testimonios sí se evidencian necesidades de conexión continua de distinto calado (familiar, social, o hasta informativo) con su país o comunidad de procedencia.

2. METODOLOGÍA

La investigación de partida se basó en la aplicación de la técnica de la entrevista grupal cualitativa, herramienta válida para este tipo de acercamientos cualitativos y que ya había sido probada en trabajos anteriores sobre las comunidades de emigrantes españoles (Valles, 2002, Gutiérrez y Vera, 2016). En concreto el proyecto se articuló en torno a cinco entrevistas grupales realizadas en 2017 y 2018 en dos países (Reino Unido y Alemania) y tres ciudades (Londres, Edimburgo y Berlín), con la participación total de 22 personas (once hombres y once mujeres), de edades comprendidas entre los 24 y los 40 años, procedentes de seis de las ocho provincias andaluzas (todas a excepción de Córdoba y Huelva). La muestra final también recoge una gran variedad de perfiles en cuanto a niveles formativos conseguidos con anterioridad a su marcha al extranjero: desde estudios obligatorios secundarios pasando por formación profesional, grados o licenciaturas universitarias, máster o hasta doctorado.

Para la toma de contacto con las posibles personas informantes nos servimos de la estrategia de “bola de nieve”, dado que por el carácter cualitativo de la investigación no se ponía en riesgo la representatividad. Sí es reseñable en todo caso que las redes o grupos existentes de sociabilidad digital de personas emigrantes en plataformas como Facebook no fueron muy provechosas para la localización de estas personas dispuestas a participar en la investigación. Este hecho, en principio no previsto, se corroboró luego al detectarse un cierto rechazo a la inclusión o participación activa en dichas comunidades virtuales.

Gracias al envío de correos electrónicos a diferentes Institutos Cervantes de las ciudades de residencia elegidas para la definición de la muestra, o a través del conocimiento y localización previa de algunos de estas personas, se pudieron finalmente conformar los grupos de interés de quienes deseaban colaborar con la investigación. Los lugares de realización de las entrevistas fueron espacios adecuados para su desarrollo (como el Instituto Cervantes de Berlín; una universidad londinense; hogares particulares o bares), garantizando siempre las condiciones para la perfecta grabación del audio procedente de las entrevistas para su posterior transcripción.

Tabla 1: Entrevistas grupales focalizadas realizadas a personas jóvenes andaluzas emigradas residentes en Europa.

Ciudad y país de realización	Fecha de realización	Mujeres	Hombres	Total participantes
Londres (Reino Unido)	Octubre 2017	2	3	5
Edimburgo (Reino Unido)	Marzo 2018	2	2	4
Edimburgo (Reino Unido)	Marzo 2018	2	3	5
Berlín (Alemania)	Abril 2018	3	2	5
Berlín (Alemania)	Abril 2018	2	1	3
Total		11	11	22

Fuente: Elaboración propia.

Para el desarrollo de las entrevistas se redactó de manera previa un cuestionario con guion semiestructurado y abierto, para recabar la mayor información posible sobre el objeto de estudio y las opiniones cruzadas y testimonios sobre las cuestiones principales. El cuestionario, de treinta preguntas iniciales, combinó cuestiones básicas sobre su experiencia migratoria y sobre su relación con los medios de comunicación y con las redes sociales, siendo cuatro los bloques principales de preguntas: datos básicos de participantes y de su experiencia migratoria; usos y consumos de medios digitales para información y entretenimiento; uso de redes sociales, y preguntas acerca de cómo evaluaban sus prácticas mediáticas en relación con su experiencia residente en el exterior.

La muestra final de 22 participantes en las entrevistas grupales estuvo compuesta, como se ha indicado, por personas jóvenes andaluzas de distinta procedencia, formación y experiencia laboral. Entre los once hombres y las once mujeres que participaron como informantes el reparto según origen por provincias andaluzas fue así: 7 de Málaga, 6 de Granada, 3 de Sevilla, 3 de Cádiz, 2 de Jaén y 1 de Almería, incluyendo tanto sus respectivas capitales como ocho pueblos o ciudades de dichas provincias (Alhendín, Motril, Lanjarón, Gines, Antequera, Nerja, Baeza y Cazorla).

Las edades de las personas informantes oscilaron entre los 24 y los 40 años, siendo la edad media de este colectivo entrevistado de 33 años. En cuanto a su nivel formativo previo, dos personas disponían de estudios de Doctorado o Máster; 14 personas contaban con un grado o licenciatura cursada en España (de todas las áreas: desde Física o Ingeniería Forestal a Arquitectura, pasando por Traducción e Interpretación, Enfermería, Comunicación Audiovisual, Periodismo, Arquitectura, Bellas Artes, Turismo o Derecho, por ejemplo); cuatro tenían estudios de Formación Profesional o Bachillerato y dos manifestaron haber cursado solo hasta la Educación Secundaria Obligatoria.

Entre los trabajos que estas personas realizan actualmente en los dos países de destino objeto del estudio encontramos una diversidad acorde a la formación antedicha, encontrándose desde empleos tanto en el sector de la hostelería (8 de las 22 personas entrevistadas), en el comercio, en la construcción (un arquitecto, un fontanero), en el sector educativo (como profesorado de español en universidades, de centros de idiomas, o como monitores en escuelas infantiles), así como en el sector cultural y turístico (museos).

En cuanto al tiempo de residencia en el exterior, en concreto en las tres ciudades donde se desarrollaron las entrevistas (Londres, Edimburgo y Berlín), las 22 personas informantes acumulaban una media de 3 años y medio viviendo fuera de Andalucía. Esta media incluye desde los casos de solo un año a quienes ya registran una década residiendo en el extranjero, esto es, justo desde el arranque de la crisis de 2007-2008. Cabe destacar que algunas de estas personas ha encontrado una posibilidad laboral o bien reforzada o bien muy distinta a la de su formación previa en Andalucía: desde un arquitecto acreditado ya para trabajar en Reino Unido, pasando por un joven con estudios de la ESO que aprendió el oficio de fontanería en Londres, en el que ha encontrado su empleo estable; así como los casos de un licenciado en Física o una titulada en Farmacia que, tras estudiar un grado medio en Berlín, ahora trabajan como educadores infantiles en guarderías de Berlín.

Tras el análisis textual cualitativo de las entrevistas realizadas, mediante el que se procedió a la identificación y la jerarquización de las tendencias más repetidas observables, así como un listado de asuntos relevantes sobre el objeto de estudio, se extrajeron los resultados principales, de los que en las líneas siguientes se expone una síntesis de los más significativos.

3. RESULTADOS

A partir de los testimonios recopilados se puede esbozar una radiografía de los usos de los medios digitales y de las redes sociales por parte de la juventud andaluza emigrada en Europa, que permite conocer mejor el papel que juegan dentro de su desenvolvimiento mediático en el nuevo panorama global de comunicación transnacional.

Como primera afirmación puede decirse que la utilización activa de las redes sociales públicas no aparece como algo primordial en sus hábitos digitales. Apenas se las considera necesarias para publicar contenidos o crear grupos, pero lo relevante, en oposición, es su fuerte vinculación con los servicios o aplicaciones de mensajería privada para la comunicación con sus familiares y amistades. No hay un discurso favorable ni para la constitución ni para la participación de comunidades en estas redes públicas de personas “andaluzas” o “españolas” emigradas. La mayoría reconoce haber accedido a este tipo de grupos, creados para poner en contacto a compatriotas en sus localidades de destino, sobre todo al inicio de sus experiencias. Pero la mayoría apunta a un simple uso instrumental:

“En esas páginas hay de todo. Gente que quiere quedar, sirven para preguntar cosas que pueden ser de utilidad, cómo moverte en la ciudad, dónde puedes encontrar algo. O si alguien tiene algún problema... Yo encontré gente aquí y al final no me hizo falta” (Cádiz, Mujer, 32 años, Edimburgo).

En este sentido, y salvo para consideraciones prácticas al principio de sus experiencias en el exterior, la mayor parte de las personas entrevistadas es crítica con estas comunidades virtuales. El hándicap que encuentran a estas páginas o sitios -sobre todo en Facebook- es la inercia que luego generan a la hora de cerrar los círculos en torno a la comunidad nacional y no abrirse a la sociedad de destino:

“Yo todo el rato era no, no, no. Españoles, no. Porque para eso me quedo en España” (Granada, Mujer, 38, Edimburgo).

“Por desgracia, muchos de los ejemplos fallidos de gente que se viene aquí son gente que más se involucra en ese tipo de comunidades o grupos. Entonces desde primera hora, lo conocíamos antes de venir, nuestra respuesta fue no, rechazo absoluto y rotundo” (Málaga, Hombre, 40, Edimburgo).

“Yo al principio tomé parte del grupo, por aquello de voy a un sitio, voy a ver cómo está la comunidad española... qué cuentan en las redes, qué cuentan en Facebook... lo típico. Pero como ya he dicho, Facebook llevo ya como un año sin usarlo. Al ver que no tenía nada que ver con el grupo, ni nada que me aportase, pues fuera” (Málaga, M, 28, Edimburgo).

La comunicación digital y la rapidez en las comunicaciones sí han transformado la experiencia migratoria, en especial por su contacto familiar continuo. De este modo, más que las redes sociales en sí, lo que valoran y utilizan como medio de comunicarse son los servicios de mensajería directa o de videollamadas que ofrecen estas plataformas digitales para su conexión con familia o amistades. Esta disponibilidad tecnológica cotidiana, de uso diario o periódico, según los casos, elimina o borra cualquier mitología de sufrimiento en sus discursos verbalizados:

“Con mi madre hablo casi todos los días. Mi día de descanso desayuno con ella por Skype. Nos tomamos nuestro café...” (Granada, M, 32, Londres).

“Tenemos nuestro grupo de WhatsApp que también es grupo de toda la familia y tengo muchos hermanos, pues siempre hay alguien diciendo algo. Y de vez en cuando sí, una llamada normal y corriente” (Granada, H, 30, Edimburgo).

Estos usos son asumidos como algo ordinario, por lo que a veces son hasta reacios a tanto contacto continuo:

“Yo ayer hablé con mi madre y si te digo que hacía veintitantos días que no hablaba con ella, créetelo. Me dice: “Todos los hijos hablan con sus padres todos los días”. Pues no sé de qué hablan, porque yo hablo contigo cada dos semanas y no sé qué decirte después de cinco minutos” (Jaén, M, 38, Berlín).

A diferencia del “duelo recurrente” que en oleadas migratorias anteriores del siglo XX parecía ocasionar cualquier contacto (llamada o carta) con el país de origen, esta juventud ha naturalizado el contacto digital, por lo que no les potencia ningún sentimiento de nostalgia o desarraigo.

“Yo nunca me he sentido mal de vivir en el extranjero con la idea de estar separado de mi familia, aunque por supuesto los echaba de menos. A tus amigos, a tu familia. Y lo pasé mal, pero al mismo tiempo todas las facilidades que da Internet, los medios de comunicación, la forma para comunicarnos... nos facilita la vida, te da mucho más contacto con tu familia. Afectivamente creo no es mucho menos comparable. De hecho, yo aquí me siento más como en una ciudad al norte de España, no me siento en el extranjero” (Almería, H, 40, Londres).

Algunos informantes cuentan con experiencias previas de estancias breves fuera de España o Andalucía, que aseguran les han servido para preparar esta circunstancia. En todo caso, y aunque reconocen que cuando vuelven en algún momento del año a Andalucía echan de menos el modo de vivir, la mayor parte antepone la decisión tomada para la mejora de vida y de oportunidades de sus nuevos destinos:

“Me gusta lo de aquí [Edimburgo] pero la calidad de vida siempre va a ser mejor en España. La calidad de vida, no las condiciones, ni las posibilidades de trabajo. La calidad de vida de irte a las tres de la tarde a echar un café en una terraza esto aquí no lo puedes hacer nunca. Pero puedes crecer más aquí, puedes llegar más lejos” (Cádiz, H, 24, Edimburgo).

Paralelo a ello, como decimos, la emigración no les genera sentimientos verbalizados de dureza emocional, de distanciamiento o de nostalgia (lo que no quiere decir que no los sientan en algún momento). Sin embargo, de manera implícita sí se detecta un rechazo evidente por las razones que les empujaron a estas experiencias. Es evidente, en

sus testimonios, que para la mayoría no fue causa de una decisión planificada, sino de circunstancias siempre sobrevenidas por los avatares de la crisis económica o avatares personales, como el desempleo o el despido laboral.

“No, no fue forzosa. Fue más una oportunidad. Yo tenía trabajo en España. Un trabajo horrible, pero bueno, tenía trabajo. Y necesitaba... y siempre quise venirme al extranjero. Siempre quise aprender inglés y fue el momento perfecto” (Cádiz, M, 32, Edimburgo).

“Era una cosa que yo tenía: “yo tengo que salir”, “tengo que salir”, “tengo que salir”. Pero no tuve oportunidad hasta que no me quedé en paro. Me cambió un poco todo, me cambió toda mi vida en ese año. Me cambiaron todos los planes y fue “ahora o nunca” (...) Fue Londres porque lo tenía más fácil para empezar sin tener el idioma” (Granada, M, 32, Londres).

“Yo cuando me vine aquí estaba trabajando en Granada y cobraba lo mismo que cobró aquí. Pero aquí trabajo seis horas, cinco días a la semana y en Granada trabajaba seis días a la semana estando disponible 24 horas (...) Yo me siento maltratado por los medios de comunicación y por los políticos como colectivo, porque creo que las afirmaciones de: “Se van porque quieren tener una experiencia”... vaya” (Granada, H, 34, Berlín).

En el mismo sentido, y de manera asociada, casi todas las personas entrevistadas manifiestan una patente distancia hacia los medios de comunicación generalistas españoles, a quienes critican por no narrar la crudeza o dificultad de la realidad socioeconómica española o andaluza. Aunque la información no sea el principal ingrediente de sus dietas mediáticas, traslucen la idea de querer buscar siempre fuentes alternativas, o de medios españoles no masivos, así como de preferir el contraste de diferentes medios nacionales e internacionales, especialmente en el caso de la televisión, para hacerse una composición de lugar de la actualidad española desde el exterior.

“Ahora mi contacto con la televisión española es cero. No comparto lo que está pasando en mi comunidad, y no hay programa que me motive para verlo. Ahora aquí mi vida es otra. Ahora vivo aquí y me enriquezco de la cultura que este país me da” (2-Granada, H, 32, Londres).

“La Primera y el Canal Sur me las tengo moralmente prohibido... (...) Porque yo llevo cuatro años sin... incluso cuando voy a España yo no pongo ni la primera ni el Canal Sur. Porque para que me cuenten lo que ellos quieran...” (19-Granada, H, 34, Berlín).

“Cuando voy a España y veo la tele española me parece todo super exótico, porque me parece una barbaridad. Los anuncios, los programas de debate político,

etcétera. Aunque sí veo programas españoles por YouTube o en las páginas de las cadenas” (15-Sevilla, H, 31, Berlín).

“De información, si quiero informarme de la actualidad, últimamente lo que hago es que hay una televisión online de Latinoamérica que se llama Tele Sur y suelo ver mucho un programa [...] que se llama *Dossier*, que es como una especie... Que es diario y hacen un resumen de todo lo que pasa en el mundo. Tienen otra perspectiva que la de aquí. Y bueno me gusta... es un contraste con respecto a la información que yo veo en España. Incluso la de aquí. Me gusta más el enfoque que tiene” (22-Jaén, H, 38, Berlín).

Las redes sociales sí juegan otra función relevante: como herramientas informativas. La mayoría de los informantes atestiguan que es a través de las redes sociales, en particular Facebook y Twitter, como conocen la actualidad de Andalucía o de España. Luego, según señalan varias de las personas entrevistadas, visitan las páginas web de los medios en cuestión cuyas noticias han visto primero en las publicaciones de una red social: ya sea porque la han compartido sus contactos vía WhatsApp, ya sea porque ellos siguen a dichos medios de comunicación en sus perfiles en estas redes:

“Sí tengo en Facebook mucha prensa local, prensa española...Sigo a muchos periódicos en Facebook, Twitter y demás. Cierta conexión *random* de noticias que me puedan interesar, pero no me meto en el periódico en sí” (Granada, H, 30, Edimburgo).

“Twitter es una herramienta muy rápida y fácil. Si tú cuelgas una noticia de un periódico que te gusta, que a lo mejor a mí no, nunca lo he leído, pero me llama la atención el titular, yo voy a entrar ahí. A veces ni me fijo de qué periódico es. Me interesa la noticia y me da confianza la persona que lo haya posteado” (Granada, H, 34, Berlín).

Las redes sociales se constituyen por tanto como la vía de acceso fundamental para seguir las noticias españolas, especialmente las locales que son las preferidas, las de su provincia o ciudad específicamente, y no tanto la actualidad de sus países de acogida, salvo con la excepción, en el caso del Reino Unido, de las noticias relacionadas con el *Brexit*. La radio también se mantiene en muy contados casos (mediante aplicaciones para teléfonos móviles), como vínculo emocional e informativo con España o Andalucía, especialmente entre quienes buscan el deporte y el seguimiento de la actualidad futbolística, por ejemplo. Aunque en el caso de la radio, como en el de otros medios de comunicación,

“[Cuando llegué] escuchaba mucho radio aquí en alemán, para intentar aprender más alemán. Siempre iba con mis casquillos puestos [...]. Yo antes estuve un año Leipzig entonces podía hablar un poco de alemán (...) Sólo podía decir ‘Me llamo...’, ‘Buenos días’ y ‘Adiós’ y poco más. En el año de Leipzig más o menos

aprendí. Aprendí mi alemán. No fue un alemán muy correcto, pero yo podía hablar un alemán más o menos fluido. Y me sentía un poco seguro. Y luego aquí ya tuve que estudiar más” (22-Jaén, H, 38, Berlín).

En todo caso, la mayoría alude a los cambios claros en sus formas de vida y en sus hábitos como las razones para desconectar de manera activa de los contenidos informativos españoles. Algo que ocurre también con el ocio audiovisual, ya que anteponen ahora en sus consumos tanto las necesidades prácticas de su nueva situación (como el aprendizaje de idiomas) o el disfrute de series o películas internacionales en plataformas online (sobre todo Netflix).

En cuanto a las predilecciones de entretenimiento televisivo, son las series internacionales, especialmente las norteamericanas y británicas, las que copan sus preferencias; aunque lo mismo ocurre a las personas residentes en Alemania con las ficciones alemanas. Aluden a diferentes géneros (thrillers, históricas, acción), pero son los grandes éxitos internacionales los que atraen su atención, además de algunas producciones españolas para Netflix, que descubren muchas veces por casualidad, no porque lo manifiesten como necesidad cultural. Más allá de sus experiencias cotidianas, tienen un gran peso simbólico en su consumo mediático estos productos globales, algo comprensible dada la generación a la que pertenecen:

“Lo que vemos es Netflix. A tope. Todo en inglés. Subtitulado en inglés. Y ahora me doy cuenta de que ya no tengo que estar mirando, me fijo en palabras, cómo se pronuncia...” (5-Sevilla, H, 28, Londres).

“Vemos muchas series en inglés, con plataformas como Netflix. Netflix la tenemos. Y una de Internet que se llama Plusdede, un portal, pirata, que vemos series y películas” (8-Cádiz, H, 24, Edimburgo).

Estas personas se confiesan consumidoras de plataformas de contenidos emitidos de manera pirata o ilegal, algo relacionado además de por su generación por las dificultades económicas derivadas de la emigración, aunque Netflix es la excepción en este caso. Aunque sus prácticas concretas difieran en función de su nivel de formación o inquietudes personales (y no tanto en cuanto al género, por ejemplo), se constata que la conexión con la producción audiovisual española tiene, en general, una escasa repercusión entre esta comunidad salvo excepciones. Su consumo predominante de ficción se identifica, también, con lo que pudiéramos identificar como una “generación joven global”:

“Por Netflix sí hay series españolas. Está ahora *La casa de papel*, una serie que se ha hecho muy famosa. Me la recomendó alguien del trabajo que es español (‘Ah, está muy bien, mírala’). Igual, la de las telefonistas, la de *Las Chicas del Cable*, pero curiosamente esa la vi porque a una amiga brasileña le habían hablado muy bien

en Brasil de esa serie, y me dijo que la viéramos juntas, y entonces empecé a verla, pero antes no me sonaba” (18-Málaga, M, 30, Berlín).

Sólo en algunos pocos testimonios se manifiesta la predilección por series españolas, sobre todo en los inicios de la experiencia residente en el exterior, lo que puede traslucir una nostalgia no asumida asociada al consumo cultural:

“Yo en TVE, a través de la web veo *El Ministerio del Tiempo* o *Cuéntame* por medio de Internet” (13-Málaga, M, 37, Edimburgo).

“Yo veo *Cuéntame* a toro pasado, una vez emitida. La veo por la web y la llevo viendo desde pequeño. Cuando llegué aquí me puse al día, porque llevaba varias temporadas sin verla” (12-Granada, H, 30, Edimburgo).

En todo caso tanto en el uso de las redes sociales como en las prácticas mediáticas se esfuerzan por recalcar una aclimatación no conflictiva en los países de destino gracias a estas herramientas tecnológicas. En resumen, a través de sus discursos, la joven comunidad andaluza emigrada en Europa se reconoce -y le gusta reconocerse- en los rasgos de los usos mediáticos y de los modos de consumo de los medios digitales y las redes sociales similares a quienes comparten su extracción generacional. Esta identidad se ve reforzada, eso sí, al equipararse a otros grupos internacionales con análoga experiencia migratoria: es más, se diría que el mito del “desplazamiento” es relegado en favor del subrayado que realizan de formar parte de un fenómeno migratorio en el que participa al mismo tiempo la juventud de otras muchas nacionalidades.

Las personas entrevistadas consideran que estas prácticas comunicativas son en cierta medida, en algunos aspectos concretos (contenidos, horas dedicadas, usos de las redes sociales o aplicaciones de mensajería) diferentes a las de la juventud residente en Andalucía, pero también a la de la juventud de su misma edad en los países de destino. Pero en principio no lo ven como un rasgo negativo, sino como una adaptación derivada del momento que viven dentro de su proceso migratorio.

Quizá el rasgo más interesante de todos sus testimonios provenga de que esta juventud emigrada es consciente en buena medida de que sus usos mediáticos pueden generarles un posible aislamiento, o forjar una especie de “burbuja mediática”, debido a una mezcla de fuerte carga simbólica: la de los contenidos con fuertes tintes globales (en el consumo de contenidos audiovisuales), sumada a la de los procedentes de su país, comunidad o localidad de origen (en cuanto a la información que reciben; o al contacto directo, continuo, con sus familiares o amistades):

“Mi madre estuvo en Francia 15 años y tuvo su gueto de españoles allí en los años 60 y 70. Ella sí adquirió cultura francesa y la lengua. Pero a pesar de estar 15 años, no se integró del todo de la cultura francesa. Yo creo que hoy en día, sin

necesidad de ese gueto, también hay muchos españoles que vienen y se van tal y como vinieron. El gueto es más global, por todas las facilidades que tenemos de comunicación” (Almería, H, 40, Londres).

Al mismo tiempo, esta juventud andaluza emigrada se reconoce como conectada a su comunidad de origen a través de las redes sociales, pero desconectada de su comunidad de destino, por la que no se suelen interesar demasiado informativamente. Ello puede generar una especie de espacio “no lugar” (en la línea de lo apuntado por Daniel Miller et al., 2021) donde sobre todo consumen ficción global internacional y mantienen sus contactos diarios en aplicaciones de mensajería como si nada hubiera cambiado. Una minoría de las personas entrevistadas, sin embargo, considera que este ecosistema digital en la emigración no permite extraer todas las posibilidades de manera completa a su experiencia en el exterior, por más que sofoque parte del duelo migratorio:

“Hoy en día es más fácil no deshacerte, no romper esas raíces, no romper esos lazos, que antes. Antes tenías que romperlos, te veías en esa necesidad porque la comunicación era mucho más difícil y tenías que romper esos lazos. A lo mejor, no lo sé, eso podía obligar un poco más a la gente a enfrentarse a la realidad y salir adelante. Ahora el cordón umbilical no se rompe del todo, o casi nada, porque realmente vives con tu familia; por el Facebook, por las redes sociales, por el WhatsApp, por la facilidad que tienes para llamar, por comer con ellos. Yo no estoy defendiendo que se vuelva atrás y no tengamos Internet ni nada de eso: prefiero que la gente esté comunicada porque afectivamente es mejor. Pero creo que antes el que se iba fuera tenía una necesidad de construcción personal mucho mayor. Ahora puede seguir manteniendo el mismo cordón umbilical” (Almería, H, 40, Londres).

Lo expuesto en líneas anteriores viene a reforzar, como apuntan Giulia Sinatti y Cindy Horst, la necesidad de profundizar en análisis de las experiencias migratorias que contemplen toda multiplicidad de aspectos involucrados, incluidos los comunicativos:

“Alongside defending the view that place does still matter, transnational scholarship has also recognized that migrants develop multiple affiliations and loyalties. This suggests a path that lies somewhere in between the mutually exclusive interpretations of migrants belonging to deterritorialized social formations and to locally bound home communities” (Sinatti y Horst, 2015: 148).

CONCLUSIONES

La juventud andaluza emigrada en Europa, a la luz de esta investigación, mantiene unos usos y prácticas en los medios digitales y en las redes sociales que van en consonancia con los momentos iniciales de reafirmación de sus procesos migratorios. En sus discursos

verbalizados, sus integrantes subrayan sobre todo las oportunidades que les abre la experiencia en el exterior y no barajan aún con claridad la idea del retorno. Aunque también se trasluce, de sus palabras, la existencia de cierto duelo migratorio ya sea por la soledad de la distancia familiar, ya sea por la soledad de las grandes ciudades donde residen, sobre todo al inicio de sus experiencias.

Este sentimiento, no explicitado en todos los casos, pero evidente en distintos pasajes de sus declaraciones, es mitigado en buena medida por la tecnología digital. Las manifestaciones de las personas jóvenes andaluzas con residencia en el exterior definen unas prácticas tecnológicas en buena medida acompañadas a las de su generación (uso de plataformas de vídeos bajo demanda, o de las redes sociales como medios informativos; utilización intensiva la mensajería instantánea para su sociabilidad diaria). Pero en la coyuntura marcada por su residencia en el extranjero esta tecnología comunicativa adquiere una relevancia más sustancial, al ser el elemento que propicia, con diferentes adaptaciones y usos, una conexión cotidiana y natural entre su nueva experiencia migratoria y sus anteriores modos de vida en su comunidad de origen.

Además de seguir analizando estas trayectorias, y como líneas posibles de profundización de futuras investigaciones, será pertinente abordar asimismo en qué medida esta comunicación global y digital interviene o no, y de qué manera, en los procesos de decisión de retorno, especialmente tras lo acontecido por la pandemia de 2020. En la fecha de realización de este estudio las personas entrevistadas no incluían todavía ese retorno como una perspectiva cercana, algo lógico en los estados iniciales de sus experiencias: “Mi idea es quedarme y si acaso cuando me jubile igual volver a España o a la Conchinchina, pero en principio no tengo intención de moverme” (Jaén, M, 38, Berlín); “Una vez que estas en este punto que ya estás cómodo que ya estas a gusto, dices... ya no te llama tanto volver a España. Ya te llama tu futuro, tu carrera profesional...” (Málaga, M, 37, Edimburgo); “Yo confío en que voy a volver, pero no confío en mí mismo” (Granada, M, 38, Edimburgo).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

20 minutos (2017) “Hay un 4,3% más de andaluces viviendo en el extranjero que hace un año”, 01-12-2017. Disponible en: <https://bit.ly/3rHc7nS> [Consultado el 15 de abril de 2021].

Achotegui, Joseba (2020) *El síndrome de Ulises: Contra la deshumanización de la migración*. Ned Ediciones.

_____ (2012) Emigrar hoy en situaciones extremas. El síndrome de Ulises. *Aloma*, 30 (2): 79-86. <https://bit.ly/3mURaSI>

Alba, Susana; Ana Fernández y Ubaldo Martínez (2013) *Crisis Económica y Nuevo Panorama Migratorio en España*. Colección Estudios, 65. Madrid: Fundación 1 de Mayo. Disponible en: <https://bit.ly/3hy1Ky2> [Consultado el 15 de abril de 2021].

Alonso Alonso, María (2017) *Transmigrantes. Fillas da precariedade*. Axóuxere.

Andrés-Suárez, Irene (2004) Mitos e imágenes de la migración en la literatura española contemporánea. En Isaías Lerner, Roberto Nival y Alejandro Alonso, *Actas del XIV Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas*. New York, 16-21 de Julio de 2001, Vol. 3, Literatura española, siglos XVIII y XX, pp. 53-63.

Angulo Egea, María (2020) Precariedad y exilio en la juventud española actual. Discursos y semblanzas periodísticas de la crisis. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 26(1): 13-24. <https://doi.org/10.5209/esmp.67282>

Aparicio Gómez, Rosa (2014) *Aproximación a la Situación de los Españoles Emigrados: Realidad, Proyecto, Dificultades y Retos*. Madrid: OIM España. Disponible en: <https://bit.ly/3pCt153> [Consultado el 15 de abril de 2021].

Atique, Adrian (2016) *Transnational Audiences. Media Reception on a Global Scale*. Cambridge: Polity Books.

Bermúdez, Anastasia y Elisa Brey (2017) “Is Spain Becoming a Country of Emigration Again? Data Evidence and Public Responses”. En Jean-Michel Laffleur y Mikolaj Stanek (eds.) *South-North Migration of EU Citizens in Times of Crisis*. Nueva York: Springer, pp. 83-98.

Babiano, José y Sebastián Farré (2002) La emigración española a Europa durante los años sesenta: Francia y Suiza como países de acogida. *Historia Social*, 42: 81-98. <https://www.jstor.org/stable/40340799>

Babiano, José (2009) *La patria en la maleta. Historia social de la emigración española en Europa*. Madrid: GPS.

Björkin, Matts, y Juan Francisco Gutiérrez Lozano (2008) “European Television Audiences: Localising the viewers”. En Jonathan Bignell, y Andreas Fickers (Eds.), *A European Television History*. Wiley-Blackwell, pp. 215-229.

Calvo, Luís, Concha Langa y Moisés Prieto (2015) *Tele-revista y la Transición Un programa de la televisión suiza para emigrantes españoles (1973-1989)*. Iberoamericana-Vervuert.

Chalaby, Jean K. (2005) *Transnational Television Worldwide. Towards a New Media Order*. London: I.B. Tauris.

Díaz-Hernández, Ramón, Josefina Domínguez-Mujica, y Juan Parreño-Castellano (2015) “Una aproximación a la emigración española durante la crisis económica: herramientas de estudio”. *Ar@cne*, 198, julio. <https://bit.ly/3o34Mg7>

Domingo, Andreu, Albert Sabater, y Enrique Ortega (2014) “¿Migración neohispánica? El impacto de la crisis en la emigración española”. *Empiria*, 29(1): 39-66. <https://doi.org/10.5944/empiria.29.2014.12940>

Domínguez-Mujica, Josefina, Ramón Díaz-Hernández, y Juan Manuel Parreño-Castellano (2016) “Migrating Abroad to Get Ahead: The Emigration of Young Spanish Adults During the Financial Crisis (2008-2013)”. En Josefina Domínguez-Mujica (ed.), *Global Change and Human Mobility*. Nueva York: Springer, pp. 202-223.

Fortunati, Leopoldina, Raul Pertierra y Jane Vincent (Eds.) (2012) *Migration, Diaspora and Information Technology in Global Societies*. Routledge.

González Ferrer, Amparo (2013) *La nueva emigración española: Lo que sabemos y lo que no*. Madrid: Fundación Alternativas.

Gordano Peile Cecilia, y Adela Ros Híjar (2016) “Immigrants and mobile phone uses: Spanish-speaking young adults recently arrived in London”. *Mobile Media & Communication*, 4(3): 405-423. <https://doi.org/10.1177/2050157916655375>

Greschke, Heike Mónica (2012). *Is There a Home in Cyberspace? The internet in migrants' everyday life and the emergence of global communities*. Abingdon, Oxon; New York: Routledge.

Gutiérrez Lozano, Juan Francisco y María Teresa Vera Balanza (2016) “Fuentes orales y estudio de las audiencias: las entrevistas grupales en la investigación histórica de la recepción televisiva de la emigración española”. En Bernardo Díaz Nosty, y Ruth De Frutos, *Rumbos de la investigación en España sobre Comunicación*. Málaga: Mapcom.

Gutiérrez Lozano, Juan Francisco (2018) “TVE-Internacional: el atractivo exterior y los retos de un canal clave para la audiencia española en la emigración”. En Juan Antonio García Galindo y Laura López, *Los medios en lengua extranjera. Diversidad cultural e integración*. Granada: Ed. Comares, pp. 43-50.

Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía (2019) “Aumenta el número de andaluces en el extranjero y baja el de andaluces residentes en el resto de España”. Nota divulgativa, 04/04/2019. Disponible en: <https://bit.ly/3hvGdWL> [Consultado el 1 de febrero de 2021].

Karim, Karim H., y Ahmed Al-Rawi, Ahmed (Eds.) (2018) *Diaspora and Media in Europe: Migration, Identity, and Integration*. Palgrave Macmillan.

Lotz, Amanda D. (2016) *Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television*. Michigan Publishing, University of Michigan Library.

Madianou, Mirca, y Daniel Miller (2012) *Migration and New Media. Transnational Families and Polymedia*. Routledge.

Martín Pérez, Sonia (2012) *La representación social de la emigración española a Europa (1956-1975). El papel de la televisión y otros medios de comunicación*. Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

Miller, D. et al. (2021). *The Global Smartphone: Beyond a youth technology*. London: UCL Press. <https://www.uclpress.co.uk/products/171335>

Navarrete Moreno, Lorenzo (2014) *La emigración de los jóvenes españoles en el contexto de la crisis. Análisis y datos de un fenómeno difícil de cuantificar*. Madrid: Observatorio de la Juventud en España.

Observatorio Permanente Andaluz de las Migraciones de la Junta de Andalucía (2013) *Informe anual Andalucía e Inmigración 2013*. Disponible en: <https://bit.ly/2L50o1B> [Consultado el 1 de febrero de 2021].

Ogunyemi, Ola (Ed.) (2015) *Journalism, Audiences and Diaspora*. Palgrave Macmillan.

Oiarzabal, Pedro J. (2012) “Diaspora Basques and Online Social Networks: An Analysis of Users of Basque Institutional Diaspora Groups on Facebook”. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 38, 9. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2012.698216>

PERE (2020) Estadística del Padrón de Españoles Residentes en el Extranjero (PERE) a 1 de enero de 2020. Nota de prensa. Disponible en: <https://bit.ly/2KNbFUI> [Consultado el 1 de febrero de 2021].

Pérez-Caramés, Antía (2017) “Una nueva generación española en Alemania. Análisis de las motivaciones para la emigración bajo el manto de la crisis”. *Migraciones*, 43: 91-116. <https://bit.ly/3rFFrLl>

Pérez-Caramés, Antía, Belén Fernández Suárez y Alberto Capote Lama (2021) “Virtual communities in intra-European mobilities as mechanisms of integration and social

exclusion: the new Spanish migration in Europe”. En Dan Moxon (Chief editor) et al., *Young people, social inclusion and digitalisation. Emerging knowledge for practice and policy*. Youth Knowledge #27, Council of Europe and European Commission, pp. 149-162. Disponible en: <https://bit.ly/3w7k1b7>

Roca, Beltrán, y Emma Martín-Díaz (2017) “Solidarity Networks of Spanish Migrants in the UK and Germany: The Emergence of Interstitial Trade Unionism”. *Critical Sociology*, 43 (7-8): 1197–1212. <https://doi.org/10.1177/0896920516645659>

Sanz Díaz, Carlos (Coord.) (2014) “Dossier Medios de comunicación y emigración”. *Revista Migraciones y Exilios*, AEMIC, 14. <https://bit.ly/3pC0Zqp>

Sinatti, Giulia y Cindy Horst (2015) “Migrants as agents of development: Diaspora engagement discourse and practice in Europe”. *Ethnicities*, 15(1): 134-152. <https://doi.org/10.1177/1468796814530120>

Valiña, Carmen V. (2019) *Elas, as emigrantes. Mulheres da terra de Soneira na Suiça*. Santiago de Compostela: Através Editorial.

Vallejo-Martín, Macarena (2017) “Una aproximación al síndrome de burnout y las características laborales de emigrantes españoles en países europeos”. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 33 (2): 137-145. <http://dx.doi.org/10.1016/j.rpto.2017.02.001>

Valles Martínez, Miguel S. (2002) *Entrevistas cualitativas*. Madrid: CIS.