

Televisión de Miami y vínculos transnacionales de emigrados cubanos recientes

Marelys Valencia

Profesora. Universidad de Miami.

En este artículo analizo el discurso de los programas de televisión transmitidos por las estaciones en español de Miami, en los que exploro la orientación transnacional entre los cubanos emigrados recientemente, los «hijos de la Revolución» (Berg, 2011). Esta generación migratoria ha impactado el paisaje afectivo de Miami hoy en día, con un discurso sobre Cuba que se aparta de las emociones airadas características de la ideología y la subjetividad del exilio. Me enfoco en los programas nocturnos que construyen un imaginario transnacional, promoviendo una identificación positiva entre La Habana actual y Miami. Afirmino que la televisión local de esta última constituye tanto un espacio para el empoderamiento y autorreinvención de los «hijos de la Revolución», como una fuente de ingresos para las corporaciones mediáticas que los utilizan como nicho lucrativo.

Desde una perspectiva sociológica, Jorge Duany (2011) se refiere a los más recientes emigrantes cubanos en los Estados Unidos como «transnacionales», al basarse en prácticas económicas y sociales tales como remesas, viajes frecuentes a la Isla y comunicación regular. Su investigación pudiera inscribirse dentro de los escasos gestos que minimizan la excepcionalidad de la diáspora cubana, un rasgo preponderante hasta ahora en los estudios académicos.¹ Albert S. Laguna (2017) publicó un importante trabajo que rebasa esa tendencia tradicional, a través de lo que él llama

«diversión», en referencia a los usos del humor en la adaptación e imaginación de diferentes olas migratorias. Ofrece una visión de cómo la cultura popular ha participado en las nociones cambiantes de cubanía dentro de la diáspora cubana en los Estados Unidos, incluyendo lo que considera la norma actual: el flujo transnacional. En este estudio, en mi utilización de «transnacionalismo», me atengo a lo que Nina Glick-Schiller *et al.* (1992) y otros teóricos, como Roger Rouse (1991), han identificado como prácticas dentro de una comunidad de emigrantes, que refieren a la creación de un espacio social transnacional heterogéneo que impacta las sociedades de recepción y origen.² Al enfocarme en productos televisivos realizados en Miami —un tema cultural subestimado dentro de los estudios cubanos—³ me extiendo sobre la «simultaneidad» de Laguna promovida por la circulación transnacional de formas culturales entre Cuba y su diáspora en los Estados Unidos. Debido a que la televisión sirve a políticas de representación comunitaria al reforzar identidades, prácticas sociales y sentidos de pertenencia (Naficy, 1993; Georgiou, 2004; 2006), ofrece una posición ventajosa para indagar sobre la dinámica, continuidades y desprendimientos de la diáspora en relación con el país de origen y la sociedad anfitriona, así como para examinar la mercantilización de identidades comunitarias.

La primera ola de exiliados ha podido conformar la opinión pública sobre Cuba y la política exterior de los Estados Unidos hacia ella (Portes y Stepick, 1996; Grenier, 2006; 2010; Grenier y Girard, 2008; Eckstein, 2009; 2013), por ser el grupo de inmigrantes de América Latina y el Caribe más influyente en las estructuras de la política y la economía de los Estados Unidos. Guillermo Grenier (2010) afirma que «el enclave cubano en el sur de la Florida ha aportado la matriz institucional que fortalece la sostenibilidad de la ideología anti Castro». Otra académica, Susan Eckstein (2009), sugiere que el viejo exilio puede influir en los inmigrantes más recientes a través de su control hegemónico de los medios (34), pues se establecieron como guardianes políticos y culturales de estos (57-61).⁴ Por lo tanto, las posiciones políticas opuestas o matizadas han sido encubiertas o hechas inaudibles en la esfera pública, aún hoy, casi quince años después de que el Instituto para la Investigación de la Opinión Pública, de la Universidad Internacional de la Florida (FIU por sus siglas en inglés) mostrara diferentes posiciones políticas dentro de la comunidad cubana.⁵ No obstante, estamos presenciando debates impensables en programas (*talk shows*) conservadores, que tradicionalmente se han alineado con la ideología del exilio. Aunque lo que se proyecta a los emigrados recientes es la «supremacía» misma de la ideología del exilio histórico, la presencia de voces alternativas arroja luz sobre la dimensión heterogénea del discurso, la imposibilidad de un tejido social homogéneo dentro de la diáspora. Lo más importante es que una creencia o un conjunto de ideas (ideología del exilio) que solía considerarse parte de la *doxa*⁶ de la comunidad, posicionada en el reino de lo no debatible, se convierte cada vez más en una posición discutible.

Un tipo diferente de cubano

Los emigrados recientes no tienen el mismo poder económico e influencia política que sus predecesores. Alejandro Portes y Aaron Puhrmann (2015) han enfatizado el nivel económico más bajo de los inmigrantes recientes. Según estos autores, los hijos de la Revolución en Miami muestran niveles inferiores de ingreso y educación, en clara disparidad con los exiliados cubanos de más edad y sus descendientes; así, los primeros muestran mayor conexión con el resto de los inmigrantes latinoamericanos. Portes y Puhrmann afirman que las olas recientes de inmigración cubana han entrado al mercado laboral en desventaja en relación con las anteriores, compitiendo por puestos de trabajo de bajos salarios en un Miami hispánico multicultural, que los primeros exiliados no encontraron. La comunidad cubana establecida

desde hace tiempo percibe a la más joven generación de inmigrantes como un grupo extraño que «carece de su ética de trabajo y posición anticomunista» (126). No cuentan con las redes étnicas de apoyo y del estímulo financiero gubernamental para iniciar empresas económicas, de lo cual disfrutaban sus compatriotas en los 60 y los 70. Por lo tanto, entran al mercado laboral de la ciudad en las mismas condiciones de otras minorías latinas con las cuales también comparten la etiqueta de «inmigrantes económicos».

Al igual que la comunidad del exilio, los hijos de la Revolución en Miami apelan al humor para lidiar con las contingencias de un nuevo escenario de vida. Sin embargo, ponen en circulación formas artísticas y sociales derivadas de la Cuba actual, que son territorializadas nuevamente a fin de negociar su propio espacio en una ciudad más multicultural que la de hace alrededor de cincuenta años. La transposición de formas (culturales, lingüísticas, etc.) en esa urbe es un fenómeno muy criticado por el exilio histórico, que se separa de los «recién llegados» y de la Cuba actual no solo en términos de identidad política (O'Reilly Herrera, 2001). Los nuevos emigrados despliegan un intercambio afectivo y una continuidad con la Isla, que es visible en la dinámica de los programas de televisión incluidos en mi estudio.

A la luz del vacío en el panorama televisivo nacional con respecto al mercado cubano (Dávila y Rivero, 2014; Laguna, 2014), las estaciones locales de Miami enfocan a esta audiencia a través de diferentes estrategias. Lo que Dávila (2001) llama la «corporatización de la latinidad» ha creado una comunidad hispánica imaginada perdiendo de vista las necesidades afectivas y culturales de los inmigrantes en diferentes ciudades de los Estados Unidos. Así lo demuestra el estudio de Henry Puente (2014) sobre el potencial de NuvoTV como estación orientada a los hispano-angloparlantes:

El mercado latino en los Estados Unidos no está tan cohesionado como el mercado principal, sino que consiste más bien en varios submercados como el mexicano-americano, el puertorriqueño y el cubano-americano. Dentro de estos varios submercados, los observadores tienen diferentes experiencias de inmigración y están en diferentes etapas de aculturación. Esta teleaudiencia, por consiguiente, es atraída por un contenido distinto. (77)

La estación América TeVé de Miami ha sacado ventaja del mencionado «vacío» en el panorama de los medios estadounidenses-hispánicos, creado por la pretendida homogenización de los hispanoparlantes. De hecho, Alejandro Alvarado (2015), antiguo periodista de Univisión y asesor en comunicaciones para diferentes compañías mediáticas, explica que no solo la televisión sino todos los medios de comunicación masiva buscan sus propios nichos en el mercado: «los canales de televisión [hispanos], obviamente [...] se alimentan de los inmigrantes. Si

cortan la migración, Univisión desaparece en diez años, porque su contenido es en español». En Miami, varias estaciones de televisión compiten por el mercado hispano en español: América TeVé, Genvt, Mega TV y Mira TV.

La mayoría de ellas buscan conquistar la audiencia cubana. En efecto, Iván Camejo (2015), uno de los escritores de *El Happy Hour*, asegura que «gran parte del público que tiene este canal específico [América TeVé] es cubano, creo que más de 90%». Como afirma Ramón Fernández-Larrea (2015), un conocido guionista de televisión y radio, nacido en Cuba, y uno de los entrevistados para mi investigación,

esta ciudad [Miami], este conglomerado, me pareció una cosa muy rara, un pastiche de todos los barrios de La Habana. Repleto de cubanos, guetos y gente que quieren ser más cubanos que antes. Por eso te digo, si te llegas a Hialeah, entra a una tienda de videos: están todos los documentales cubanos, las películas, los programas de la televisión cubana, los muñequitos [animados] rusos [soviéticos], porque son señas de la nostalgia y de la identidad de una generación o de un par de generaciones.

En efecto, la invocación por Fernández-Larrea de las telenovelas cubanas y los muñequitos rusos en Hialeah prefigura un fenómeno de índole diferente, no relacionado con los exiliados históricos. Más allá de la nostalgia, la televisión local que se dirige a los emigrados cubanos recientes crea un espacio de pertenencia y sincronismo cultural, en el que la identificación emerge como un afecto transnacional. Voy a explorar tal sincronismo a través del análisis del discurso de programas que revelan una cubanía entendida como trayectoria sazónada con experiencias de vida tanto de «aquí» como de «allá». Abordo el carácter performático del lenguaje (Austin, 1962; Searle, 1969) cuando construye acercamientos y distanciamientos de Cuba y de la esfera local (Miami). Analizo este fenómeno en *El Happy Hour*, un programa transmitido de 6:00 a 7:00 p.m., inmediatamente después de las noticias, por América TeVé; *Seguro que yes* (show humorístico de Alexis Valdés, al aire en América TeVé hasta 2007), y *Esta noche tu night* (en Mega TV, igualmente de Alexis Valdés, hasta 2012). Los integrantes del elenco de estos programas participaban en los empeños de entretenimiento de la televisión estatal cubana en La Habana. Aquellos espacios televisivos estaban (y están) caracterizados por un formato similar a los de aquí (excepto los comerciales, prohibidos por el gobierno): una orquesta en vivo (a la usanza de David Letterman), entrevistas con celebridades locales, un músico o banda invitado/a, y episodios humorísticos.

Primero examinaré uno de los segmentos de *El Happy Hour*, «Andar Miami», que presenta una burla «elaborada» de la realidad cubana en los Estados Unidos. Dicha sección corresponde, en estilo de

parodia, al programa cubano *Andar La Habana*, conducido por el historiador de la capital Eusebio Leal, quien «reaparece» en Miami en la piel del actor cubano Erick Concepción como «Arsenio Real». Debido a que *Andar La Habana* comenzó a fines de los 80, no es posible que una parodia en Miami produzca la misma atracción afectiva en los exiliados. Las reminiscencias de un imaginario vinculado a la Cuba actual trascienden el título del programa. La letra del videoclip que introduce el programa «aquí» (en Miami) parodia el que se convirtió en marca del programa «allá» (en La Habana) en 1993, con la poética trovadoresca de Gerardo Alfonso.

«Sábanas blancas», de ese compositor, se convierte en un canto burlesco a Miami, capturada visualmente con cierta intencionalidad de «choteo». Mientras las imágenes muestran calles de Hialeah y la icónica Calle 8 repleta de tiendas de tabaco, restaurantes cubanos y percusionistas callejeros, la letra anuncia: «La sagüecera y Hialeah para gozar, barrios balseros llenos de tradiciones y emociones». Las tradiciones enraizadas en los barrios de La Habana, a los cuales canta Alfonso, con su arquitectura colonial, *art deco* y *art nouveau*, son sustituidos por la infraestructura de bajo costo y pragmática, típica del urbanismo reciente estadounidense. Mientras que los inmigrantes económicos conservan memorias de una Habana Vieja, incluida en el Patrimonio Mundial de la Unesco, Miami aparece como una ciudad improvisada, una redición reduccionista de La Habana. Además, la propia calle 8, relacionada con la memoria del exilio de los 60 y los 70, es trastocada en escenario vital del imaginario de los «balseros». Al reivindicar una preponderancia «balsera», la letra borra el diverso tejido inmigrante de Hialeah y el sur de Miami, y al hacerlo, el pasado se diluye en el presente, apropiado y transformado por los emigrantes recientes.

Simultáneamente, el programa reformula la cubanía de forma diferente a *Andar La Habana*, al destacar el desplazamiento del nombre del historiador de la ciudad a Arsenio Real. Parodiando los rasgos serios y ceremoniales del estilo de Leal, con raíces en la retórica clásica, la actuación de Concepción despliega una gestualidad lúdica que desmantela los medios expresivos propios de aquel para producir la irreverencia burlesca a su autoridad. La parodia de los modales y el estilo oratorio, y su transformación en Real, podrían ser entendidas como un reclamo de autenticidad más afín a los emigrados que crecieron bajo la Revolución, quienes habitan un espacio cultural que yo calificaría de «otro», atravesado por las características de la Cuba actual y de su realidad inmediata en Miami.

En una entrevista reciente para el programa *A fondo*, de América TeVé, Concepción (2015) criticó a los cubanos en esa ciudad, quienes «pierde[n] un poco

la perspectiva de cuando vivíamos en Cuba; siempre es bueno volver a mirar (atrás) para saber dónde vivimos, para saber que hay gente que necesita nuestro apoyo». Concepción trae a debate una «pérdida de perspectiva» unida a la falta de memoria; de ahí la necesidad de «volver a mirar atrás», de no olvidar. Lo contrario conduciría, en última instancia, a la simulación en lugar de la autenticidad: un cubano «verdadero», como la inmensa mayoría de su audiencia, tendría un interés en la gente y los lugares de origen (un valor incitado por emigrados recientes). Como hecho interesante, Concepción hace esta afirmación después de haber viajado a Cuba para filmar una serie sobre La Habana para *El Happy Hour*: estuvo en Coppelía (la famosa heladería), en los barrios portuarios de La Habana Vieja, en los solares, mostrando en cámara la arquitectura ruinosas y las condiciones de vida. Con este programa, «Andar Miami» fue transformado en otro *Andar La Habana*, visibilizando la propia oscilación o vaivén transnacional de su audiencia principal, moviéndose a través del Estrecho de la Florida. El objetivo fue retratar «esa otra Habana que es mucho más gigante, la de la gente sencilla, humilde, que pasa muchísimo trabajo a diario para poder vivir», en contraste con la capital de Leal, «muy bella, colonial, los recuerdos». Entonces, la cuestión es tanto sobre la memoria como sobre dotar al programa de un sentido de simultaneidad entre «aquí» y «allá». Aún más, la mirada acerca de La Habana producida por el programa de televisión miamense también ha sido reubicada: el equipo de *El Happy Hour* no filmó las mansiones y palacios del glamoroso legado cultural cubano; en lugar de ello volvió su mirada al presente, a la vida cotidiana, lo cual en última instancia constituye un reclamo a la autenticidad (el *Andar La Habana* «real» con Arsenio Real).

En conclusión, «Andar Miami» expresa un gesto cáustico hacia una generación de cubanos para quienes La Habana es un sitio de referencia diaria, una «copresencia» (también) a través de narrativas televisivas. En el fondo, apuntala una nueva versión de la ciudad (aquí y allá), y un sentido de pertenencia a un espacio social transnacional influido por lazos continuos con el país de origen. Si *Andar La Habana* «performatiza» una copia de reserva del pasado de la ciudad, «Andar Miami» y su saga se convierten en un homenaje a ambas ciudades al suscitar una nueva memoria colectiva, en un enclave cubano diverso, a través de las nociones de autenticidad de los inmigrantes recientes: el Arsenio «real», la perspectiva del balsero real para quien un imaginario translocal se ha convertido en marca generacional.

En la siguiente sección examino la inversión cultural en la «producción de localidad» (Appadurai, 1996), a través del análisis del discurso en dos programas en los que el contacto idiomático ofrece una posición

ventajosa para la exploración del carácter liminal,⁷ la separación y el apego de los emigrados a la sociedad de acogida y al país de origen.

El inglés y el cubano vernáculo

Seguro que yes (en América TeVé) fue uno de los primeros títulos en el panorama televisivo de Miami en combinar los idiomas inglés y español.⁸ Comenzó a salir en 2005, cuando el actor cubano Alexis Valdés (quien entonces vivía en España) decidió probar su suerte con un proyecto en Miami utilizando actores que habían llegado alrededor del año 2000. Lo hizo reuniendo a un equipo que ya era conocido para una audiencia de inmigrantes cubanos recientes. Los escritores incorporados a este proyecto fueron Fernández-Larrea y El Pible (2014). El primero era conocido entre los oyentes de radio de La Habana en los 80 y principio de los 90 por sus transmisiones humorísticas en vivo de *El programa de Ramón*, que rompió con el concepto de los programas de entrevistas radiales en Cuba. En el pináculo de su carrera, Fernández-Larrea viajó a Europa para seguir trabajando en el sector de los medios. El Pible pasó ocho años en Chile, donde publicó varios libros sobre el humor del grafiti, y apareció regularmente en espacios televisivos y radiales. En Cuba formó parte de un grupo humorístico icónico de los 80, *La leña del humor*, conocido por sus inteligentes juegos de palabras y la incorporación de parodias musicales a sus proyectos. Según Fernández-Larrea (2015) escogieron el título *Seguro que yes*

con toda intención, incluso se ha repetido el patrón del espanglish [...] Entonces, llegar de España y presentarse [en Miami], tienes que decir: yo también soy de aquí y yo también soy capaz de burlarme del idioma. De esta cosa que hablamos, que llegamos a un lugar y decimos: voy al Home pipo (por Home Depot), el Flora Gardel (por Fort Lauderdale), el trompique (por *turnpike*) —o muchos le dicen el compay: «voy por el compay hasta el Flora Gardel». La gente lleva el idioma a lo suyo, ya desde el manejo de esto estamos dando el tono del programa. ¡Seguro que yes! O sea que, no es lo mismo «Sure que sí».

Con *Seguro que yes*, Alexis Valdés buscó transmitir un color local que se inicia fundamentalmente a través del lenguaje. Una vez en Miami, era necesario un marcador para construir una presencia mediática acorde con la nueva realidad cultural y lingüística. Ser capaz de «burlarse del idioma», según señalara Fernández-Larrea, es una de las estrategias de supervivencia de los cubanos allí, contra la contingencia del contacto con diferentes idiomas, porque la mayoría viene a los Estados Unidos sin un conocimiento previo del inglés. Después de una breve escala en América TeVé en 2007, Valdés transfirió

Los hijos de la Revolución en Miami apelan al humor para lidiar con las contingencias de un nuevo escenario de vida. Sin embargo, ponen en circulación formas artísticas y sociales derivadas de la Cuba actual, que son territorializadas nuevamente a fin de negociar su propio espacio en una ciudad más multicultural que la de hace alrededor de cincuenta años.

su programa a Mega TV Canal 22, y lo retituló *Esta noche tu night*. Aquí también fue el anfitrión que entrevista a artistas latinos y presentó todas las secciones del programa, de una hora de duración. Al igual que con su primer show, Valdés optó por un título bilingüe para el nuevo espectáculo, en el que la interacción de ambos códigos suscita un juego de palabras: «tu night» por *your night*, ya que el «tu» en español indica posesión, mientras que la fonética de «tu night» en inglés se refiere al primer significado de la frase en español: «esta noche». Tal actitud lúdica hacia la estructura lingüística, así como su serie de significados, denota la no fijación del código en la subjetividad del inmigrante. El título crea una fluidez sociocultural «natural», como en el caso de los bilingües que cambian de códigos en una misma frase. Sin embargo, solo los títulos de estos programas y las inserciones ocasionales de términos en inglés sugieren una audiencia bilingüe. A pesar de la presencia de ambos idiomas en la vida cotidiana, desde las artes, los medios, los anuncios, la política, la educación, y la economía hasta el mercado, que hace de Miami una ciudad bilingüe (Lynch, 2000),⁹ los programas son producidos totalmente en español con una enfática presencia de la variante cubana.

En *Esta noche tu night*, Valdés introdujo un personaje que había popularizado en Cuba en los años 80: Cristinito. En Miami, este último incorpora una serie de expertos desastrosos, desde un abogado de inmigración y un consejero matrimonial de familias multiculturales hasta un lingüista. Utilizando juegos de palabras, equívocos y *espanglish*, Valdés coloca el lenguaje en el centro de la autorreinvención de los inmigrantes que mezclan referencias culturales locales con otras de la vida actual en la Isla.

En una sección de *Esta noche tu night* titulada «Lechón de lengua», Cristinito encarna a un lingüista de la Real Academia de la Lengua Española (RAE). Su uso subversivo e irreverente del idioma materno virtualmente lo transforma en un «asesino» de la lengua misma. Destroza el español con errores de ortografía y reconstrucciones arbitrarias que provocan no solo risa, sino una reflexión sobre cómo las alteraciones en la gramática y la sintaxis entran en diálogo con la propia alteración en la realidad del inmigrante. Mediante la división en sílabas, el lingüista Cristinito contrapone al diccionario publicado por la RAE su

propio «conocimiento» del lenguaje en el contexto de la integración de la diáspora a la sociedad anfitriona. Por ejemplo, en el programa del 18 de junio de 2014,¹⁰ este personaje muestra su «conocimiento» al explicar la formación del sustantivo español *sucedáneo*. Según él, la palabra está formada por la combinación de dos: «su» y «cedáneo»; atribuye la primera al verbo inglés *to sue*, mientras que no divide «cedáneo»; en lugar de ello lo vincula con un supermercado local de Miami llamado Sedano's. La absurda confluencia de ambos idiomas adelanta el despliegue de su «sabiduría» local: «algo habrá hecho (Sedano's) pa' que le metan un *sue*». En otras palabras, Cristinito hace un guiño a la audiencia con rumores de la vida diaria como la venta de productos caducados en tiendas y supermercados de Miami, que podría ser la causa de un *sue* (demanda). Esta inserción de un término inglés en la frase «meter un *sue*» es un «préstamo adaptado» que desplaza a la palabra española «demanda». El contexto se impone, ya que cualquier reclamación legal supone al inglés como idioma principal en la ciudad. Esta construcción de identidad con el trasfondo del contacto entre idiomas conforma la imagen de una comunidad de hispanoparlantes con acento cubano, en particular la variante de La Habana (la de Cristinito), que se relaciona con un mundo en inglés de naturaleza y función específicas. Además, al establecer un vínculo arbitrario entre Sedanos y «sucedáneo», Cristinito también saca a relucir la cuestión de la responsabilidad pública, que es parte de las preocupaciones de la vida diaria en la ciudad.

A pesar de los títulos bilingües de *Seguro que yes* y *Esta noche tu night*, estos emiten señales afectivas a una comunidad que parece no verse aún a sí misma como hablante de un segundo idioma. La lengua inglesa constituye a la vez un sitio de autoirrisión y de integración simbólica a la sociedad anfitriona. Por último, las actuaciones de Cristinito representan una especie de sincronismo entre La Habana y Miami, sin desfocar las diferencias/distancias, que no son solo geográficas. A través de sus continuas referencias a la vida y fraseología actuales de Cuba y Miami, el programa se dirige a una generación de cubanos criados bajo la Revolución, que «quiere lo mejor de ambos mundos» (de Cuba y los Estados Unidos), según Fernández-Larrea (2015), en un nuevo espacio.

La programación de La Habana «aquí»

Mientras trabajaba en este estudio tuve que avanzar y retroceder en el análisis cuando las relaciones políticas entre Cuba y los Estados Unidos sufrieron cambios en los últimos dos años. La flexibilidad en el enfoque de las relaciones externas por parte de Barack Obama, en particular con Cuba, no solo tiene que ver con la ineficiencia de una política de medio siglo. Durante su viaje oficial a La Habana en marzo de 2016, aquel fue acompañado por una comitiva de hombres y mujeres de esferas diferentes de los Estados Unidos: de negocios, cultural, religiosa y política. La delegación y las sucesivas visitas a la Isla que efectúan empresarios, políticos, artistas, senadores y representantes a la Cámara demuestran el interés en un acercamiento por parte de diversos sectores, incluyendo a cubano-americanos.¹¹

En junio de 2016 mi investigación dio otro giro. DishLatino, una compañía con catorce millones de suscriptores en los Estados Unidos y unos doscientos cincuenta canales con programación internacional, me sorprendió (al igual que a otros) con un anuncio inesperado: la trasmisión de productos televisivos cubanos en territorio estadounidense. El acuerdo comercial con un canal recientemente inaugurado, CubaMax, sería celebrado con una noche cultural titulada *De La Habana a la Pequeña Habana* en el teatro Olympia, de Miami. Efectivamente, la festividad fue amenizada con la actuación de actores y músicos cubanos, entre ellos Luis Silva, el comediante que encabeza el equipo de *Vivir del cuento*, el programa humorístico más popular de la televisión en la Isla (Vicent, 2016).

El evento confirmó mi tesis del flujo bidireccional en términos de producción televisiva entre los dos países, que acentúa la dimensión transnacional de los inmigrantes cubanos en los Estados Unidos. Es más, el objetivo de CubaMax es presentar un «producto culturalmente abierto que atraviese fronteras [...] un puente entre las dos culturas» (Gámez Torres, 2016). Actualmente, Idaobex Living, una compañía española especializada en la adquisición y venta de productos visuales, participa en ese puente al crear una rama en los Estados Unidos para administrar el canal. Este es un hecho importante para nuestro análisis, ya que pone en evidencia el acentuado carácter transnacional de las actuales condiciones de producción, comercialización y consumo de contenidos mediáticos, tanto en los mercados regionales como globales (Gómez *et al.*, 2014). No obstante, en el caso cubano debemos subrayar cómo las leyes del embargo estadounidense limitan esta esfera transnacional, pues Idaobex Living solo puede comprar audiovisuales cubanos terminados, según Gómez *et al.* Su intervención en este acuerdo comercial se refiere exclusivamente a cuestiones de derecho de autor, en

tanto CubaMax, como compañía estadounidense, no está autorizada a participar ni en la producción ni en el financiamiento de proyectos televisivos en Cuba.

Un representante de Idaobex reveló la «audiencia clave» que espera CubaMax: «la nueva ola de cubanos que se inició en el año 2000». El canal apela a «la posibilidad de ver actores que reconocen (los inmigrantes recientes), mientras que también ven —por primera vez— los mismos programas que están viendo sus familiares en la Isla» (Gámez Torres, 2016). Tal suposición conecta nuevamente a las audiencias de «aquí» y de «allá» mediante un lazo emocional basado en la necesidad de comunicación sobre experiencias compartidas, en este caso sobre el consumo de un producto televisivo.

Conclusiones

Al considerar como audiencia imaginada a los emigrados cubanos recientes, América TeVé, Mega TV y CubaMax han encontrado su nicho en la ciudad, cuando el número de aquellos se ha duplicado desde 2012. Según Jens M. Krogstad (2017), investigador del PEW Research Center,

unos 56 406 cubanos llegaron a los Estados Unidos por puertos de entrada en el año fiscal 2016, 31% más que en el año fiscal 2015, cuando 43 159 cubanos entraron por la misma vía, según los datos más recientes del servicio de Aduanas y Protección de Fronteras de los Estados Unidos. El año fiscal 2015 tuvo una oleada incluso mayor, cuando las entradas cubanas fueron 78% mayor que las de 2014, al arribar 24 278 cubanos [al país]. Y aquellas cifras de 2014 ya habían aumentado dramáticamente en relación con años anteriores, después de que el gobierno cubano levantó las restricciones a los viajes.

La preponderancia de este segmento entre la audiencia hispana continúa influyendo en las decisiones de las estaciones televisivas locales, las cuales contratan a escritores, artistas y productores que daban forma a la televisión estatal cubana. Por tanto, la *cubanía* no es solo un instrumento afectivo siempre en reformulación, también es un bien material, un recurso mercantilizado orientado a enfocar a un segmento de los hijos de la Revolución en Miami. Por último, la transnacionalidad de los emigrados recientes está impactando las formas en que la sociedad estadounidense y los cubanos en la Isla se perciben entre sí, pero este es tema para un seguimiento al presente estudio.

Traducción: Olimpia Sigarroa.

Notas

1. En el mismo sentido, otros autores como Gámez Torres (2014), por ejemplo, se han referido a una *cubanidad* sin fronteras

(basándose en la *multiculturalidad* de Hernández-Reguant, 2009) al explorar la orientación multidimensional, e incluso cosmopolita, de la música popular cubana.

2. Esos académicos emplean la migración transnacional en lugar de diásporas, como forma de arrojar luz sobre los procesos y prácticas que «forjan y sustentan relaciones sociales simultáneas de múltiples facetas, las cuales vinculan a sociedades de origen y asentamiento» (Glick-Schiller *et al.*, 1995). Según estos autores, las prácticas transnacionales crean un espacio social heterogéneo donde se producen diferentes formas de pertenencia, y no necesariamente se enmarcan dentro de las nociones de identidad de las sociedades involucradas (Rouse, 1991). En este sentido abordo el fenómeno Cuba-Miami, examinado a través del análisis de flujos televisivos bidireccionales.

3. Ver los estudios de Christine Lohmeier (2014) sobre la producción mediática del exilio, y de Marelys Valencia y Andrew Lynch (2016) sobre la «translocación» del idioma español en la producción televisiva de cubanos emigrados en un circuito transnacional: La Habana-Madrid-Miami.

4. Medios de comunicación como las estaciones de radio en español fueron (y siguen siendo) «las fuerzas más poderosas para salvaguardar y fortalecer una mentalidad de exilio» (Lohmeier, 2014: 20).

5. Las cuestiones analizadas por la FIU (2016) en esa encuesta giran alrededor del embargo de los Estados Unidos, el envío o venta de medicinas y alimentos a Cuba, la normalización de las relaciones diplomáticas y los viajes a la Isla. Véase <http://www.fiu.edu/orgs/iyor/cubapoll>. Encuestas sucesivas han revelado resultados similares.

6. Concepto por el cual posiciones subyacentes con base ideológica son asimiladas como algo «natural» por miembros de comunidades. Así, *doxa* se convierte en *sensus communis*.

7. Según el diccionario de la lengua española © 2005 *Espasa-Calpe*: adj. psicol. Perceptible por los sentidos, que queda dentro de los límites de lo que se puede percibir conscientemente: *la publicidad liminal es legal*. Véase <http://www.wordreference.com/definicion/liminal>.

8. Se debe mencionar el programa de entrevistas *Qué pasa USA?*, primera comedia bilingüe de situaciones en los Estados Unidos, pero fue producida por la estación miembro de PBS en Miami, WPBT, y no por una estación hispana.

9. Según Lynch (2002), «el español y el inglés en Miami compiten de cerca en un número de niveles: número de hablantes, visibilidad, apoyos institucionales y comerciales, y viabilidad económica (273)». Este fenómeno permite el contacto permanente con la lengua materna de aquellos que emigraron a principios de los 60 y en los 70 así como sus descendientes, ya que el idioma español es necesario para comunicarse en una serie de situaciones y esferas sociales (279).

10. Véase <http://cort.as/-EQGF>.

11. Para un análisis más detallado, véase Castro Mariño (2015), Hernández (2015) y Sánchez Egozcue (2015).

Referencias

Alvarado, A. (2015) Entrevista realizada por Valencia, M., marzo.
Appadurai, A. (1996) *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Austin, J. L. (1962) *How to Do Things with Words*. Oxford: Clarendon Press.

Berg, M. L. (2011) *Diasporic Generations: Memory, Politics, and Nation among Cubans in Spain*. Oxford: Berghahn Books.

Camejo, I. (2015) Entrevista realizada por Valencia, M., marzo.

Castro Mariño, S. M. (2015) «Cuba-Estados Unidos: finalmente diálogos en plural entre pares», Panel «Las nuevas relaciones Estados Unidos-Cuba: formación, factores, y fantasmas». *Temas*, n. 81-82, enero-junio, 91-9. Disponible en <<http://cort.as/-E2yc>> [consulta: 21 enero 2019].

Concepción, E. (2015) Entrevista realizada por Sevcec, P. En: *A Fondo. América Te Vé*, 5 de febrero. Disponible en <<http://cort.as/-E4Ou>> [consulta: 21 enero 2019].

Dávila, A. (2001) *Latinos Inc.: Marketing and the Making of a People*. Berkeley: University of California Press.

Dávila, A. y Rivero, Y. (eds.) (2014) *Contemporary Latina/o Media: Production, Circulation, Politics*. Nueva York: NYU Press.

Duany, J. (2011) *Blurred Borders: Transnational Migration between the Hispanic Caribbean and the United States*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Eckstein, S. (2009) *The Immigrant Divide: How Cuban Americans Changed the U.S. and Their Homeland*. Londres: Routledge.

_____ (2013) «How Cuban Americans are Unwittingly Transforming their Homeland». En: *How Immigrants Impact Their Homelands*. Eckstein, S. y Najam, A. (eds.), Durham: Duke University Press.

El Pible (2014) Entrevista realizada por Valencia, M., abril.

Fernández-Larrea, R. (2015) Entrevista realizada por Valencia, M., marzo.

FIU Poll (2016) «Florida International University Cuban Poll». Disponible en <<http://cort.as/-E4RA>> [consulta: 21 enero 2019].

Gámez Torres, N. (2014) «La Habana está en todas partes». Young Musicians and the Symbolic Redefinition of the Cuban Nation». En: *Un pueblo disperso: Dimensiones sociales y culturales de la diáspora cubana*. Duany, J. (ed.), Valencia: Aduana Vieja, 190-216.

_____ (2016) «Americans Will Soon Be Able to Watch Cuban TV from Their Living Rooms». *The Miami Herald*, junio. Disponible en <<http://cort.as/-E4RO>> [consulta: 21 enero 2019].

Georgiou, M. (2004) «Consuming Ethnic Media, Constructing Ethnic Identities, Shaping Communities: The Case Study of Greek Cypriots in London». En: *Race/Gender/Media: Considering Diversity across Audiences, Content, and Producers*. Lind, R. A., (ed.), Boston: Allyn & Bacon, 52-60.

_____ (2006) *Diaspora, Identity and the Media: Diasporic Transnationalism and Mediated Spatialities*. Nueva York: Hampton Press.

Glick-Schiller, N., Green Basch, L. y Szanton-Blanc, C. (eds.) (1992) *Towards a Transnational Perspective on Migration: Race, Class, Ethnicity and Nationalism Reconsidered*. The New York Academy of Sciences.

_____ (1995) «From Immigrant to Transmigrant: Theorizing Transnational Migration». *Anthropological Quarterly*, v. 68, n. 1, 48-63.

Gómez, R., Miller, T. y Dorcé, A. (2014) «Converging from the South. Mexican Television in the United States» En: *Contemporary Latina/o Media: Production, Circulation, and Politics*. Ob. cit., 44-61.

Grenier, G. (2006) «The More Things Change: The Creation, Maintenance and Persistence of the Cuban-Exile Ideology in Miami». *Journal of American Ethnic History*, invierno-primavera, 209-24.

_____ (2010) Conferencia pronunciada el 29 mayo en la Universidad de Notre Dame. París.

Grenier, G. y Girard, C. (2008) «Insulating Ideology: The Enclave Effect on South Florida's Cuban Americans». *Hispanic Behavioral Science Journal*, n. 30, 530-43.

Hernández, R. (2015) «Siete tesis en torno a la normalización entre Cuba y los Estados Unidos». Panel «Las nuevas relaciones Estados Unidos-Cuba: formación, factores, y fantasmas». Ob. cit., 105-9.

Hernández-Reguant, A. (2009) «Multicubanidad». En: *Cuba in the Special Period. Culture and Ideology in the 1990s*. Hernández-Reguant, A. (ed.), Nueva York: Palgrave-MacMillan, 69-88.

Krogstad, J. M. (2017) «Surge in Cuban Immigration to U.S. Continued Through 2016». *PEW Research*, 13 de enero. Disponible en <<http://cort.as/-E4S->> [consulta: 21 enero 2019].

Laguna, A. S. (2014) «Cuban Miami on the Air: Narratives of Cubanía». *Journal of Latin American Cultural Studies*, v. 23, 87-110.

_____ (2017) «Transnational Diversion» En: *Diversión. Play and Popular Culture in Cuban America*. Nueva York: NYU Press.

Lohmeier, C. (2014) *Cuban Americans and the Miami Media*. Jefferson, NC: McFarland & Company Publishers.

Lynch, A. (2000) «Spanish-Speaking Miami in Sociolinguistic Perspective: Bilingualism, Recontact, and Language Maintenance among the Cuban-Origin Population». *Research on Spanish in the U.S.* Roca, A. (ed.), Somerville, MA: Cascadilla Press, 271-83.

Naficy, H. (1993) *The Making of Exile Cultures: Iranian Television in Los Angeles*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

O'Reilly Herrera, A. (2001) *ReMembering Cuba: Legacy of a Diaspora*. Austin: University of Texas Press.

Portes, A. y Purhmann, A. (2015) «A Bifurcated Enclave: The Economic Evolution of the Cuban and Cuban American Population of Metropolitan Miami». *Cuban Studies*, v. 43, 40-63.

Portes, A. y Stepick, A. (1996) *City on the Edge: The Transformation of Miami*. Berkeley: University of California Press.

Puente, H. (2014) «NuvoTV: Will It Withstand the Competition?». En: *Contemporary Latina/o Media: Production, Circulation, Politics*. Ob. cit., 62-81.

Rouse, R. (1991) «Mexican Migration and the Social Space of Postmodernism» *Diasporas: A Journal of Transnational Studies*, v. 1, n. 1, 8-23.

Sánchez Egozcue, J. M. (2015) «Intercambios bilaterales y modelos de relaciones Cuba-Estados Unidos: la dimensión económica». Panel «Las nuevas relaciones Estados Unidos-Cuba: formación, factores, y fantasmas». Ob. cit., 99-105.

Searle, J. R. (1969) *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge University Press.

Valencia, M. y Lynch, A. (2016) «Migraciones mediáticas. La translocación del español en televisoras hispanas de Estados Unidos». *Cuadernos AISPI*, n. 8, 171-96.

Vicent, M. (2015) «Vivir del cuento, todo un emblema nacional en Cuba». *El País*, 29 de agosto. Disponible en <<http://cort.as/-E4SX->> [consulta: 21 enero 2019].