

ENTRE LA RETIRADA Y EL ENLAZAMIENTO: SOBRE LAS IDENTIDADES *ON-LINE* DE LA MIGRACIÓN

Mariana Patricia Busso
Universidad Nacional de Rosario (Argentina)

En el presente trabajo intentaremos reflexionar acerca de la producción de identidades en línea en la red social Facebook, con el fin ulterior de esbozar un abordaje sobre las características específicas que asumen las páginas para argentinos en el extranjero. Para ello aplicaremos, principalmente, las categorías trabajadas por el sociólogo francés Dominique Cardon, quien se ha preocupado a lo largo de su obra por analizar las relaciones entre los usos de las nuevas tecnologías y las prácticas culturales y mediáticas.

Para ejemplificar nuestro análisis hemos seleccionado ciertos *grupos* en Facebook formados por inmigrantes argentinos residentes en el exterior (1). Una particularidad de estos grupos es que son de carácter abierto o público y que han sido creados y son administrados por uno o más usuarios de esta red social. Asimismo, cuentan con la sección de foro y no únicamente con el muro, lo cual redundará en una mayor especificidad con relación a los temas tratados. Las páginas que hemos analizado son: *Provincia 25 – Argentinos en el exterior*; *Argentinos en Madrid*; *Argentinos en España*; *Argentinos en Italia*; *Argentinos en Acción*; *Argentinos por el Mundo*; *Inmigrantes Argentinos*.

Abordaremos, en primer lugar, la conformación de comunidades virtuales a través de la mediación de las nuevas tecnologías en un contexto global. Pasaremos luego a interrogarnos sobre los mecanismos identitarios o de representación de sí que vehiculizan los migrantes argentinos en el extranjero a través de Facebook. Finalmente, estudiaremos el modo en el que dichas representaciones se convierten en relacionales y permiten pensar esa identidad en tanto interactiva y productiva.

Migraciones, globalización y nuevas tecnologías

“Navegar” es el término que más frecuentemente se utiliza para describir la actividad de los usuarios de Internet, aludiendo con ello a un particular modo de *uso* de esta nueva tecnología, que se caracteriza por un modo específico de transitar el ciberespacio que permite múltiples entradas y salidas, y donde los “lenguajes y textos” de la cultura contemporánea y el mundo moderno ofrecen “un espacio histórico tomado por un viajero de paso, un inmigrante, un nómada” (Chambers, 1995: 137).

De este modo, las prácticas que Internet propone nos obligan a pensar que la representación de sí mismo por parte de este usuario se encuentra mediada justamente por estas nuevas tecnologías (NTIC), y que en el espacio virtual que esas tecnologías configuran se produce la dilución de las identidades tradicionales (centralizadas, territoriales) y la conformación de otras con un fuerte componente de hibridación y *bricolaje*: identidades fragmentadas y múltiples, “construidas de múltiples maneras a través de discursos, prácticas y

posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos” (Hall, 2003: 17), en la que es central la diferencia, la “otredad”, en relación con otras identidades.

Paralelamente, siguiendo a Cardon, la posibilidad de comunicar, de producir y de intercambiar con las NTIC subraya el carácter activo, asimétrico y participativo de su utilización, donde resulta más apropiado referirse, entonces, a sus utilizadores como *usuarios* antes que como consumidores o receptores. Así, se devuelve a estos usuarios un “poder de actuar, adaptar y crear, frente a las tecnologías que pretenden prescribir maneras de hacer y de actuar” (Cardon, 2006:111).

Así concebidas, las NTIC jugarán un rol central en la caracterización de los movimientos migratorios –en particular aquellos transnacionales–, en un contexto de creciente globalización. Es necesario aclarar que las migraciones no pueden considerarse un fenómeno intrínseco a la globalización, ya que los movimientos de personas –sea dentro de las fronteras de un mismo país o bien atravesándolas– no son privativos de este período histórico. Sin embargo, es con el advenimiento del “mundo global” cuando los movimientos migratorios, en particular aquellos transnacionales, adquieren características específicas en las que es ineludible el rol de las nuevas tecnologías. Paralelamente, el aumento del protagonismo de los medios en la sociedad ha llevado a plantear el concepto de “sociedades mediatizadas”, donde “el funcionamiento de las instituciones, de las prácticas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios” (Verón, 2001: 15).

Siguiendo a pensadores como Carlos Altamirano, la globalización debe ser entendida como la interdependencia creciente entre las diferentes partes del planeta, la difusión de modelos de consumo, de sistemas de información y de comunicación, y el “debilitamiento relativo del poder de los estados nacionales frente a fuerzas y dinámicas transnacionales” (Altamirano, 2009: 3). En este sentido, podemos afirmar que en la conformación de la identidad de un determinado colectivo migratorio los contextos locales de referencia se encuentran en cierto modo diluidos o atravesados por ideas, valores y productos que no pueden circunscribirse territorialmente, aunque a la par de que se amplían los espacios de relaciones sociales, se produce una alta concentración y localización de poder, intereses y recursos (Pries, 2002).

Las redes migratorias, entonces, no se limitan a una dimensión o a una sola escala, e incluyen (entretrejiéndolos) elementos locales y globales. Asimismo, si consideramos que la producción de la propia identidad es mediada por las nuevas tecnologías, la utilización que estos migrantes realizan de Internet y de las redes sociales puede analizarse como un lugar de expresión de esta complejidad emergente donde se crea un *lugar* diferenciado para aquel que se ha desplazado. Este *lugar* posibilita nuevas formas de experimentar e interpretar ese descentramiento, así como de establecer redes donde se entrecruzan la redefinición de una identidad individual y la conformación de lazos colectivos, muchas veces signados por un fuerte componente de solidaridad y referencialidad local.

La proliferación de medios de comunicación dirigidos específicamente a este público inmigrante ha sido analizado por diversos autores como las españolas Gloria Gómez-

Escalonilla y María Victoria Campos Zabala, que han acuñado para designarlos la expresión *medios de la diáspora*, los cuales “juegan un papel clave en el proceso migratorio y en la formación de identidades culturales y colectivas” (Gómez-Escalonilla y Campos Zabala, 2009: 2). Aunque las redes sociales virtuales, tanto por su soporte como –fundamentalmente– por su uso específico, no pueden agruparse dentro de la caracterización de “medios *dirigidos* a la comunidad inmigrante”, estas autoras consideran que pueden pensarse igualmente como *medios de la diáspora* ya que comparten la característica de tender redes entre los inmigrantes, y entre ellos y la comunidad de origen y la de destino.

En este sentido, pasaremos a analizar lo que ocurre en el interior de Facebook como espacio de articulación y creación de una identidad colectiva, en la que se encuentran presentes elementos distintivos vinculados a la particular configuración de una identidad individual *relacional* que se pone en juego a través de aquel.

Apuntes sobre las comunidades virtuales

Los grupos que hemos seleccionado pueden abordarse analíticamente como lo que Susana Finkleleitch ha denominado “comunidades virtuales”. Esta autora define las comunidades en “comunicación mediada por computadora” (CMC) como “un conjunto de relaciones sociales unidas por un interés común o circunstancias compartidas” (Finkleleitch, 1999:1); y donde estas relaciones que “emergen de la red” se mantienen en el tiempo y conforman redes de amigos personales y profesionales en el ciberespacio.

En este marco, pensar a los grupos que hemos seleccionado en tanto “comunidades virtuales” e introducir asimismo las categorías brindadas por Cardon, nos permite considerar que las construcciones identitarias específicas de esas comunidades se superponen e imbrican con las propias lógicas de la red social Facebook.

Según Cardon (2008), el desarrollo de la llamada “web 2.0” va de la mano con una profundización de su dimensión relacional aunque, huelga decirlo, la tipología de estas relaciones es diferente a las de las “sociabilidades reales”, caracterizadas por una mayor densidad, centralidad y por un cierto tipo de obligaciones. Como plantea este autor, pareciera ser que la sociabilidad “real”, de contactos restringidos y de vínculos fuertes y cercanos es sustituida por “una práctica de puesta en relación mucho más ligera y laxa” (2) (Cardon, *ibidem*: 11). Sin embargo, concordamos con su planteo de que no se debe analizar esta nueva sociabilidad como evanescente o líquida, sino que es más apropiado abordarla como una nueva lógica de vinculación social donde las razones del contacto con el otro son una “consecuencia emergente de la expresividad personal” (3) (Cardon, *ibidem*: 12) propia de las sociedades contemporáneas.

En este punto, consideramos que la virtualidad de las redes sociales o de las CMC no significa una menor “potencia” de estas, sino que remite más bien a su característica de codificar las prácticas que aglutinan a través de símbolos que las enmarcan “con significados que escapan a las definiciones estrictamente semánticas” (Finkleleitch, 1998). Siguiendo esta línea, lo específico de las comunidades virtuales es su peculiaridad de reproducir, en un

espacio mediado técnicamente, relaciones sociales presentes en otros espacios (entendidos aquí como extra CMC más que como fácticos o cotidianos), junto con la potencialidad de trasladar en interacciones directas y “reales” lazos o relaciones que han sido creados gracias a los vínculos *on-line*.

Esta característica resulta particularmente relevante en el caso de las comunidades virtuales de migrantes (que llamaremos CVM), ya que a través de ellas se facilita un flujo de información y de recursos que alimentan la propia CVM, las relaciones entre el lugar de origen y el de residencia, y los vínculos que establecerán los migrantes con su nuevo entorno. Efectivamente, en el seno de las CVM que hemos seleccionado se produce un intenso intercambio de todo tipo de informaciones relacionadas con la migración: búsqueda de empleo, trámites burocráticos, promoción de la cultura autóctona, actividades lúdicas, reflexiones acerca de los usos y costumbres argentinos, etcétera, con la intención de acompañar y favorecer la integración del migrante en la sociedad de acogida, al mismo tiempo que se desarrollan redes de contactos que pueden mantenerse únicamente en la web o bien trasladarse a un plano “cara a cara”. Mencionamos a modo de ejemplo algunos de los tópicos que aparecen en los foros de los grupos seleccionados: en *Argentinos por el Mundo*, uno de los más activos, encontramos argumentos de discusión como “forma de conducir de los argentinos”, “quedarse o irse”, “si alguien sabe de leyes españolas”; en *Inmigrantes Argentinos*, “¿volverías a Argentina?”; y en *Argentinos en Italia*, “doble ciudadanía y conseguir trabajo” y “productos argentinos *on-line*”, entre otros.

Excede al presente trabajo analizar este último punto, es decir, la correlación en interacciones “reales” de aquellas producidas en un ámbito “virtual”, sino que nos detendremos más bien ahora en el cruce entre esta producción de contenidos “colectivos” y la dinámica de puesta en juego de la identidad individual que realiza Facebook desde la perspectiva teórica de Cardon.

La gestión de la identidad en Facebook

Siguiendo a Cardon, consideramos que la web 2.0 provoca una articulación original entre individualismo y solidaridad, donde los individuos buscan exhibir sus diferencias y particularidades pero en un contexto altamente relacional, en el que esa construcción se encuentra validada principalmente por la mirada del otro. Según este autor, es así como se conforma un nuevo modo de producción de la identidad donde “las capacidades expresivas de las personas, su modo de ser, de describirse y de nombrarse, de mostrar sus capacidades y creatividad, sirve para seleccionar, comunicar y compartir con otras individualidades” (Cardon, 2008:13); y por lo tanto, el usuario debe seleccionar una representación de sí mismo para mostrar a los otros y representarse ante ellos en el mundo *on-line*.

Adentrándonos en el caso de Facebook, parece evidente que en él la gestión de la identidad es eminentemente “estratégica”, donde la *representación de sí* se realiza a través de una *representación técnica* investida de un alto nivel simbólico. Esta representación “virtual” de la identidad personal, que no cuenta con un cuerpo en la que materializarse a modo de índice

de existencia, sólo puede hacerse visible para el resto a través de la creación de un perfil personal. Sin embargo, según Cardon (2008) y Georges (2009), no basta este perfil para la representación de sí mismo en el ámbito de la web 2.0. Ésta cobra entidad al ponerse en relación con otros a través de un juego de identidades, diferencias y también de cuantificaciones, que darán lugar a lo que estos autores denominan la *identidad digital* (4).

La “gestión identitaria” en Facebook se distingue entonces no únicamente por la creación de un perfil en línea, en el que el usuario es en cierto modo es capaz de gestionar la distancia entre su yo en línea y su yo real a través de la puesta en escena de un relato de sí mismo (pensemos aquí en la especificación del nombre, estado civil, fotos y videos que dan cuenta de la propia actividad, manifestación de la disponibilidad geográfica y temporal, etc.). También pasan a un primer plano las relaciones, y la cantidad de estas que el usuario, a través de su perfil, entabla con otros (establecimiento y conteo del número de “amigos”, comentarios a un post, aprobaciones a través del comando “Me gusta”...). Asimismo, con relación a los *formatos de visibilidad* (es decir, a las diferentes formas de mostración que las diversas plataformas reservan a la identidad de los participantes), Facebook se ubicaría en el modelo de “linterna” o de “claroscuro”, donde la visibilidad de las personas es relativa: clara para los más cercanos, en penumbras para los demás (Cardon, 2008). Así, esta opacidad relativa acompaña a los riesgos que han tomado los usuarios que hacen visibles elementos sensibles de su identidad, y donde incluso el modo de navegar se encuentra influido por esta visibilidad: en muchos casos, los usuarios de Facebook se desplazan en la red a través de las “trazas de luz” dejadas por sus redes de contactos.

Retomando ahora los grupos de emigrantes argentinos que hemos seleccionado, creemos que éstos pueden analizarse como un caso específico de “visibilidad” dentro de esta red social. Notamos que en lo que se ilumina en ellos hay una *retirada* de los elementos propios de esta *identidad digital* relativas a cuestiones personales o identitarias de los participantes en el grupo; mientras que lo que se muestra se relaciona más bien con intereses y actividades comunes a todos los miembros y no con características individuales o con producciones personales (fotos, videos) de los participantes o de los administradores.

En efecto, un indicio de ello podemos encontrarlo ya desde la enunciación de los objetivos de estos grupos en términos de “un lugar de encuentro para comunicarnos y charlar sobre nuestras vivencias” (*Argentinos en España*); un espacio “dedicado para todos aquellos que viven afuera de la Argentina, pero que a la vez se sienten tan cerca” (*Provincia 25*); “un lugar de encuentro donde compartir datos de interés y conocernos” (*Argentinos en Madrid*). Notamos que si bien sus miembros hacen referencia a experiencias personales (cómo conseguir un piso, cómo tramitar el permiso de residencia, cuáles han sido las experiencias relacionales en el nuevo país, etc.), estas experiencias poseen, si se quiere, un elemento diferencial en relación a aquellas que los mismos usuarios podrían postear en sus respectivos muros. Tanto el tono de lo narrado, de fuerte impronta descriptiva y explicativa, como el escaso acompañamiento de otros elementos que den cuenta de los rasgos del perfil de este usuario, al modo de la inclusión de fotos u otros elementos de anclaje (ya que para obtenerlos es

necesario “hacerse amigo” del usuario que ha publicado), o incluso la imposibilidad de obtener elementos “medibles” como la cantidad de “me gusta” por parte de los contactos, nos hacen pensar que estamos aquí ante una estrategia de visibilidad diferente o, más bien, a una valoración diferente del peso de los elementos de mostración de la propia identidad en línea para definirse con relación a otro usuario.

Notamos aquí que los temas que se “iluminan” en estos grupos son esos signos no demasiado distintivos pero que permiten entrar en relación, de los que habla Cardon al referirse a la representación de sí en la web (Cardon, 2008). A pesar de que pueda sonar paradójico, ello es particularmente evidente en estos grupos, que provienen justamente de un colectivo específico (emigrantes argentinos) y que se fundan sobre cuestiones de interés común a sus miembros y donde suelen narrarse casi didácticamente experiencias personales.

En efecto, una característica común de los grupos analizados es que desde “afuera”, es decir, posicionándonos como un no miembro, ellos son percibidos en tanto *particulares* y *específicos* principalmente por las características de los usuarios a los que están dirigidos (argentinos residentes en Madrid, por ejemplo), y que, para el usuario de Facebook, representan un elemento distintivo más para la creación de su perfil en esta red social. Sin embargo, una vez que estamos “adentro” en tanto miembros, es posible observar que son escasas las diferencias entre grupos de este estilo (todos los que hemos analizado plantean prácticamente idéntico objetivo, esto es, brindar un espacio de encuentro y socialización para argentinos residentes en esa ciudad, y ayudarlos a través de informaciones útiles para su vida cotidiana y para los periplos burocráticos que deban realizar). Entonces, esta característica de una cierta “homogeneidad” de los temas de debate puede considerarse no solamente como la confirmación de que se trata de asuntos importantes para un determinado colectivo en un modo transversal, sino también desde la perspectiva de Cardon, que se trata de una estrategia común en estas interfaces: para interactuar y relacionarse es menester tener una identidad que distinga pero no hasta el punto de que ya no haya puntos de contacto con otras, permitiendo así el cruce de las historias y aportes de los miembros desde una perspectiva horizontal y no jerárquica.

Podemos esbozar, entonces, que la repetición y las coincidencias –tanto formales como de contenidos– entre los diferentes grupos seleccionados pueden obedecer a una estrategia de este estilo, es decir, de conformación de perfil identitario grupal fácilmente reconocible en el interior de la web, más allá de las diferencias entre sus distintos miembros. Sin embargo, creemos que nuestro análisis puede ganar en riqueza si lo pensamos también con relación a la producción en sí de contenidos desde una lógica grupal o comunitaria.

La cooperación débil como factor relacional

Un abanico importante de pensadores, entre los que abordaremos aquí a Henry Jenkins, se han preocupado por analizar las nuevas tecnologías y los “intercambios digitales” realizados a través de estas, con relación ya sea a la generación de un nuevo contenido (“transmedia”,

siguiendo a Jenkins, 2008) o bien a la conformación de un usuario que es también “prosumidor” o productor de contenidos.

Por su parte, Aguiton y Cardon sostienen que “el desarrollo de la web siempre contiene el ideal comunitario” (5) (Aguiton y Cardon, 2007: 51). Estos autores aclaran que las prácticas de la web 2.0 no se caracterizan por una sociabilidad “fuerte”, sino que parecieran ubicarse en algún lugar intermedio entre comportamientos utilitarios y altruistas, en el que las modalidades de involucramiento de los usuarios parecen ser mayormente personales e individualistas (retomamos aquí lo dicho más arriba sobre la construcción de la identidad en línea). Sin embargo, podemos afirmar que este proceso de personalización es, a su vez, altamente relacional.

El caso de los grupos en Facebook que hemos tomado como objeto de análisis es elocuente al respecto. No se trata meramente de una estructura de tipo “pizarrón” donde los participantes publiquen información acerca de lo probado o experimentado (Gensollen en Cardon, 2008), sino que creemos que, manteniéndose un propósito específico como objetivo grupal, los lazos entre los miembros se complejizan y dejan de ser instrumentales para convertirse en relacionales: los usuarios producen contenido específico, sí, pero con el objetivo de captar la mirada del otro e iniciar una “conversación” con él.

Aguiton y Cardon intentan dilucidar esta cuestión explicando que “aun cuando el lazo entre los individuos todavía es débil, la densidad de los intercambios y el número de las conexiones es mayor de lo que se había pronosticado” (6) (Aguiton y Cardon, *op. cit.*: 54). La dinámica que estos pensadores llaman de *cooperación débil (weak cooperation)* se caracteriza, entonces, por relaciones interindividuales entre usuarios que son densas, activas, frecuentes y horizontales, y donde las identidades están expresadas justamente a través de los vínculos entre esas producciones.

Si analizamos nuestros grupos de referencia desde la óptica de la *weak cooperation*, notamos que existe una forma peculiar de práctica social de estos inmigrantes en la que la puesta en relación de sus identidades en línea obedece a (y produce al mismo tiempo) una búsqueda efectiva de conexión y de producción de una cierta *solidaridad difusa*, menos compulsiva y “reglada” que la de un sistema de *cooperación fuerte*. En efecto, podemos proponer que en estos grupos no sería necesaria la existencia de un plan de cooperación previo o una “preocupación altruista” (Aguiton y Cardon, *ibidem*: 54) que mueva a sus miembros a interactuar entre sí y crear espacios de puesta en común. Es posible, por el contrario, que la cooperación entre los usuarios se desarrolle a través (y a partir) de su interacción, en el acto mismo de poner en relación y en un modo “público” su presencia en la red.

En su caracterización de la *cultura de la convergencia* (7), Jenkins estudia el cambio en el modo de producción y de consumo de los medios, donde los usuarios de las NTIC son activos actores comunicativos. Si bien Jenkins focaliza su estudio en la creación y en la difusión de nuevos mitos culturales, encontramos que su análisis resulta de un gran aporte para nuestro enfoque de las comunidades virtuales. En efecto, este autor sostiene que en el

proceso que mencionáramos más arriba es concomitante con la ruptura de los vínculos con formas previas de comunidad social, con la progresiva desintegración de los lazos con la familia extensa e incluso nuclear, y con la redefinición de las lealtades a los Estados-nación (Jenkins, *op. cit.*).

Indudablemente, volvemos a encontrar aquí al *usuario nómada* al que nos referimos en las primeras líneas de nuestro trabajo. En este punto, podemos afirmar que la representación de sí mismo que realiza este usuario nómada en el ciberespacio no puede describirse según parámetros de una univocidad intrínseca o de una raigambre territorial o de lealtad a lazos identitarios tradicionales, sino que es más bien transversal, colectiva y *doblemente migrante*: en el sentido de su movilidad, de su característica eminentemente relacional, y por su potencialidad de “acoplarse” a otras identidades y actuar más bien por afinidades electivas que por diferencias.

Llevando esta afirmación a lo que sucede en el ámbito de nuestros grupos en Facebook, podemos arriesgar que la identidad en línea de sus miembros se complementa y se complejiza por un tipo de interacción que va más allá de lo que sucede en el propio perfil. Esta interacción, entonces, se relacionaría más bien con la construcción de una configuración identitaria en la que intervienen elementos colectivos, eminentemente, productos de una afiliación voluntaria, temporal y táctica, y, por ello mismo, productiva según las lógicas de la web 2.0.

A modo de reflexión final

El análisis de los grupos de emigrantes argentinos en Facebook a través de las teorías utilizadas nos permite dar cuenta de un proceso de construcción de la llamada *identidad en línea* que evita pensarlas como una mera manifestación de identidades individuales puestas en común a través de las NTIC. En efecto, con el concepto de *identidad digital* aquí expuesto podemos analizarlos en tanto novedosa instancia de *puesta en relación* de las identidades en línea elaboradas por los usuarios. En ellas no sería relevante a priori (aunque no inexistente) la existencia de un objeto o meta que guíe la interacción, sino que su propia característica relacional y constructiva es un elemento distintivo más al nivel de perfiles individuales que posibilitan al usuario mostrarse ante otros.

Asimismo, proponemos que en los grupos analizados se conforma un cierto tipo de sociabilidad que, a través de una *cooperación débil*, otorga sin embargo un rol central a la interacción y producción que cada usuario realiza en común con otros. Creemos que esta afirmación se sustenta en dos cuestiones: por un lado, referirnos a agrupamientos conformados voluntariamente por los usuarios, donde no se ubican en primer plano las características que hacen a la construcción del perfil en línea de los diversos participantes. Por otro lado, la centralidad –como factor aglutinante– de lo que podemos llamar una “inversión emocional” compartida (Islas, 2009: 31), que puede variar en el tiempo o con relación a la cual los miembros del grupo pueden cambiar o incluso pertenecer a más de una comunidad a la vez.

Finalmente, la reflexión sobre usuarios que, desde su propio estatus de migrantes, construyen una identidad virtual desterritorializada y múltiple a través de prácticas de puesta en

representación y en relación, puede leerse no sólo como indagación sobre las potencialidades de la utilización de la web por parte de (y hacia) estos colectivos, sino también como una clave de análisis futuro con relación a las prácticas culturales y sociales de los migrantes en un contexto global.

Notas

(1) Los *grupos* en Facebook a los que nos referimos fueron relevados en junio y julio de 2011, fecha en la que fue realizada una primera versión de este artículo. Las mutaciones que ha sufrido la interface de dicha red social con posterioridad hacen que ellos hoy no se presenten del mismo modo; muchos de ellos han mutado bajo la etiqueta de Comunidades, otros aparecen directamente como perfiles institucionales con el nombre del viejo grupo (es el caso de Argentinos en España), y otros sí conservan el rótulo de *grupo* (por ejemplo, Argentinos en Italia), aunque secciones como la del *Foro* a las que nos referimos en el presente trabajo ya no aparecen como tales, sino que las intervenciones que albergaban ahora se alojan directamente en el muro. Creemos, sin embargo, que ello no invalida las reflexiones aquí vertidas, ya que en el nuevo formato de los grupos podemos observar que se mantiene una interacción entre los miembros del mismo tipo que la que se producía en los foros. Con relación al número de grupos seleccionado, hemos limitado nuestro estudio a los casos de los grupos referidos ya que, contando con las mayores cantidades de miembros, pudimos observar que sus características eran comunes a otros de su mismo tipo elegidos al azar y que la incorporación de nuevos elementos no nos llevaba a cambios significativos en los datos relevados.

(2) La traducción del francés es mía.

(3) La traducción del francés es mía.

(4) Retomando a Cardon, Fanny Georges define la identidad digital como “un grupo de transposiciones gráficas, sonoras y visuales de representaciones pensadas” por el usuario, y define las tres dimensiones que abarca esta identidad: la “identidad declarativa”, compuesta por datos generalmente brindados por el usuario en el momento de su inscripción al sistema (nombre, estado civil, edad, intereses, etc.); la “identidad actuante o pragmática”, constituida por mensajes producidos por el sistema y que dan cuenta de la actividad del utilizador; y la “identidad calculada”, compuesta por cifras y productos del cálculo del sistema que se ubican en el perfil del utilizador –por ejemplo, la cantidad y nombre de los amigos y de los grupos– (Georges, 2009: 179; la traducción del francés es mía).

(5) La traducción del inglés es mía.

(6) La traducción del inglés es mía.

(7) Para Henry Jenkins la convergencia es un proceso que, como consecuencia del formidable desarrollo de Internet y de las comunicaciones digitales, hace que el mismo contenido hoy pueda circular a través de distintos medios de comunicación, y donde el comportamiento de las audiencias mediáticas es *migratorio*, ya que estas están “dispuestas a ir a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento” (Jenkins, 2008:14).

Bibliografía

AGUITON, C. y D. CARDON, “The strenght of weak cooperation: an attempt to understand the meaning of web 2.0”. Disponible en <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1009070>, 2007. Consultado el 15 de julio de 2011.

ALTAMIRANO, C., “Globalización e identidad latinoamericana” (inédito). *Curso de Posgrado “Globalización, consumos e identidades en América Latina”*. Buenos Aires: Área de Ciencias Sociales, CAICYT – CONICET, 2009.

CARDON, D., “Présentation”, en Cardon, D. (coord.), *Réseaux sociaux de l'internet*, París: Lavoisier, 2008.

- CARDON, D., "Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0", en Cardon, D. (coord.), *Réseaux sociaux de l'internet*, París: Lavoisier, 2008.
- CARDON, D., "La innovación por el uso", en Ambrosi, A., Peugeot, V. y Pimienta, D. (coords.), *Palabras en juego. Enfoques socioculturales sobre las sociedades de la información*. C&F Éditions (Edición digital). Disponible en <http://www.casanas.com.ar/artsAdj/Palabras_en_juego-221.pdf>, 2006. Consultado el 15 de julio de 2011.
- CHAMBERS, I., *Migración, cultura, identidad*. Amorrortu: Buenos Aires, 1995.
- FINQUELEVICH, S., "Del café de barrio a las redes electrónicas. Las comunidades virtuales como actores en las ciudades". Disponible en <<http://www.revistakairos.org/k04-d02.htm>>, 1999. Consultado el 15 de julio de 2011.
- FINQUELEVICH, S., "@mores virtu@les" (1998). Disponible en <<http://www.etcetera.com.mx/1998/273/FS0273.HTM>>, 1998. Consultado el 15 de julio de 2011.
- FINQUELEVICH, S., "Comunidades electrónicas: ¿nuevos paradigmas de participación a nivel local?", en *TELOS Revista de Pensamiento sobre Tecnología y Sociedad*, n.º 50, 1997.
- GEORGES, F., "Représentation de soi et identité numérique", en Cardon, D. (coord.), *Web 2.0*. La Découverte, París, 2009.
- GÓMEZ ESCALONILLA, G. y M. V. CAMPOS ZABALA, "Espacios de solidaridad en Internet: webs para inmigrantes". Disponible en <<http://hdl.handle.net/10115/3057>>, 2009. Consultado el 15 de julio de 2011.
- HALL, S., "¿Quién necesita `identidad`?", en *Cuestiones de Identidad*. Buenos Aires: Amorrortu, 2003.
- ISLAS, O., "La convergencia cultural a través de la ecología de medios", en *Comunicar* n.º 33, V. XVII, pp. 25-33. España: Grupo Comunicar, 2009.
- JENKINS, H., *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 2008.
- PRIES, L., "Migración transnacional y la perforación de los contenedores de Estados-nación", en *Estudios demográficos y urbanos* n.º 51 (sept.-dic.). México: Ed. Colegio de México AC, 2002.
- VERÓN, E., *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma, 2001.