

Grupos de migrantes en Facebook: los reacomodamientos íntimos de la identidad nacional

► POR MARIANA BUSSO

mbusso@conicet.gov.ar / mar_busso@hotmail.com Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y Centro de Investigaciones en Mediatisaciones, UNR, Argentina

DICIEMBRE 2016
229
INMEDIACIONES

Fecha de recepción: 20/9/2016

Fecha de aceptación: 10/10/2016

RESUMEN

En este artículo se reflexiona acerca de ciertas problemáticas vinculadas al estudio de los grupos en el sitio de red social Facebook, en particular aquellos que nuclean a emigrados argentinos, y entendiendo a los procesos de movilidad como una migración mediatisada. Asumiendo que las migraciones se desarrollan también en distintos espacios mediáticos, se busca poner en discusión las tensiones resultantes de conjugar cuestiones de carácter íntimo visibilizadas públicamente, con la elaboración de una identidad nacional realizada en tales espacios online.

PALABRAS CLAVE: *sitios de redes sociales, migración, mediatisación, intimidad, identidad nacional.*

ABSTRACT

This paper discusses certain issues related to the analysis of groups in the social network site Facebook, especially those ones of Argentinian migrants, and assuming mobility processes as a mediatised migration. Considering that migration is also developed in different mediated spaces, there are examined the resultant tensions of bringing together intimacy publicly visualized, and the elaboration of national identities made in such online spaces.

KEYWORDS: *social network sites, migration, mediatisation, intimacy, national identity.*

INTRODUCCIÓN: LOS EMIGRADOS ARGENTINOS EN GRUPOS DE FACEBOOK

En este artículo se busca reflexionar acerca de ciertas problemáticas vinculadas al estudio de los *grupos* de Facebook, en particular para grupos de migrantes argentinos fuera de su país de origen. Particularmente, se trata de poner en discusión aspectos vinculados a la construcción discursiva de una identidad nacional en esos espacios online, que nos llevará a cuestionarnos el acercamiento que podremos realizar a ellos en tanto investigadores, así como plantearnos reflexiones acerca de la problemática de *lo íntimo* hecho público, que aparece indefectiblemente a la hora de abordar tales interfaces.

El estudio de la migración de argentinos desde un punto de vista que integra preocupaciones que, desde las teorías de la comunicación y de la semiótica, se vinculan con la creciente mediatización de los espacios sociales, es el que da origen a tales reflexiones. Indagaciones, si se nos permite, de carácter recursivo: es la inmersión en los materiales mencionados los que nos llevan a enfrentarnos a problemáticas como las referidas, pero a la vez éstos van trazando constelaciones con las que nos acercamos a tales materialidades significantes.

La emigración de argentinos es uno de esos procesos mediatizados que referimos. En oposición a ciertas indagaciones que entienden al vínculo entre medios, Internet y desplazamiento migratorio de modo más bien instrumental, donde aquéllos operan más bien como herramientas tendientes a facilitar las migraciones, o bien como soportes que permiten establecer redes y vínculos transnacionales, asumimos aquí que las migraciones también suceden (se organizan, se configuran) *en* tales espacios mediáticos. Facebook y la posibilidad que brinda para la creación de *grupos*, en ese sentido, conforma un horizonte de gran relevancia para este tipo de indagaciones.

El proyecto de investigación que da origen a estas reflexiones se propone estudiar las identidades que se construyen en grupos de emigrados argentinos en Facebook. Los así denominados *grupos* en dicho sitio de red social (SRS) consisten en particulares espacios habilitados por esta interfaz, la cual permite a los usuarios crear en su interior un sitio más o menos abierto, donde sus miembros pueden llevar a cabo distintas acciones (publicar texto, imágenes, videos, compartir links externos, etc.). Como se afirma en esa red social, los grupos son un “espacio pensado para que las personas intercambien opiniones acerca de intereses comunes”¹.

Para nuestra indagación hemos seleccionado los grupos llamados *Argentinos en el Mundo*, *Argentinos Residentes en el Exterior* y *Argentinos Desparramados por el Mundo*: se trata de grupos creados por argentinos que residen en el exterior, que se plantean como objetivo principal compartir experiencias y reflexiones vinculadas a lo que se asume como el propio *ser argentino* en tales espacios online y en un contexto donde ya no se habita en el país de origen.

1 Última consulta el 15/08/2016. Recuperado de <https://www.facebook.com/help/155275634539412>

La participación en tales espacios, claramente, no surge con Facebook ni con la nomenclatura y organización que esta plataforma propone para distintos tipos de organizaciones colectivas. Por el contrario, tal participación y organización se vinculan incluso con aquellas que se dieron en previas redes sociales en Internet, tales como los foros online, (de los cuales sostenemos que *convergen* en nuevos formatos como el aquí estudiado²), y que fueron oportunamente analizados por la investigación académica como *comunidades virtuales*.

Esta mención nos obliga a realizar una pequeña acotación antes de continuar: a nivel conceptual, siguiendo a Baym (2006), entendemos que puede ser difícil –y no siempre productivo– separar las nociones de *comunidades* y de *grupos online*, las que muchas veces se utilizan como sinónimos: en especial cuando se considera que cualquier grupo involucrado en una discusión social es necesariamente una comunidad.

La referencia que hemos hecho a las *comunidades online* nos enlaza entonces a una tradición de estudios que aborda –ya desde mediados de la década de 1990– las relaciones entre la “comunicación mediada por computadora” (CMC) y la formación de comunidades en Internet, entre los que se destaca el trabajo de Rheingold (1996). Si bien podría afirmarse que hay tantas definiciones de comunidad como investigadores que la han estudiado, concordamos con Jankowski cuando sostiene que el concepto de comunidad es central en los estudios sobre dicha plataforma, aunque desplaza el énfasis sociológico tradicional en el *lugar geográfico* para centrarse en el “sentimiento o el sentido de colectividad” (Jankowski, 2006, p. 44; la traducción del italiano es nuestra).

Mantenemos para la definición de estas comunidades en Internet el reconocimiento de los intereses comunes como aglutinadores, más allá de la cercanía geográfica entre los participantes. En este sentido, concordamos con pensar la naturaleza dinámica que para tal concepto desarrolla Fernback cuando sostiene que comunidades virtuales son las “relaciones sociales creadas en el ciberespacio mediante un contacto reiterado al interior de un espacio o lugar específico (...) que simbólicamente se identifica con un tema de interés” (Fernback en Jankowski, 2006, p. 47)³. Los miembros de una comunidad de este tipo, por añadidura, pueden considerarse como participantes de una *comunidad de práctica*, esto es, que privilegia las relaciones que se mantienen en el tiempo entre personas involucradas en una cierta cantidad de actividades colectivas, destinadas a desarrollar un repertorio compartido de recursos.

2 Para un análisis de las convergencias posibles de los distintos medios en Internet, destacamos entre otros el artículo “El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas en Internet”, de Pardo Kuklinsky (2009).

3 Según esta autora, una de las características fundamentales que comparten los individuos que forman parte de estas comunidades es su *fluidez asociativa*: “los individuos pueden convertirse rápidamente en activos y sobresalientes, y con la misma velocidad desaparecer por completo” (Fernback en Jankowski, 2006, p. 47).

En el abordaje de los grupos de Facebook de migrantes argentinos reconocemos claramente que en ellos el *interés común* es el que impulsa tanto la conformación del grupo como la participación de sus miembros⁴, interés centrado en el *compartir* experiencias de los argentinos residiendo en distintas partes del mundo, así como por difundir distintos rasgos y hábitos culturales que se asocian a lo que se considera como la propia *argentinidad*. Tal puesta en común, entonces, se realiza en numerosas oportunidades mediante el posteo de piezas icónicas o audiovisuales relativas a –por citar a caso– tradiciones culinarias, eventos deportivos, efemérides históricas, retratos paisajísticos, aunque en muchos casos ese compartir se lleva a cabo con la publicación de relatos sobre acontecimientos vinculados a la propia vida en un nuevo país. Es decir, donde se publican –se hacen públicos– relatos de experiencias ligados a la vida íntima o privada del migrante, a fines de que sean completados, de que se anuden a ellos miradas de *otros* con los que se comparte ese espacio en línea.

APUNTES SOBRE LA EMIGRACIÓN MEDIATIZADA DE ARGENTINOS

El análisis de la presencia y la participación en Facebook de emigrados argentinos, así como de los discursos allí producidos, se realiza en nuestro trabajo con el objetivo de dar cuenta de cómo se recrean en esos *espacios mediatisados* las propias identificaciones como *argentinos*, en el marco de una de las tantas instancias del proceso migratorio.

Como es bien reconocido, en el marco de la sociosemiótica Verón abordó recurrentemente la problemática de las *sociedades mediatisadas*, entendiendo que su funcionamiento mismo es inseparable de la existencia de los medios⁵ e incluso, en sus últimos trabajos, vinculándola con los primeros fenómenos mediáticos de los homínidos (Verón, 2013). Por su parte, entender la operatoria de tales procesos para estudiar los movimientos migratorios no es menor, ya que materializaciones como las que aquí nos interesan –los discursos de los migrantes argentinos en interfaces de Internet– se verán atravesados por estos procesos: para el caso de las identidades que resultan allí elaboradas, ello implica que las lógicas de los soportes donde

⁴ En la clasificación de los grupos de Facebook realizada por Acosta, este tipo de grupos podría enmarcarse en los que la autora define como centrados en “socializar, construir sinergias, compartir afinidades, generar vínculos afectivos; exorcizar la soledad” (Acosta, 2013, p. 194).

⁵ En esta propuesta de Verón, se plantean dos etapas en ese proceso: un primer momento, el de las *sociedades mediáticas*, que se identifica con la progresiva instalación de los medios de masas, fundamentalmente de la prensa; y una segunda etapa, la de las *sociedades mediatisadas*, que emergen cuando esa sociedad mediática se transforma debido a la presencia misma de los medios. En palabras de Verón, en ellas “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, 2007, p. 15; las cursivas son del original). El paso de una a otra comporta dos grandes implicancias: por un lado, el pasaje del nivel de la representación al de la construcción de la realidad (es decir, se deja de pensar a los medios como dispositivos que reproducen o espejan *lo real* para comenzar a entenderlos como sus constructores y, por lo tanto, productores de su sentido) y, por el otro, la consideración de que los medios se convierten en mediadores ineludibles de la gestión de lo social.

éstas suceden serán un ámbito constitutivo de esas construcciones⁶.

Así, las características de los grupos de Facebook propias de los niveles que podemos llamar del *dispositivo* y de los *procesos de producción discursiva* vinculados a esa materialidad significante⁷ organizan también particulares matrices de socialización y de subjetivización (Valdettaro, 2007) que redundan en la producción de determinados modos de lazos sociales y de identidades colectivas. Si consideramos entonces que esta interfaz actúa proponiendo y organizando marcos significativos para la vida con otros, podemos aventurar no sólo que en los grupos de Facebook la gestión del propio desplazamiento o de la propia integración en la sociedad de destino funciona como ese interés común entre los participantes, sino también que la migración misma adquiere nuevas formas, desplegándose también en los espacios habilitados por tales grupos.

Como fuera propuesto desde los estudios culturales, entendemos que las migraciones actuales atraviesan ese *modo de ser contemporáneos* al que se referiera Arfuch: un sujeto atravesado por la *migrancia*, “por la otredad, por la constante inquietud por nuevos destinos” (Arfuch, 2010, p. 210). El viaje es entonces crucial en la definición de la identidad: identidad que no es ni fija ni inamovible, y donde juega un rol central el lenguaje, en el sentido de un “medio de construcción cultural en el que nuestros yo [selves] y nuestro propio sentido se constituyen” (Chambers, 1994, p. 42)⁸. Si, como mencionábamos, entendemos que es propio de los sitios de redes sociales el establecimiento de lazos y vínculos en tales ambientes online, la *realidad de la migración* que se produce en ellos también estará dada por su despliegue discursivo en tales espacios.

Asumimos que la movilidad, en el sentido de Urry (2002), debe ser asumida como preocupación central para los estudios sociales contemporáneos, al tratarse de un aspecto fundamental de la vida social; mientras que las migraciones, siguiendo a Easthope (2009), se forjan como un proceso complejo y turbulento, en el que intervienen tanto factores estructurales como acciones donde los migrantes son los protagonistas en primera persona. El estudio de estas movilidades, entonces, nos lleva a reconocer no sólo las interacciones

⁶ Somos esquivos en nombrar como medio a Facebook; ya que, si seguimos a la sociosemiótica veroniana (es decir, entendiendo a los medios como la unión de un soporte y de un sistema de prácticas de producción y de reconocimiento), asumimos que la caracterización de un *fenómeno mediático* conlleva dos aspectos: la *autonomía del mensaje* (tanto de la fuente como del destinatario), y su *persistencia en el tiempo* (variable, pero que supera de todos modos la situación de intercambio personal). Por su parte, la materialidad que hace posible esos dos aspectos “necesita de la intervención de operaciones técnicas más o menos complejas, y la fabricación de un soporte” (Véron, 2013, p. 146). En este trabajo consideramos a Internet como un *metamedio*, según la propuesta de Valdettaro (2010); esto es, como tecnología que alberga en su interior la copresencia de distintos medios y que permite un acceso público a los mensajes que en ellos circulan. Facebook, en ese sentido, podría definirse en calidad de lo que la semiótica de los medios ha denominado *interfaces interactivas* (Scolari, 2004; Manovich, 2006): complejos dispositivos de significación, capaces de organizar la experiencia humana en relación a éstos.

⁷ Estos niveles o series presentes en el desarrollo de los medios fueron desarrolladas por Fernández (2008).

⁸ Las cursivas son del original. Para este autor, las migraciones implican entonces una transformación compleja: en ellas no se da cuenta de una representación privilegiada de una realidad, o de un marco único que homologue las distintas experiencias e historias, al modo del contenedor de las naciones; en ese contexto, los relatos sobre la migración pueden convertirse en una representación del propio viaje, desde el cual intentar dotar de sentido y de memoria al propio derrotero.

sociales que se producen en un espacio físico compartido, sino también las formas de sociabilidad que se desarrollan ante la presencia del *otro* de forma ocasional, imaginada o incluso virtual.

De esta forma, el análisis de las migraciones que permite realizar el estudio de Facebook nos vincula también con una mirada transnacional para su abordaje, ya que las entendemos como un movimiento que se desarrolla en los espacios sociales fluidos reelaborados constantemente por los migrantes, a partir de su arraigo simultáneo en más de una sociedad. Estos espacios se conciben como *hojaldrados* y *multilocales*, incluyendo no sólo los países de origen y de acogida, sino también “other sites around the world that connect migrants to their conationals and coreligionists” (Levitt & Jaworsky, 2007, p. 131), en los cuales los migrantes participan en modo múltiple (es decir, en distintos niveles de actividad) y simultáneo⁹.

Como sostiene Diminescu, estamos atravesando una nueva era en la historia de las migraciones: la era del *migrante conectado*. Para esta autora, los migrantes del siglo XXI no pueden ser definidos mediante el concepto de fractura o rompimiento de los espacios y de las fronteras, sino con los de *movilidad* y de *conectividad*: “yesterday the motto was: immigrate and cut your roots; today it would be: circulate and keep in touch” (Diminescu, 2008, p. 568). De este modo, la utilización de TIC y el desarrollo de nuevas prácticas comunicativas –entre ellas, las modalidades de conexión a través de las redes sociales– habrían producido para los migrantes un cambio en extremo significativo en la gestión y la experiencia de la propia movilidad¹⁰, en el marco de los reajustes producidos en los movimientos migratorios en consonancia con las nuevas formas de organización social, ligadas en modo problemático con los procesos de globalización (Beck, 1998; Biron, 2009)¹¹. En éstos, el lugar que ocupan los medios y las interfaces online es de enorme relevancia, ya sea desde la difusión de expectativas de consumo de alcance global, pasando por la emergencia de

⁹ Desde el punto de vista de los estudios sobre las migraciones, esta perspectiva de análisis no implica considerar que en la migración se producen actividades transnacionales todo el tiempo, sino que trata de reconocer que las migraciones no pueden estudiarse únicamente desde el punto de vista de los países de origen y de destino, y que los ámbitos que involucran y en los que se desarrollan los desplazamientos (como el económico, el político, el cultural e incluso el religioso; cfr. Levitt y Jaworsky 2007) adquieren una densidad y complejidad inauditas, de consecuencias dispares en términos de su positividad o negatividad para los distintos espacios involucrados.

¹⁰ En particular, nos referimos aquí a prácticas como el establecimiento de redes de contactos y la planificación remota del viaje, que se ven facilitadas y reelaboradas con el cambio en las modalidades de comunicación impulsado principalmente por la conectividad habilitada por Internet. Y más aún: según Diminescu, con las TIC no sólo se han revolucionado las prácticas migratorias, sino que también lo han hecho el modo en que se experimenta la movilidad y también, implícitamente, la construcción de asentamientos o arraigamientos relationales (Diminescu, 2008).

¹¹ Excede a los alcances del presente artículo dar cuenta de las complejidades que comparten los vínculos entre migraciones y globalización. Solamente a modo de ejemplo, referimos aquí que, mientras que suele plantearse que las fronteras nacionales y los Estados-nación dejan de ser determinantes para el establecimiento de lazos comunitarios o grupales, sin embargo ellas siguen siendo relevantes para articular conflictos y demandas civiles locales; asimismo, esa complejidad también ha sido develada en el estudio de la supuesta *hipermovilidad* inherente a la globalización, entendida como libre disponibilidad para los desplazamientos. Como afirma Shamir, mientras una corriente de estudios caracteriza a la globalización en términos de apertura y fluidez sociales, se hace cada vez más evidente que en la globalización la realidad de la fácil movilidad es un recurso escaso, circunscrito “a un selecto estrato de ‘cosmócratas’” (Shamir, 2005, p. 197; la traducción del inglés es propia) conformado por quienes no son objeto de las crecientes políticas de cierre y bloqueo en el acceso.

voices novedosas en el concierto mediático, impulsadas principalmente a partir de la Web 2.0, y también mediante la posibilidad brindada por aquéllos para establecer distintos tipos de interconexión; en palabras de Georgiou, los medios “reinforce a sense of belonging but also awareness about links and possibilities for links and connections” (2010, p. 30).

Plantear el contrapunto entre la perspectiva transnacional y la mediatización puede revelarse entonces como una mirada fértil para pensar las relaciones complejas entre identidad, espacio y movilidad; siguiendo a Andersson (2013), los estudios sobre migraciones deberían poner en primer plano a los medios, capaces de producir nuevas (des)territorialidades. No obstante, ya pesar de reconocer esta relevancia, estudios de esta índole consideran que la significación que los migrantes otorgan a los medios se limita a entender los “sentimientos de pertenencia” identitarios (“feelings of belonging” en el original; Andersson, 2013, p. 400) que se producen en relación a los distintos lugares con los que los migrantes ligan los contenidos o las redes de contactos posibilitadas por los distintos medios.

Por el contrario, desde nuestro punto de vista plantear la configuración de una *migración mediatizada* se aparta de una mirada que reduce la relación entre los migrantes y los medios o las interfaces de internet a un carácter más bien instrumental, que entiende a estos últimos como recursos para diseñar una migración exitosa o para establecer redes de contactos (des)territoriales. Deslizamos la invitación a pensar que, si aspiramos a dar cuenta de la complejidad de esos lazos, los estudios sobre las migraciones deben dar cuenta ahora de las múltiples locaciones y espacios que *habitan* los migrantes (Khagram y Levitt, 2008); ámbitos que, a la par que les brindan nuevas posibilidades para la auto-expresión y la representación de sí mismos y de otros colectivos, también participan en proponer y sostener interpretaciones con las que dar sentido al propio mundo.

Encontramos que los grupos de Facebook, al igual que como sucediera con los previos *foros de migrantes* (Busso, 2015b), pueden constituir un recurso valioso para la gestión de la migración al permitir acceder a información y suministrar nueva en un espacio donde se apela al conocimiento compartido sobre la temática de los *arraigos*. Sin embargo, sostenemos que no es única ni principalmente en base a este rasgo que se redefine la migración misma, o que se desgrana la preocupación por el relato de sí mismo ante esos otros. Precisamente, son las propias prácticas discursivas, culturales y de consumo que se articulan en estas interfaces online las que nos permiten realizar tales afirmaciones, así como vincularlas con la conformación de identidades múltiples y móviles.

Claramente, siguiendo esta traza podemos proponer que interfaces como Facebook pueden ser pensadas como nuevos *espacios culturales* (Çağlar, 2001) que se ubican sobre los límites fronterizos y que habilitan el desarrollo de identidades complejas. Si los sujetos se han apropiado y a la vez son atravesados por las

dinámicas que se producen en los sitios de redes sociales de Internet, de modo tal de que éstas se convierten en indisociables del propio estar-en-el-mundo, es en ese marco que se desarrollan nuevas prácticas y nuevos relatos sobre sí mismos, imbricados con esas mediatizaciones y con esas materialidades significantes. La elaboración de relatos donde prima la vida en primera persona que se anuda a los ojos ajenos, propia de estos espacios, forma parte entonces de esta misma exigencia de visibilidad que nos conduce a las lógicas discursivas del metamedio Internet. A continuación abordaremos este asunto.

LAS TENSIONES DE LO ÍNTIMO EN FACEBOOK

Hemos planteado entonces que el análisis de procesos ligados a la movilidad contemporánea, tales como los movimientos migratorios, ya no puede disociarse de los rasgos que éstos adquieren en consonancia con el atravesamiento mediático en que se desarrollan. Siguiendo a Hepp (2010) y a Bailey, Georgiou & Harindranath (2007), proponemos además que en la cotidianidad de las vidas mediatizadas de los migrantes se forjan nuevos espacios para la reelaboración de articulaciones identitarias complejas que trascienden el binarismo de identificaciones propias del *lugar de origen* y del *lugar de destino*.

Sostenemos también que los grupos de migrantes en Facebook son uno de esos espacios discursivos complejos en los que se inviste de sentido al movimiento migratorio, y donde los discursos allí producidos están vinculados con los particulares matrices de socialización y de subjetivización habilitados por dichos soportes que redundan en la producción de determinados modos de lazos sociales y de identidades colectivas. Así planteados, los grupos de Facebook son entonces interfaces privilegiadas para la expresión de la propia voz de los migrantes, que moldean formas particulares de reconocerse con una pluralidad de actores, y de trazar diferenciaciones con quienes son excluidos de ese *nosotros* mediante la construcción de distintos *colectivos de identificación*¹².

Proponemos que aquello que se recrea en estos grupos es un sentimiento de pertenencia comunitaria¹³, alimentada de la posibilidad que brinda la interfaz de crear un espacio donde lo central es compartir contenidos con otros, en especial contenidos de carácter íntimo. Sin embargo, creemos que esa intimidad –si bien lo asume– no apunta meramente a un desarrollo narcisista o

¹² Entendemos por *colectivos* o *colectivos de identificación* a entidades fundamentalmente semióticas que aglutinan e identifican a una pluralidad de actores. Siguiendo a Verón –quien se ocupara reiteradamente de esta problemática–, el análisis de los colectivos se ubica entonces en el nivel de la discursividad, nivel en el que podrá surgir un *nosotros*, capaz de representar a una suerte de hablante colectivo –aunque no homogéneo–, que no será equivalente a la suma de las fuerzas individuales que lo componen, y a los que se les atribuyen comportamientos o cualidades determinadas. La construcción de identidades colectivas, en este sentido, es indisociable de las pertenencias en pugna en esos colectivos semióticos, y se vincula con la capacidad de “despertar un sentimiento de pertenencia identitaria generalizada” (Verón, 2001, p. 97), definición en la que los medios ocuparán un papel cada vez más central.

¹³ La definición de agrupamientos con los que se comparte con un nosotros en términos de *sentimientos de pertenencia a un colectivo* y de *agrupamientos fundados en intereses compartidos* entre los individuos es deudora del análisis de Alejandro Grimson (2011).

egocéntrico de lo más profundo de sí mismo, de la vida interior, ante un otro, sino que se establece para de crear lazos de unión con los públicos conectados, en lo que –acordando aquí con la propuesta de Boccia Artieri, Farsi, Giglietto & Rossi (2014)– se trata de una de las principales novedades de la gestión de lo íntimo en redes sociales de Internet.

Antes de pasar a las implicancias de esto que entendemos como una *decisión de visibilidad* de la propia identificación como migrantes y como argentinos, queremos detenernos en una cuestión estrechamente vinculada: las problemáticas que en tanto investigadores se nos ponen a la hora de abordar este tipo de *visibilidad pública*, entendiendo aquí a lo público en su acepción de “abierto” o de “disponible al público”. Es decir, siguiendo a Thompson, vinculándolo con una visibilidad amplia de aquello que es publicado: “lo que es visible u observable, lo que se realiza ante espectadores, lo que se expone a todos o a muchos para que pueda ser visto u oído” (1998, p. 166).

Los tres grupos seleccionados (*Argentinos en el Mundo*, *Argentinos Residentes en el Exterior* y *Argentinos Desparramados por el Mundo*), así como la mayoría de grupos similares que hemos podido consultar, adoptan como configuración de privacidad la de grupos cerrados, esto es, grupos para los cuales puede consultarse el muro de publicaciones o bien postear distintos contenidos una vez que se es aceptado en el grupo por parte de su administrador¹⁴. Sin embargo, consideramos que esta configuración de la privacidad, cercana a la candente problemática de la gestión de la información sensible de los usuarios (Van Dijk, 2016) no se encuentra en oposición con la *publicidad* que se propone para los contenidos del grupo, ni tampoco en un acceso más selectivo de los posibles participantes¹⁵.

Surge la pregunta sobre cómo leer, entonces, tal configuración de privacidad. Probablemente no podamos proponer aquí una única respuesta posible, y debamos limitarnos a establecer solamente algunas conjeturas; entre ellas, que pueda tratarse de una imposición o una sugerencia del mismo sitio Facebook. Sin embargo, de la observación de los grupos seleccionados sí resulta que la definición de los mismos en tanto *cerrados* no pareciera redundar en un mayor énfasis en un rasgo *secreto* para la identificación de los grupos, o para las publicaciones que encontramos en ellos. Ni tampoco, por cierto, en un carácter menos íntimo para el tipo de publicaciones propuestas por los participantes: como hemos ya mencionado, es usual dar con publicaciones donde los emigra-

¹⁴ Facebook propone para sus grupos las organizaciones de *públicos*, *cerrados* o *secretos*. Para mayores detalles acerca de las configuraciones posibles para los grupos en Facebook, consultar <https://www.facebook.com/help/220336891328465>

¹⁵ En los grupos cerrados de Facebook de temática más bien general y participación masiva, tal como los grupos que nos ocupan, es una práctica común que las aceptaciones de las solicitudes de nuevos miembros se realizan casi automáticamente por parte del administrador, sin mediar pedidos de explicaciones o justificaciones acerca de la decisión de ser parte de tal espacio en línea. Asimismo, de nuestra observación de tales interfaces podemos dar cuenta que en numerosas ocasiones, sin razón aparente, se efectúan modificaciones del tipo de configuración de privacidad seleccionada, tal como el pasaje de grupo *público* a *cerrado*.

dos relatan acontecimientos personales de su devenir diario, narran recuerdos de su ciudad de origen, manifiestan incertezas o dudas, etc.

Siguiendo a Boyd y Marwick (2011), acordamos con sostener que los usuarios de los SRS conocen que aquello que publican en tales sitios tiene un alto potencial de visibilidad y de viralización, muy distinto a las conversaciones de un ámbito privado o doméstico. Esta publicidad, entonces, no necesariamente conlleva que no existan preocupaciones por la gestión de los propios datos sensibles disponibles en la web, ni tampoco que todo se convierta en publicable. En tanto investigadores, estas problemáticas nos enfrentan a nuevos desafíos. ¿Cómo gestionar el acceso a ese tipo de grupos de Facebook? ¿Cómo considerar a un material –las publicaciones allí presentes– que resulta a pesar de todo de fácil acercamiento, pero de carácter complejo, donde se conjuga además el gran potencial de visibilidad, de publicidad, de esas historias íntimas?

El primero de estos interrogantes nos ubica en prácticas cercanas a la así denominada *etnografía virtual*, entre cuyos exponentes destacamos a Hine (2004) y a la *netnografía* de Kozinets (2010); ya que, en algún sentido, se nos podría apuntar que participamos de un grupo al que también observamos. Como ha sido planteado desde la investigación antropológica, “la tensión entre accesibilidad y libre uso forma parte entonces de los desafíos con los que se encuentra el investigador en la plataforma Facebook” (Capogrossi, Magallanes & Soraire, 2015, p. 60).

Se trata, en cierto modo, de plantearnos en una mirada reflexiva –o auto-reflexiva– acerca de las potencialidades y las limitaciones que nos plantea el abordaje de espacios online; nos encontramos, ni más ni menos, con la vigencia de aquella problemática acerca de los distintos *niveles de observación* que plantea agudamente Verón en su último trabajo (2013): somos observadores de otros observadores y, a su vez, nos auto-observamos en tales tareas. Además, destacamos que también sería posible postular una observación *directa* de los actores, que sería aquella más ligada a la metodología etnográfica¹⁶ (es decir, la observación de las actividades de los participantes en los grupos de Facebook), aunque para nuestra investigación privilegiámos la observación de los productos mediatizados (las publicaciones realizadas en los grupos) que resultan de las actividades de ser miembro y participar en ellos.

Al respecto subrayamos que, para evitar caer en prácticas que podrían ser objetables desde un punto de vista ético (como ser, mirar sin advertir a los observados que se es visto)¹⁷, hemos anoticiado a los administradores de los grupos sobre nuestro interés académico y nuestros objetivos de investigación,

¹⁶ Retomamos aquí a Capogrossi, Magallanes y Soraire (2015), quienes muestran que tal trabajo etnográfico en los sitios de redes sociales se encuentra atravesado por las tensiones generadas por la *posicionalidad* del investigador, por un lado (entendiéndola como el lugar que ocupa el sujeto ante los otros), y la *desterritorialización* del “lugar” donde se realiza la observación.

¹⁷ Mencionamos la existencia de intentos de acordar prácticas éticas comunes para el abordaje de Internet, como el reporte 2012 de la AOIR (Association of Internet Researchers), disponibles en <http://aoir.org/ethics/>

siendo claros y precisos con los alcances de nuestro trabajo y con las actividades puntuales de recopilación que se pretendían llevar a cabo; poniéndonos a disposición, asimismo, para eventuales inquietudes o consultas por parte de ellos o de los miembros del grupo. Solamente una vez obtenidas las autorizaciones pertinentes hemos realizado el relevamiento de los materiales disponibles en tales espacios.

Tales recaudos no agotan las tensiones que se ponen en juego a la hora de abordar a Facebook y a los contenidos allí dispuestos como objeto de estudio complejo, al que –desde otro tipo de aproximación– se suman nuevas posibilidades vinculadas con el análisis de grandes cantidades de información propias del *big data*, capaces de abrir inéditas perspectivas de desarrollo para muchos ámbitos de la investigación, aunque al mismo tiempo configurando nuevos desafíos y riesgos (Giglietto & Rossi, 2014). Escapa a los límites de este escrito asumir el compromiso –imposible, por cierto– de proponer una clausura a tales inquietudes; quedan aquí apuntadas, señalándonos la necesidad de convocar a un acercamiento riguroso y al mismo tiempo creativo, para dar cuenta de estos objetos propios del ambiente mediático contemporáneo.

Nos proponemos aquí, más bien, dar cuenta de algunos desafíos a los que nos enfrenta el análisis de esta red social, en lo que asumimos como el compromiso de desmontar confusiones que asumen que todo lo que acontece en Facebook automáticamente adquiere el carácter de participante de una “esfera pública”. Por el contrario, y como mencionábamos en el inicio de este apartado, no perdemos de vista que aquello que se pone en circulación en los sitios de redes sociales son informaciones “públicas por default, privadas por esfuerzo” (Boyd & Marwick, 2011, p. 11), en el sentido de su alto potencial de visibilidad y de viralización, aunque ello no excluya preocupaciones por los propios datos sensibles en Internet, ni tampoco asuma que *cualquier* tipo de contenido se convierta publicable para los usuarios de los SRS.

Recordemos aquí que, según Arfuch, para entender la configuración de lo público y lo privado en el espacio contemporáneo es necesario emplear un enfoque no disociativo, es decir, donde lo que sucede en el registro de lo público se encuentra estrechamente vinculado con el de lo íntimo/privado:

Así, quizás la escalada de lo íntimo/privado, que pone en juego una audiencia global, pueda leerse también como respuesta a los desencantes de la política, al desamparo de la escena pública, a los fracasos del ideal de igualdad, a la monotonía de las vidas “reales” ofrecidas a la oportunidad (Arfuch, 2010, p. 78).

Entre las tendencias dominantes en la conformación de los espacios públicos y privados contemporáneos, esta autora da cuenta de ese despliegue de lo íntimo que “impondrá como tematización recurrente el ‘asomarse’ a la interioridad emocional” (2010, p. 79), haciendo emerger el mundo de las pasiones y de la afectividad domésticas.

Traer a colación estas reflexiones luego de plantear las peculiaridades propias del acceso a los grupos de nuestro interés no es casual. Sobre esta cuestión, y en base a cuanto afirmado hasta aquí, proponemos que el carácter de *cerrado* de estos grupos obedece, antes que a la intención de una selectividad en el acceso, más bien a certificar que se accede al mismo porque se comparte ese interés fundante de tal espacio (en nuestro caso, compartir experiencias vinculadas a la vida de los argentinos en distintas partes del mundo). Sumado a ello, proponemos que se verifican también modificaciones en la forma misma de entender la intimidad, unida a un progresivo conocimiento de las posibilidades de gestionar esa intimidad en los SRS en tanto *intimidad en público*, basada en el lazo con otros usuarios, en la creación de un público conectado con el que se comparten cosas.

Recordemos que ya desde la década de 1970 el sociólogo Richard Sennett (1978) denunciaba la *tiranía de la intimidad* para dar cuenta de las mutaciones que adquiría el discurso sobre *lo público*, reemplazado ahora por una serie de temáticas hasta entonces constreñidas a la vida privada, en un siglo XIX donde se comienza a asumir que el intercambio social equivalía a la manifestación de la personalidad individual (Guevara Ruiseñor, 2007). Es decir, donde a la par que aumentaba la pasividad y la indiferencia acerca de los asuntos públicos, se producía un gradual refugio en los asuntos íntimos, resguardados en un ámbito privado pero que se expresaba en todas las esferas sociales.

Con Sennett, entonces, la creciente importancia de la intimidad es indisoluble de la también mayor devaluación de la vida pública a lo largo del siglo XIX. La intimidad, que remite a lo personal, a la mostración de los propios sentimientos como un medio de lograr una mayor cercanía con los otros, se experimenta entonces como aquello que *se es* verdaderamente, como una esencia de la propia persona, como una interioridad expresiva a atesorar y a controlar en la presentación en público. El espacio privado en el que se custodiaba la intimidad, asimismo, se asumía como el espacio donde se podría encontrar el yo auténtico, la verdadera personalidad, la revelación de los estados emocionales más profundos.

La perdurabilidad de esta asociación entre lo íntimo y una esencia genuina que es custodiada en un espacio privado habrían marcado las condiciones que se asocian a la vida privada, a la cual la mirada pública –justamente por permitirle encontrar el lugar auténtico de los actores sociales– se consideraba con legítimo acceso. De este modo, y siguiendo a Boccia Artieri, Farni, Giglietto & Rossi (2014) allí radicarían las interpretaciones críticas –tales como las de Lovink, 2012; Turkle, 2012– de que las manifestaciones de la intimidad en público implican una desnaturalización de la esfera privada del individuo, o la confirmación del auge de una cultura del narcisismo y de la ostentación de sí. Donde, por añadidura, los vínculos íntimos serían fetichizados e intercambiables (Bauman, 2011).

Se trata de aquello que, para propuestas como las de Ferrer (2008) y Sibilia (2009), conforma una época signada por la *exhibición de la intimidad* en Internet, en el contexto de una sociedad globalizada, “fascinada” por la promoción de la visibilidad y por el culto a la personalidad, célebre o anónima. Época en la que se produce un desplazamiento de esa subjetividad interior hacia nuevas formas de elaboración del propio *yo*, donde las estrategias de visibilidad de los individuos en distintas interfaces “serían estrategias que los sujetos contemporáneos ponen en acción para responder a estas nuevas demandas socioculturales, balizando nuevas formas de ser y estar en el mundo” (Sibilia, 2009, p. 28).

Poniendo en suspenso entonces las apreciaciones que consideran a esta mostración del *sí mismo* en los sitios de redes sociales meramente como la exacerbación contemporánea de una mirada narcisista, sostenemos que, a fines de comprender las formas que adquiere lo íntimo en esos espacios, no alcanza pensarlas como una degradación de esa interioridad genuina. Más bien, parafraseando a Thompson (2011), se trata de entender ahora que, en el marco de los *límites cambiantes de la vida pública y la privada*, debemos asumir que el binomio íntimo/privado comporta una particular visibilidad (más o menos recíproca, y no necesariamente copresente), donde lo privado tiene que ver con la capacidad de controlar las revelaciones sobre uno mismo y la accesibilidad que sobre éstas permitimos a los demás.

Se trata entonces de nuevos regímenes de mostración, de visibilidad de lo íntimo, que se hacen presentes en redes sociales como Facebook¹⁸: si en el marco de la sociedad moderna lo íntimo como recogimiento, como develamiento de la interioridad, hacía a la conformación misma del sujeto, sostenemos que hoy ese eje se desplaza hacia *lo visible*. Es decir, donde la definición de lo que se es –o se dice ser– pasa por lo que se ve, lo que se muestra, de lo que hacemos y lo que somos. Una especie de performatividad fundante de la propia experiencia de vida y de los propios atributos, que se efectúa ante la mirada del otro, que la completa y da sentido a esa existencia.

LA ARGENTINIDAD COMO DECISIÓN DE VISIBILIDAD

Hemos reflexionado previamente acerca de un *interés común* en el origen de la creación de grupos de migrantes argentinos en Facebook, y hemos manifestado que ese interés colectivo radicaba en –según cuanto explicitado por sus participantes– compartir experiencias e información sobre el proceso migratorio de esos argentinos, pero también poner en común y difundir rasgos

¹⁸ Como sostienen Raimondo Anselmino, Reviglio y Diviani al analizar la conformación de una esfera pública en Facebook, tales redes sociales parecieran funcionar “como ese territorio donde lo público y lo privado se confunden en una misma interfaz. Las imágenes pública y privada de un individuo se mezclan en su perfil como resultante de sus modos de participación en la red (...), pero también de la participación de sus amigos/contactos y (...) de los amigos de sus amigos y los regímenes de visibilidad/privacidad de cada uno de ellos” (Raimondo Anselmino, Reviglio & Diviani, 2016, p. 215).

culturales que se asocian con un pretendido *ser argentino*¹⁹, que se despliega en las publicaciones que encontramos en tales soportes.

Ese interés común se traduce en el cotidiano de los grupos seleccionados en una serie de publicaciones que podríamos denominar como la réplica de temáticas ya circulantes en la agenda pública (posteos de notas de actualidad, de noticias políticas, de artículos “de color”), así como en publicaciones ligadas a la esfera íntima de los migrantes: relato de experiencias personales en la sociedad de destino, reflexiones acerca de los procesos de integración o de adaptación, exteriorización de sentimientos ligados a las vivencias de movilidad en el tiempo, etc.; pero también publicaciones que a simple vista parecieran menos autorreflexivas, aunque no por ello menos personales: fotos del lugar de residencia actual o de la ciudad de origen, imágenes de las nuevas comidas que se incorporan a la actividad culinaria cotidiana, videos vinculados a efemérides históricas o a tradiciones musicales de la Argentina, por mencionar sólo algunas de las tipologías encontradas.

Las reflexiones sobre la migración mediatisada y el despliegue de lo íntimo en Facebook que hemos realizado hasta aquí son ahora convocadas para proponer una interpretación posible de esos rasgos íntimos que, convertidos en el material aglutinante de esas comunidades online, se muestran públicamente, devienen visibles, y se condensan en lo que se define en esos espacios como la *identidad argentina*. Es decir, nos encontramos con la persistencia de la temática de la *identidad nacional*, que opera en tanto sentimiento de pertenencia compartida original y de carácter generalizante, pero que a la vez se recrea en las actualizaciones de índole personal propuestas por los miembros de estos grupos online.

Sin pretensión de ser exhaustivos, destacamos aquí que la problemática de la identidad nacional –largamente recorrida por las ciencias sociales– se vincula con aquellas teorizaciones que buscaron abordar el vínculo entre identidad individual e identidad colectiva (Busso, 2015a); así, los individuos que se reconocen compartiendo una identidad colectiva se asumen como similares o semejantes a otros individuos que forman parte de ese colectivo, y con el que delimitan un *nosotros* en los discursos que lo definen.

Se trata de identificaciones colectivas resultantes de un proceso discursivo

¹⁹ En los grupos estudiados, *Argentinos en el Mundo* se plantea como una “poderosa herramienta de nuestra argentinitud que lucha por perpetuar nuestros valores, tradiciones y cultura. Difundiendo y gozando de todas nuestras expresiones artísticas, modismos, y en general de nuestra idiosincrasia, giros idiomáticos, chispa y don de gente. (...) Los que vivimos lejos del suelo patrio somos embajadores de nuestro país, dignos representantes de nuestros valientes soldados de la independencia y del Comandante Che Guevara, y como tales tenemos la obligación de dar el ejemplo, y trasmítir nuestras enseñanzas y nuestro idioma a nuestra descendencia”. Por su parte, en *Argentinos Residentes en el Exterior* se sostiene que “Este grupo se hizo con la premisa de intercambiar, fomentar y compartir las experiencias de nuestros compatriotas en el mundo. Intentamos promover experiencias personales en argentina y en el mundo, Turismo, Arte en general, Cultura, Ecología Sustentabilidad, Biodiversidad, Alimentación Saludable, costumbres, el interior de nuestro país, Fotografía, Música del Mundo y de todas las épocas, Tecnología etc.”. Finalmente, el propósito declarado de *Argentinos Despararamados por el Mundo* es conformar “un grupo solo para argentinos, vivan donde vivan, con ganas de compartir experiencias, información y diversión”. (Las citas mantienen la ortografía y la gramática originales.)

de selección y articulación (Larraín, 2003), posible entre otras identificaciones, y que, tal como sostiene Caggiano en su caracterización de lo que llama las *identidades sociales*, conlleva un proceso de reconocimiento que:

Provee cohesión (que no implica necesariamente conciliación) a un grupo social al que le confiere sentido, y le brinda una estructura significativa que le permite asumirse como unidad. A su vez, este movimiento de significación que va desde 'adentro' hacia 'afuera' se complementa con un proceso por el cual otros identifican a tal actor social confiriéndole determinadas cualidades (Caggiano, 2005, p. 38).

Consideramos que esta identidad nacional, tal como la analizamos, se vincula estrechamente con dos grandes elementos que la conforman: la presencia de un Estado nacional y territorial que proporciona un modelo para la existencia de la colectividad y el peso de identificaciones de carácter étnico y cultural. En primer lugar entendemos, siguiendo a Hobsbawm (1994), que la identidad nacional ligada a un Estado territorial es una invención social relativamente reciente, aparecida hacia el siglo XVIII, aunque rápidamente naturalizado en tanto patrón de demarcaciones de un *nosotros* que coincidía con los límites territoriales con *otros* que no formaban parte de ese arco de solidaridades. Como sostiene este historiador, es innegable que existe una tendencia entre esos Estados territoriales modernos a "desarrollar una estandarización (u homogeneización) social y funcionalmente necesaria para el conjunto de sus ciudadanos, así como a fortalecer los vínculos que los mantienen unidos a un gobierno nacional" (Hobsbawm, 1994, p. 8), más allá de, como es claro, contar en su interior con multiplicidad de agrupamientos étnicos y lingüísticos, entre otros.

Por otra parte, asumimos que la pertenencia étnica es de enorme relevancia en la definición de las identidades nacionales, entendiendo que se trata de atributos históricos y simbólico-culturales ligados a la vida de una colectividad cultural (Smith, 1997)²⁰. Coinciendo con Hall (2010) –entre otras propuestas del ámbito de los estudios culturales–, asumimos a las identidades nacionales en tanto discursos que construyen significados acerca de las acciones de esa colectividad nacional, así como la propia representación de ésta: los relatos sobre esa nación, las memorias sobre su pasado, las imágenes y los mitos que se elaboran sobre ella.

Claramente, también estamos retomando aquí el reconocido pensamiento de Anderson (2007), quien analizó la *comunidad imaginada* de la nación como resultante de ciertos vínculos imaginados entre sus miembros. Como es bien sabido, se trata de un concepto profusamente trabajado en las últimas décadas por las ciencias sociales; desde la academia latinoamericana se han ela-

²⁰ Smith identifica seis atributos principales que distinguen a las comunidades étnicas: "1. un gentilicio, 2. un mito de origen común, 3. recuerdos históricos compartidos, 4. uno o varios elementos de cultura colectiva de carácter diferenciador, 5. una asociación con una 'patria' específica y 6. un sentido de solidaridad hacia sectores significativos de la población" (1997, p. 19).

borado interesantes desarrollos sobre el tema²¹. Identidad nacional y cultural, entonces, estrechamente relacionada con procesos simbólicos de formación y transformación, de carácter cambiante e histórico, más allá de que suela ser asumida como homogénea e inmutable, y que como tal sea propuesta: “Por muy diferentes que sean sus miembros en términos de clase, género o raza, una cultura nacional busca unificarlos dentro de una identidad cultural, para representarlos a todos como pertenecientes a la misma gran familia nacional” (Hall, 2010, p. 384).

Volviendo a los grupos de emigrados en Facebook, proponemos que la identidad nacional se sostiene como una modalidad válida –y central– de interpelación y de autoafiliación, en la que se ponen en juego estos procesos imaginados e históricos de pertenencia comunitaria, y en la que al mismo tiempo se desarrollan nuevos espacios de interlocución entre quienes asumen esa identidad en tales grupos online.

En ellos reconocemos una suerte de definición autorreflexiva de la naciona- lidad, donde la identificación como *argentinos* mantiene un apego a la definición territorial, aunque resignificada por el movimiento migratorio: no se trata de una argentinidad basada en la residencia o en la posesión de la tierra, sino en los vínculos sentimentales con ella, ligados al propio origen, que muchas veces se traducen en manifestaciones de nostalgia o de añoranza o, en las antípodas, de fuerte crítica. Proponemos que, en esa instancia, diferenciaciones que en el origen podían convivir con una identificación de carácter amplio como la de *argentinos*, tal como la de los vínculos locales o regionales, aparecen diluidas en los grupos de Facebook, donde lo que opera es, parafraseando a Caggiano (2005), la elaboración de una *neoargentinidad*: una remozada definición de larga escala, con arreglo a los límites nacionales, y que no necesariamente se corresponde con ese *ser argentinos* que sucedía en la patria.

Si asumimos que la identidad nacional es histórica y cambiante, y al mismo tiempo tendiente a la estabilidad en sus diversas cristalizaciones, creemos que una clave de abordaje relevante es identificar los elementos de continuidad y de ruptura que pueden reconocerse en los sucesivos momentos en los que esa identidad se pone en acto. El proceso migratorio, en ese sentido, nos brinda un punto de observación privilegiado: sin dudas, dejar el lugar de origen y buscar integrarse en la sociedad de destino son momentos de fuerte tensionamiento de las propias certezas identitarias, que buscan resolverse –entre otras acciones posibles– en el descarte de ciertos rasgos y en la selección y apropiación de otros, que se ponen en común en espacios online como los estudiados.

21 Vinculando los estudios sobre las identidades con los de la nación, Lomnitz (2002) explica que “aun antes de la generalización del uso de la voz *identidad*, el pensamiento latinoamericano había desarrollado ideas respecto de las características comunes de las razas y el destino que ellas imprimían a sus miembros” (Lomnitz, 2002, p. 133). Según este autor, el desarrollo teórico en términos de *identidad* comienza a darse en América Latina a partir de las décadas de 1920 y 1930, con un pensamiento que construía la noción de una sociedad nacional basada en características comunes, idea que sería puesta en discusión a partir de 1970-1980, con el auge de la preocupación por las así llamadas *minorías* (especialmente las étnicas y las sexuales).

Los rasgos que definen la identificación con *lo argentino* en los grupos de Facebook estudiados, en consecuencia, involucran la mostración performática de distintos discursos vinculados a la reelaboración y a la validación de los relatos nacionales ligados a aspectos vinculados a la vida cotidiana, al espacio íntimo de los emigrados, hechos públicos y accesibles a los participantes de esos espacios. La pertenencia a ese colectivo migrante definido como *de argentinos*, entonces, asume los contornos de aquello que los participantes de los grupos definen como lo propio argentino a ser resguardado, subrayado y publicado, y que resulta de una selección de aquellos rasgos que serán compartidos con otros que se supone adhieren a ese interés.

Aquello que conforma ese *ser argentino* que opera como convocante en dichos espacios de la migración mediatizada resulta así de una *decisión de visibilidad*: una selección de los atributos de la argentinitud que se enuncia difundir o preservar, y que resultan de una distinción de aspectos específicos vinculados a la propia vida como migrante. Una suerte de *performatividad fundante*, si se quiere, de esa identidad argentina que sucede en el *estar conectados* en Facebook y que se materializa en los discursos que recrean en ese espacio mediatizado las identificaciones que se problematizan con la migración.

Investigar estos procesos identitarios supone asumir que estas reflexiones, necesariamente parciales, van de la mano con el desafío de acompañar el incesante discurrir de las materialidades significantes de las redes sociales de Internet, así como la creciente complejidad de los movimientos migratorios que también se corporizan discursivamente en ellas. Las problemáticas discutidas en este trabajo, en ese sentido, aspiran a ser una contribución para comprender esas mutaciones en curso.

REFERENCIAS

- Acosta, G. (2013). Modalidades de participación política en Facebook. En *Versión*, (31), pp. 178-191.
- Anderson, B. (2007). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. DF, México: Fondo de Cultura Económica.
- Andersson, M. (2013). Multi-contextual lives: Transnational identifications under mediatized conditions. In *European Journal of Cultural Studies*, 16(4), pp. 387-404.
- Arfuch, L. (2010). *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

- Busso, M. (2015a). *La identidad como decisión de análisis para el estudio de la emigración argentina: la vigencia del debate constructivista y discursivo*. En *Rizoma*, 3 (1), pp. 106-116. Recuperado de <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/6071>
- Busso, M. (2015b). *Los migrantes argentinos y la construcción discursiva de sus identidades: un análisis de la prensa gráfica y de los foros de Internet (2001-2005)*. (Tesis doctoral. Inédita). Facultad de Ciencia Política y RR.II., Universidad Nacional de Rosario (en cotutela con la Università degli Studi di Urbino Carlo Bo).
- Bailey, O., Georgiou, M. & Harindranath, R. (eds.) (2007). *Transnational lives and the media. Re-imagining diasporas*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Bauman, Z. (2011). Facebook, l'intimità e l'estimità. Recuperado de http://www.laterza.it/index.php?option=com_content&view=article&id=421&Itemid=101
- Baym, N. (2006). Vissuti interpersonali online. En Lievrow, L. & Livingstone, S. (eds.) (versión italiana de Boccia Artieri, G., Paccagnella, L. & Pasquali, F., eds.) (2007), *Capire i new media. Culture, comunicazione, innovazione tecnologica e istituzioni sociali* (pp. 5-36). Milano: Hoepli.
- Beck, U. (1998). *¿Qué es la globalización?: falacias del globalismo, repuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Biron, R. (2009). Globalización. En Szurmuk, M. & McKee Irwin, R. (coords.), *Diccionario de estudios culturales latinoamericanos* (pp. 117-121). Buenos Aires: Siglo XXI.
- Boccia Artieri, G., Farci, M., giglietto, F. & Rossi, L., (2014). Intimità connessa. Intimità e amicizia tra gli utenti italiani di Facebook. En Greco, G. (a cura di), *Pubbliche intimità. L'affettivo quotidiano nei siti di Social Network* (pp. 183-202). Milano: Franco Angeli.
- Boyd, D. & Marwick, A. (2011, 22 de septiembre). Social Privacy in Networked Publics: Teens' Attitudes, Practices, and Strategies. Artículo presentado en A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society. Recuperado de <http://ssrn.com/abstract=1925128>
- Caggiana, S. (2005). *Lo que no entra en el crisol. Inmigración boliviana, comunicación intercultural y procesos identitarios*. Buenos Aires: Prometeo.
- Çağlar, A. (2001). Constraining metaphors and the transnationalization of spaces in Berlin. In *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27 (4), pp. 601-613.
- Capogrossi, M.L, Magallanes, M & Soraire, F. (2015). Los desafíos de Facebook. Apuntes para el abordaje de las redes sociales como fuente. En *Revista de Antropología Experimental*, (15), pp. 47-63.
- Chambers, I. (1994). *Migración, cultura, identidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

Diminescu, D. (2008). The connected migrant: an epistemological manifesto. In *Social Science Information*, 47, pp. 565-579.

Easthope, H. (2009). Fixed identities in a mobile world? The relationship between mobility, place and identity. *Identities: Global Studies in Culture and Power*, 16 (1), pp. 61-82.

Fernández, J. L. (2008). La construcción de lo radiofónico: modos de producción de la novedad discursiva. En Fernández, J. L. (dir.), *La construcción de lo radiofónico* (pp. 9-73). Buenos Aires: La Crujía.

Ferrer, C. (2008, 30 de enero). Blogs o el espectáculo del yo. En *Clarín*. Recuperado de <http://edant.clarin.com/diario/2008/01/30/opinion/o-02301.htm>

Georgiou, M. (2010). Identity, Space and the Media: Thinking through Diaspora. In *Revue européenne des migrations internationales*, 26 (1), pp. 17-35.

Giglietto, F. & Rossi, L. (2014). Limiti e possibilità degli online social data. In *Sociologia della Comunicazione*, (49), pp. 9-18.

Grimson, A. (2011). *Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Guevara Ruiseñor, E. (2007). Intimidad. Los vínculos amorosos y los desafíos de la modernidad. En Zabludovsky, G. (coord.), *Sociología y Cambio Conceptual* (pp. 248-290). DF, México: Siglo XXI-UAM.

Hall, S. (2010). La cuestión de la identidad cultural. En *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales* (pp. 363-404). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá: Envío Editores.

Hall, S. (2003). ¿Quién necesita 'identidad'? En Hall, S. & du Gay, P. (comps.), *Cuestiones de identidad cultural* (pp. 13-39). Buenos Aires: Amorrortu.

Hepp, A. (2010). Researching 'mediatized worlds': Non-media-centric media and communication research as a challenge. En B. Cammaerts, N. *Carpentier*, I. Tomanic Trivundza et al. (eds.), *Media and communication studies: Intersections and interventions* (pp. 37-48). Tartu, Estonia: University of Tartu Press.

Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.

Hobsbawm, E. (1994). Identidad. *Revista Internacional de filosofía política* (3), pp. 5-17.

Jankowski, N. (2006). Fare comunità con i media: prospettive storiche, teoriche e di ricerca. En Lievrow, L. & Livingstone, S. (eds.) (versión italiana de Boccia Artieri, G., Paccagnella, L. & Pasquali, F., eds.) (2007), *Capire i new media. Culture, comunicazione, innovazione tecnologica e istituzioni sociali* (pp. 37-66). Milano: Hoepli.

Khagram, S. & Levitt, P. (2008). Constructing Transnational Studies. En Khagram, S. y Levitt, P. (eds.), *The Transnational Studies Reader. Intersections & Innovations* (pp. 1-18). Nueva York: Routledge.

- Kozinets, R. (2010) *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Londres: SAGE.
- Larraín, J. (2003). El concepto de identidad. En *Revista Famecos*, (21), pp. 30-42. Recuperado de <http://revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewfile/348/279>
- Levitt, P. & Jaworsky, N. (2007). Transnational migration studies: past development and future trends. In *Annual Revue of Sociology*, (33), pp. 129-156.
- Lomnitz, C. (2002). Identidad. En Altamirano, C. (comp.), *Términos críticos desociología de la cultura* (pp. 129-134). Buenos Aires: Paidós.
- Lovink, G. (2012). *Ossessioni collettive. Critica dei social media*. Milán: Universitá Bocconi Editore.
- Manovich, L. (2006). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital. Buenos Aires: Paidós.
- Pardo Kuklinsky, H. (2009). El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas en Internet. En Carlón, M. & Scolari, C., *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (pp. 251-262). Buenos Aires: La Crujía.
- Raimondo Anselmino, N., Reviglio, M.C. & Diviani, R. (2016). Esfera pública y redes sociales en Internet: ¿Qué es lo nuevo en Facebook? En *Revista Mediterránea de Comunicación*, 7 (1), pp. 211-229. Recuperado de <http://www.mediterranea-comunicacion.org/Mediterranea/article/view/187>
- Rheingold, H. (1996). *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- Sennett, R. (1978). *El declive del hombre público*. Barcelona: Península.
- Shamir, R. (2005). Without borders? Notes on globalization as a mobility regime. In *Sociological Theory*, 23 (2), pp. 197-217.
- Sibilia, P. (2009). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: EFE.
- Smith, A. (1997). El fundamento étnico de la identidad nacional. En *La identidad nacional* (pp. 17-39). Madrid: Trama Editorial.
- Thompson, J. (1998). La transformación de la visibilidad. En *Los medios y la modernidad* (pp. 162-197). Barcelona: Paidós.
- Thompson, J. (2011). Los límites cambiantes de la vida pública y la privada. En *Comunicación y Sociedad*, (15), pp. 11-42.
- Turkle, S. (2012). ¿Conectados pero solos? En *TED*. Disponible en http://www.ted.com/talks/sherry_turkle_alone_together.html

Urry, J. (2002). Mobility and Proximity. In *Sociology*, 36, pp. 255-274.

Valdettaro, S. (2007). Medios, actualidad y mediatización. En *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación*, (123), pp. 51-65.

Valdettaro, S. (2010). Subjetividades y digitalización: bosquejo de un estado de la cuestión. En Fausto Neto, A. & Valdettaro, S., *Mediatización, sociedad y sentido: diálogos entre Argentina y Brasil* (pp. 18-35). Rosario: Departamento de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Comunicación Social, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Recuperado de <http://www.cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros>

Van Dijk, J. (2016). Facebook, el imperativo de compartir. En *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Verón, E. (2013). *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*, Buenos Aires: Paidós.

.....
IDENTIFICACIÓN DE LA AUTORA:

Mariana Busso es Doctora en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario (UNR), Argentina, en cotutela con el Dottorato in Sociologia della Comunicazione e Scienze dello Spettacolo, de la Universidad de Urbino Carlo Bo. Becaria post-doctoral de CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas). Es también miembro del comité académico del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM), de la UNR.

.....
REGISTRO BIBLIOGRÁFICO:

Busso, M. (2016, diciembre). Grupos de migrantes en Facebook: los reacomodamientos íntimos de la identidad nacional. En *InMediaciones de la Comunicación*, 11, pp. 229-249. Revista de la Escuela de Comunicación, Facultad de Comunicación y Diseño, Universidad ORT Uruguay, República Oriental del Uruguay.