



**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES SEDE
ACADÉMICA MÉXICO**

**MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES
XVII PROMOCIÓN
2008 – 2010**

***El laberinto teatral de espejos digitales:
La presentación de mexicano-americanos en
Facebook***

**Tesis que para obtener el grado de Maestro en Ciencias Sociales
Presenta:**

Renato de Almeida Arao Galhardi

Directora de tesis:

Dra. Ligia Tavera Fenollosa

Seminario de tesis:

Identidades Transnacionales

México, D. F. Agosto de 2010

Índice

1.1. DEFINICIÓN DEL MARCO ANALÍTICO	11
1.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1.3. HIPÓTESIS	16
1.1.4. OBJETIVOS	16
1.1.5. JUSTIFICACIÓN Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	18
1.1.6. ALCANCES Y LIMITACIONES	20
1.1.7. METODOLOGÍA	21
1.1.7.1 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA	29
1.1.7.2. ANÁLISIS DEL PERFIL	29
1.1.7.3. THOMPSON Y LA HERMENÉUTICA PROFUNDA	32
1.1.7.4. ANÁLISIS DE CONTENIDO CONCEPTUAL	32
1.2. INTERACCIONISMO SIMBÓLICO Y ANTECEDENTES	32
1.2.1. SCHÜTZ – TIPIFICACIÓN, MOTIVO <i>PARA</i> Y MOTIVO <i>PORQUE</i>	34
1.2.2. COOLEY Y EL ESPEJO SOCIAL DEL YO	36
1.2.3. MEAD – EL YO COMO SUJETO Y OBJETO	37
1.2.4. GOFFMAN, EL <i>SELF</i> DRAMATÚRGICO Y LA PRESENTACIÓN COTIDIANA	39
1.2.5. LA INTERACCIÓN EN EL LABERINTO TEATRAL DE ESPEJOS DIGITALES	44
2. INTERNET: LA RED DE REDES	48
2.1. QUÉ ES INTERNET – HISTORIA	48
2.1.1. UNA CARACTERIZACIÓN DE LA INTERNET	51
2.1.2. CONFIGURACIONES ESPACIALES: EL CIBERESPACIO	52
2.1.3. REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA. LA NUEVA GENERACIÓN DIGITAL	55
2.1.4. ATRAVESANDO LA MODERNIDAD: LA MODERNIDAD Y NUEVOS PARADIGMAS	59
2.1.5. INTERACCIÓN CARA A CARA	62
2.1.6. INTERACCIÓN A TRAVÉS DE LA CMC	62
2.1.7. CIBERSOCIOLOGÍA: TRANSFORMACIONES EN COMUNIDADES, ESPACIOS Y TIEMPO	65
2.1.8. MÁS ALLÁ DE COMUNIDADES Y PSEUDO COMUNIDADES: REDES SOCIALES DIGITALES	67
2.2. POBLACIÓN DE LA INTERNET: USO Y ACCESO A LA RED	69
2.2.1. PERSONALIZANDO EL YO: CONFIGURACIONES DEL YO Y LA PRESENTACIÓN EN LA PANTALLA.	72
2.3. LA IDENTIDAD COMO ESENCIA DE LA PRESENTACIÓN	73

3. UNA INTRODUCCIÓN A FACEBOOK	79
3.1. SITIOS DE REDES SOCIALES: ESPECIFICIDADES Y CONFIGURACIONES	80
3.2 FACEBOOK - DEMOGRAFÍA E INSERCIÓN SOCIAL	85
3.2.1. INTERACCIÓN SOCIAL	89
3.2.2. ESTRUCTURA Y CONFIGURACIÓN DE FACEBOOK	92
3.2.2.1. PERFIL	95
3.2.2.2. INFORMACIÓN PERSONAL: “INFO”	97
3.2.2.3. ESPACIO INTERACTIVO: “THE WALL”	99
3.2.2.4. ESPACIO FOTOGRÁFICO: PRESENTACIÓN VISUAL	100
3.2.3. EL <i>SELF</i> Y FACEBOOK	101
4. ANALOGÍAS DIGITALES: SEMIÓTICAS Y EXPRESIONES DE UNA PRESENTACIÓN DE LA MEXICANIDAD.	106
4.1. PRESENTACIÓN VISUAL: MASCARAS Y CARAS	109
4.1.1. CONSTRUCCIÓN DE LA MEXICANIDAD: ELEMENTOS Y SÍMBOLOS	112
4.1.2. EL OTRO LADO: LA AMERICANIDAD	124
4.1.3. COSMOPOLITA	128
4.1.4. PRESENTACIÓN PÚBLICA Y SALIENTE	130
4.1.5. MOTIVO <i>PARA</i> Y MOTIVO <i>PORQUE</i>	141
4.2. PRESENTACIÓN TEXTUAL	148
4.2.1. PRIVACIDAD VS PÚBLICO	150
4.2.1.1. FACEBOOK COMO SEMIPÚBLICO	151
4.2.2. MEXICANIDAD COMO RECURSO DEL <i>SELF</i>	153
4.2.3. WALL: CONSTRUCCIÓN DE UNA PRESENTACIÓN	156
4.3. PRESENTACIÓN RELACIONAL Y POR ASOCIACIÓN	168
4.3.1. GRUPOS Y REDES SOCIALES	168
4.3.2. PARTICIPACIÓN E INTERACCIÓN CMC	173
4.3.3. AUDIENCIA Y AMISTAD	173
4.4. EXPLICANDO LAS PRESENTACIONES: RELACIONES DEL <i>BACKSTAGE</i>	175
5. REFLEXIONES FINALES: EL CIERRE DE LA PRESENTACIÓN	180
BIBLIOGRAFÍA	196
ANEXOS	208
ANEXO 1. GRAFICA DE LA PROPORCIÓN DE PÁGINAS WEB POR IDIOMAS	208
ANEXO 2. TABLA 2.3. PORCENTAJE DE USUARIOS DE INTERNET DIVIDIDOS POR REGIONES DEL MUNDO PARA 2009.	208

ANEXO 3. TABLA 2.4. PORCENTAJE DE USUARIOS DE FACEBOOK DISTRIBUIDOS POR REGIONES DEL MUNDO	209
ANEXO 4. TABLA 2.5. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE USUARIOS DE LA INTERNET EN EE.UU. SEPARADOS POR ETNIA PARA 2009.	209
ANEXO 5. TABLA 2.7. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE USUARIOS DE INTERNET EN EE.UU. SEPARADOS POR EDUCACIÓN PARA 2009	210
ANEXO 6. TABLA 2.8. PORCENTAJE DE LAS DISTRIBUCIONES DE LAS EDADES DE LOS USUARIOS EN FACEBOOK DE EEUU.	210
ANEXO METODOLÓGICO	210
ANEXO A. DEFINICIONES Y EXPLICACIONES CONTEXTUALES DE TÉRMINOS DE ANÁLISIS.	211
ANEXO B. ANÁLISIS DE FOTOS DEL PERFIL	212
ANEXO B.1. TABLA DE CÓDIGOS DEL ANÁLISIS DE LAS FOTOS DEL PERFIL	212
ANEXO B.3. NOTAS DEL ANÁLISIS VISUAL DEL PERFIL	225
ANEXO B.4 TABLA DE CÓDIGOS PARA LA MEXICANIDAD EN LOS ÁLBUMES	225
ANEXO B.5. TABLA DE LA FRECUENCIA Y CANTIDAD DE ÁLBUMES REPRESENTANDO ELEMENTOS DE LA MEXICANIDAD	226
ANEXO C. TABLA DEL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN BÁSICA DEL PERFIL	226
ANEXO C.1. TABLA DE CÓDIGOS PARA EL ANÁLISIS DE INFORMACIÓN BÁSICA	227
ANEXO C.2. TABLA DEL ANÁLISIS DE INFORMACIÓN PERSONAL DE LOS PERFILES	227
ANEXO C.3. TABLA DE CÓDIGOS PARA EL ANÁLISIS DE INFORMACIÓN PERSONAL	228
ANEXO C.4. NOTAS DEL ANÁLISIS DE LAS INFORMACIONES DE LOS PERFILES	229
ANEXO D. TABLA DE LA CANTIDAD DE GRUPOS Y PÁGINAS AGREGADOS A LOS PERFILES	230
ANEXO E. FACEBOOK: EL PERFIL	230

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. PORCENTAJE DE USUARIOS DE INTERNET ENTRE ADULTOS, SEPARADO POR SEXO Y EDAD, DE LOS EE.UU. DICIEMBRE 2009	10
TABLA 1.1. DATOS DE LAS ENTREVISTAS	15
TABLA 1.2. MATRIZ ANALÍTICA DEL PERFIL DE FACEBOOK PARA LA MEXICANIDAD	16
TABLA 1.3. CONCEPTOS Y SUS DEFINICIONES PARA EL ANÁLISIS DE LA PRESENTACIÓN DIGITAL.	22
TABLA 1.4. UN CUADRO GENERAL DE LAS CATEGORÍAS CENTRALES DE LOS AUTORES DE LA INTERACCIÓN SIMBÓLICA Y LA PSICOLOGÍA SOCIAL	37
TABLA 2. CATEGORÍAS Y CARACTERÍSTICAS DE LAS 3 ESFERAS DE LA IDENTIDAD DE S.	

HALL	42
TABLA 2.1. LAS 5 REVOLUCIONES TECNOLÓGICAS	47
TABLA 2.2. TRES FASES DE LA INTERACCIÓN PROPUESTA POR THOMPSON	55
TABLA 2.3. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE USUARIOS DE INTERNET EN EE.UU. SEPARADOS POR GEOGRAFÍA PARA 2009	62
TABLA 3. DATOS DEMOGRÁFICOS DE USO DE FACEBOOK PARA EEUU PARA JUNIO 2008 Y ABRIL 2009	78
TABLA 3.1. CATEGORÍAS PRESENTES BAJO LA “INFORMACIÓN BÁSICA” DE LA PESTAÑA DE “INFO” DE UN PERFIL DE FACEBOOK	88

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. PRESENTACIÓN DEL <i>SELF</i> DE GOFFMAN	34
FIGURA 2. LAS CARACTERÍSTICAS DE LA RED 2.0	49
FIGURA 2.1. LAS TRES FORMAS DE LA IDENTIDAD	66
FIGURA 2.2 “ <i>WHY CAN’T YOU USE FACEBOOK, LIKE EVERYBODY ELSE?</i> ”	69
FIGURA 3. CRONOLOGÍA SIMPLIFICADA DE LA EVOLUCIÓN DE LOS SITIOS DE REDES SOCIALES	72
FIGURA 3.1. EL PERFIL DE FACEBOOK A LA HORA QUE SE INSCRIBE EN EL SITIO	87
FIGURA 3.2 TRES FORMAS DE INTERACCIÓN SOCIAL EN FACEBOOK	90
FIGURA 3.3. PESTAÑA DE “INFO”	91
FIGURA 4. DISTRIBUCIÓN DE LAS PRESENTACIONES POR LAS TRES FORMAS DE PRESENCIA PÚBLICA	123
FIGURA 4.1 EL CICLO DE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA PRESENTACIÓN SALIENTE	125

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA 1. USUARIOS DE INTERNET POR REGIONES DEL MUNDO, SEPTIEMBRE 30 2009	39
GRÁFICA 2. CAMBIOS EN LA POBLACIÓN ÉTNICA DE FACEBOOK DE ENERO 2006 HASTA ENERO 2009	79
GRÁFICA 3. CAMBIOS EN LA PROPORCIÓN DE LA POBLACIÓN ÉTNICA DE FACEBOOK DE ENERO 2006 HASTA 2009	80

3. UNA INTRODUCCIÓN A FACEBOOK

Establecido en 2004 por tres estudiantes de Harvard, Facebook entra en la arena de los sitios de redes sociales digitales de la Internet. Inicialmente exclusivos para estudiantes universitarios, es en 2006 que Facebook se torna un sitio abierto a cualquiera que posea un correo electrónico verificable. Desde de su creación, Facebook atrae a una población universitaria y, a pesar de tener miembros de otras clasificaciones y estratos, los estudiantes universitarios continúan teniendo mayor peso presencial en el sitio, específicamente estudiantes universitarios americanos. A partir de 2006, Facebook es un elemento activo en las vidas del 90% de los universitarios estadounidenses (Ellison, Steinfeld, y Lampe, 2006; Stutzman, 2006) y crece en las poblaciones universitarias alrededor del mundo. Además, estudiantes universitarios están dedicando un tiempo significativo a los sitios de redes sociales, compartiendo información, mandando mensajes y manteniéndose en contacto con los miembros de sus redes (boyd, 2007; Jones, 2002). Solamente esta reagrupación de las vidas sociales de los jóvenes americanos, nos permite considerar la relevancia social de Facebook con su impacto disruptivo³⁰ dentro de las vidas cotidianas de universitarios estadounidenses. Facebook se convierte en un foco de interacción social, representando y recopilando muchas de las representaciones, interacciones, gustos y modalidades, intereses, e impulsos de esta nueva generación universitaria. Compartimos las conclusiones de Wellman y Hampton (1999), que concluyen diciendo que es a partir del momento en que la comunicación tecnológica se torna penetrante, que esto se vuelve interesante desde una perspectiva de investigación, porque es en este momento cuando este medio empieza a tener impactos sociales reales.

Este capítulo está conformado alrededor de la estructura e implicaciones de Facebook, que se remiten al análisis de la presentación de los mexicano-americanos en Facebook. Para poder hacer esto, empecemos con 1) una breve discusión acerca del surgimiento, las implicaciones y configuraciones de los sitios de redes sociales, para irnos a 2) la historia y evolución social de Facebook, enfatizando su penetración social, su estructura y configuración; y sus implicaciones para la interacción social y el *Self*,

³⁰ “*These are the technologies that not only led to new commercial products and industries but eventually change the world*” (Chien, 2004).

con el fin de apoyar nuestro análisis de los casos estudiados para esta investigación.

3.1. SITIOS DE REDES SOCIALES: ESPECIFICIDADES Y CONFIGURACIONES

La Internet como vehículo social, es un facilitador de la interacción y comunicación social. Es un medio alternativo para conectar gente que comparte intereses u objetivos comunes (Ellison, Steinfeld y Lampe, 2007: 1147). Un espacio que articula e impulsa la interacción y comunicación social por la CMC, son los sitios de redes sociales. Los sitios de redes sociales se han vuelto un fenómeno global desde 2008 en el cual dos tercios de la población que accede a Internet visitan un sitio de redes sociales y constituye el 10% del tiempo total que uno pasa interactuando en Internet; y esto solamente está aumentando³¹ (Nielsen, 2009: 1; 4). La pluralidad de sitios de redes sociales existentes hoy (ver figura “Cronología simplificada de los sitios de redes sociales” abajo), es un indicador de la voluntad de los internautas a insertarse dentro de redes digitales e interactuar dentro de un reflejo de las redes sociales físicas³². Las redes sociales digitales permiten la expansión y la agrupación de los vínculos existentes en la vida real dentro de un solo nodo. Es un medio de interacción muy atractivo y adecuado para un mundo globalizado. El surgimiento de nuevas redes sociales digitales es un elemento representativo de la era de la globalización, en el cual se enfatiza el deseo, la necesidad y el impulso de la interacción humana social, perdida en una construcción de un mundo fragmentado y disperso. Como describe Buckingham (2008), la

“globalization, the decline of the welfare state, increasing social mobility, greater flexibility in employment, insecurity in personal relationships—all these developments are contributing to a sense of fragmentation and uncertainty”.

³¹ De acuerdo con los resultados publicado por Nielsen de Marzo 2009, hubo un incremento de 18% desde Diciembre 2007 a Diciembre 2008 acerca del tiempo dedicado en línea. Para los sitios de redes sociales, Nielsen reporta que incrementó el 63% el tiempo dedicado a los sitios de redes sociales, en el cual Facebook tuvo un incremento de 566% acerca del tiempo global dedicado a su sitio en el periodo de un año (Dic. 2007 - Dic. 2008. Para mayores informaciones, ver *The Nielsen Company*, “Global Faces and Networked Places. A Nielsen report on Social Networking’s New Global Footprint”, Marzo 2009, http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09.pdf

³² Ellison, Steinfeld y Lampe) señalan que los sitios de redes sociales pueden estar orientados a contextos profesionales laborales (ej. LinkedIn.com), en base de música (ej. Myspace.com), o a estudiantes universitarios (ej. Facebook.com) (2007: 1143)

Figura 3. Cronología simplificada de la evolución de los sitios de redes sociales



Fuente: Ofcom (2008), "Social networking: a quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use", *Office of Communications* en línea.

Esta dedicación de tiempo por parte de los internautas en sitios de redes sociales, está cambiando la forma en la cual las personas pasan y eligen pasar sus tiempos en la Internet, conlleva impactos e implicaciones en las formas en las que las personas se comportan, comparten e interactúan en sus vidas diarias (Nielsen, 2009: 1).

Las redes sociales constituyen las semillas básicas de la condición humana y las expresiones más definidoras de la interacción social. Para Garton y Wellman (1999) una red social es un conjunto de personas conectadas por una serie de relaciones sociales³³, a lo cual Dabas (1998) agrega el intercambio y el perpetuo flujo cambiante de las interacciones por las redes sociales enfatizando la multidimensionalidad y direccionalidad de las relaciones evolutivas contenidas dentro del intercambio relacional de las redes sociales. En suma, es un proceso social, evolutivo y multidireccional de carácter dialógico³⁴.

Como hemos mencionado en los capítulos anteriores, un sitio de redes sociales digital tiene tres componentes básicos, según la gurú de las relaciones digitales, danah boyd. Lo que define una red social digital de acuerdo con esta autora, es: 1) la posibilidad de construir un perfil público y semipúblico dentro de un sistema cerrado; 2) la posibilidad de articular una lista de otros usuarios con los cuales se comparte una conexión; y 3) que se permite ver y recorrer sus listas de conexiones y las hechas por otros dentro del sistema (boyd y Ellison, 2007)³⁵. Es así que generalmente, las

³³ pág. 75

³⁴ Gustavo Aruguete (2001), considera a las redes como formas de interacción social y las define como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se potencian para organizar sus recursos.

³⁵ Para una discusión más compleja acerca de la historia, definición y configuración de sitios de redes sociales ver el artículo: boyd, danah M. and Nicole B. Ellison. "Social Network Sites: Definition, History,

configuraciones y estructuras de los sitios de redes sociales se parecen entre sí.

Por lo general, los sitios de redes sociales contienen cuatro elementos básicos: 1) el perfil; 2) una pestaña o parte de información personal; 3) un espacio para interactuar con otros miembros de la red; 4) un espacio para la divulgación de fotos. Veamos cada uno de ellos.

1) El perfil. Se puede entender el perfil de un sitio de redes sociales como la “cara” o como la presentación pública del usuario del sitio de redes sociales. Es la presentación pública del nodo que constituye el perfil dentro de su red social digital. El perfil está compuesto de varios elementos que en su totalidad dan una presentación general del dueño del mismo. Esto normalmente contiene una presentación visual por medio de una imagen o foto principal que da una “cara” al perfil, con la presencia de descriptores personales como edad, sexo, profesión, intereses, etc. Estas informaciones varían de un sitio a otro, pero todos contienen algunos identificadores personales del usuario en este espacio. El estudio pionero de danah boyd y Jeffrey Heer (2006) acerca de uno de los primeros sitios de redes sociales con mayor penetración social, Friendster, había concluido que los perfiles constituyen simultáneamente un cuerpo digital, una creación social, un instigador conversacional y un medio para una interacción comunicativa prolongada de varias modalidades.

2) Información personal. Aunque en el perfil se encuentran informaciones personales de carácter descriptivo del usuario del perfil, se incluye también un espacio, por medio de una pestaña o *link*, con datos e información personal más detallados, sean sus preferencias musicales, orientación sexual, política y religiosa, sus libros favoritos, etc. Las características específicas de estos descriptores, los que se permiten incluir como datos personales, también varían entre un sitio de redes sociales y otro.

3) Espacio interactivo. El perfil contiene, por lo general, un espacio donde se pueden

and Scholarship.” *Journal of Computer-Mediated Communication* 13.1, article 11 (2007). 22 Mar. 2008 <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.

agregar mensajes de todos los tipos, el cual Facebook concibe como una “pared”. El concepto de “pared” de Facebook, es representativo de los espacios de interacción social de los sitios de redes sociales, ya que incorpora las características transversales de estos espacios. Para ilustrar de forma clara lo que representa y en lo que consiste este espacio, se usara la “pared” de Facebook como el elemento representativo de tal. La “pared” es un espacio que veremos con más detalle posteriormente, que permite que los miembros agregados al perfil, construyendo una red personal digital, puedan transmitir e intercambiar informaciones. Esto es posible por medio de “posts”, siendo un “post” sencillamente el acto digital de poner un tipo de mensaje en el espacio público del perfil³⁶.

- 4) **Espacio fotográfico.** El perfil como una consolidación de la incorporación de las partes de identificación y expresión personal, contiene un espacio para la divulgación de fotos. Como hemos visto, el perfil contiene normalmente una foto principal que caracteriza y da un “cara” a la página central del nodo de la red social del usuario, en el cual también se permite, por lo general, un espacio para la divulgación de otras fotos que pueden estar disponibles a los miembros de la red del usuario, así como también, dependiendo de la configuración de privacidad del sitio, a otros agregados al sitio de redes sociales, como por ejemplo a “amigos de amigos” en la red. Downes (2007) nos ofrece una explicación acerca de las diferentes concepciones de las conexiones establecidas en algunos de los sitios de redes sociales más populares en este momento. Downes escribe que:

“Relations in Facebook are defined not only as "friends" but also as members of social networks. These, in the first instance, constituted university classes (and many of Facebook's displays still categorize members by their affiliation) but have subsequently come to include groups, causes, and cities and towns. Contrast this with a business-oriented

³⁶ Un “post” es diferente de un mensaje por ser algo dirigido y característicamente público, en el cual un mensaje usa el canal de mensaje privado, aunque un post puede tener las características de una mensaje, solamente que se ubica en un lugar accesible para otros, mientras que un mensaje enviado como un e-mail es destinado a una lectura e interacción privada.

Web site such as LinkedIn, where contact, rather than friendship, is important. The choice offered by LinkedIn, between "knowing" and "not knowing," arguably pushes people to make connections rather than build relationships (Balfour 2007). Or contrast this with Web sites such as Flickr, Slideshare, or Twitter where confirmation is not required at all; one user merely declares that he or she is "following" another, and the other may or may not reciprocate". (Downes, 2007)

Podemos rescatar la descripción sintética de Landri (2009) acerca de los sitios de redes sociales. Landri resume que los sitios de redes sociales:

“can present different technological affordances; yet, their materiality gathers common features. In order to participate to a SNS, the user is asked to define a visible profile, and display a list of friends. The user must provide information about his/her age, location, interests, plus a personal presentation. In some cases, it is possible to add photos to the profile, enhancing it through intervening media tools (images). Profiles can be more or less visible, depending on the rule of the website, and on the users' intention to make them visible” (Landri, 2009: 211).

Además, danah boyd distingue cuatro propiedades del espacio público mediado por una red:

1) Persistencia

Las interacciones comunicativas que se desarrollan en este espacio, se mantienen a lo largo del tiempo por medio de una comunicación asincrónica.

2) Capacidad de Búsqueda

Por medio de la estructura de la plataforma de redes sociales, existe la capacidad de una búsqueda de interacciones con base en elementos comunes compartidos. De esta forma, se permite encontrar el cuerpo digital independiente del espacio geográfico de otro similar.

3) Replicabilidad

Las expresiones mediadas en una red pueden ser reproducidas *verbatim* sin la capacidad de distinguir la “copia” del “original”.

4) Audiencias Invisibles

El espacio público mediático de una red no permite el control cerrado de mantener las expresiones interactivas comunicativas en un espacio, dejando así la puerta abierta a

réplicas de interacciones comunicativas en otros espacios compuestos por otras audiencias.

Paredes (2008) señala que la diferencia entre Facebook y los demás sitios de redes sociales existentes en la red 2.0, es el mecanismo propio de la conceptualización de la red personal que permite Facebook. “Facebook busca diagramar fielmente las conexiones y relaciones personales de los usuarios” lo que a su vez “fomenta la publicación veraz de la información” (2008: 1-2). Es importante mencionar que facebook permite una configuración de privacidad, configurando el acceso a elementos del perfil deseado por el usuario, así como también la posibilidad de una interacción comunicativa sincrónica en el propio sitio.

3.2 FACEBOOK - DEMOGRAFÍA E INSERCIÓN SOCIAL

Facebook, como un sitio de redes sociales digital, se distingue de otro tipo de organizaciones por poner el foco en las personas y no en las ideas, intereses, o actividades. El propio sitio se define como “*a social utility that connects people with friends and others who work, study and live around them*”³⁷. Para poder apreciar el impacto y la importancia de un estudio que se dirige a un sitio de redes sociales, se estima que dos tercios de la población mundial visitan un sitio de redes sociales o un blog³⁸, de los cuales alrededor de 940 millones son miembros de un sitio de redes sociales³⁹. Dentro de esta población, Facebook mantiene el primer lugar en sitios de redes sociales, al ser el más visitado a nivel mundial y el segundo a nivel del territorio americano⁴⁰.

ALGUNOS DATOS INTERESANTES ACERCA DE FACEBOOK

³⁷ De <http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet>

³⁸ The Nielsen Company, “Global Faces and Networked Places. A Nielsen report on Social Networking’s New Global Footprint”, Marzo 2009, http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09.pdf

³⁹ Belleghem, Steven Van. “28,280,000 Brits make use of social media - 940 million social media users in the world” Press Release, 22 de Marzo 2010, *InSites Consulting*. http://www1.insites.be/02/MyDocuments/PressreleaseUK_Social_Media_March2010.pdf

⁴⁰ Facebook está focalizado en conectar en vez de entretener. Puede ser utilizado para mantener contactos profesionales, encontrar viejas amistades, compartir fotos, estatus, y eventos de la vida. En suma, Facebook es la consolidación de Reunion, LinkedIn, Yahoo! Personals, Flickr y Twitter, todo en uno. (Nielsen, 2009: 9)

- 83% de la población mundial de usuarios de Internet reconocen el nombre Facebook.⁴¹
- Facebook es el segundo sitio más visitado en Internet (sobrepasa Google)⁴²
- 51% de la población en línea son miembros de Facebook.⁴³
- 3 de cada 10 usuarios de Internet ingresan a Facebook.⁴⁴
- 58% de la población en línea dicen ya haber sido miembros de Facebook en algún momento.⁴⁵
- Facebook tiene más de 400 millones de usuarios activos.⁴⁶
- Si Facebook fuera un país, sería el tercer país más poblado del mundo después de China e India.
- 50% de estos usuarios entran en el sitio diariamente.⁴⁷
- Un usuario tiene en promedio 130 amigos.⁴⁸
- El tiempo promedio en Facebook es de 55 minutos todos los días.⁴⁹
- Casi un tercio de todos los usuarios de Facebook están entre los 35 y 49 años.⁵⁰
- Cerca de un cuarto tiene 50 o más años.⁵¹
- Facebook es el sitio más popular y el más grande para compartir fotos con más de 2.7 billones de fotos en el sitio y se suben arriba de 14 millones de fotos todos los días.

De acuerdo con los datos compilados para abril de 2009, más de 42 millones de estadounidenses están presentes en Facebook. De esta población, se destaca que la característica típica de este usuario es: una mujer, entre 18 y 24 años y universitaria.

⁴¹Belleghem, Steven Van. (2010). "Social Media Around the World" *InSites Consulting*. <http://www.slideshare.net/stevenvanbelleghem/social-networks-around-the-world-2010>

⁴²<http://socialnomics.net/>

⁴³Belleghem, Steven Van. (2010). "Social Media Around the World" *InSites Consulting*. <http://www.slideshare.net/stevenvanbelleghem/social-networks-around-the-world-2010>

⁴⁴*Op. Cit.*

⁴⁵*Op. Cit.*

⁴⁶ Estadísticas de Facebook: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

⁴⁷*Op. Cit.*

⁴⁸*Op. Cit.*

⁴⁹*Op. Cit.*

⁵⁰The Nielson Company, "Global Faces and Networked Places. A Nielsen report on Social Networking's New Global Footprint", pág.3. Marzo 2009, http://blog.nielson.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09.pdf pág. 4.

⁵¹ *Op. Cit.*

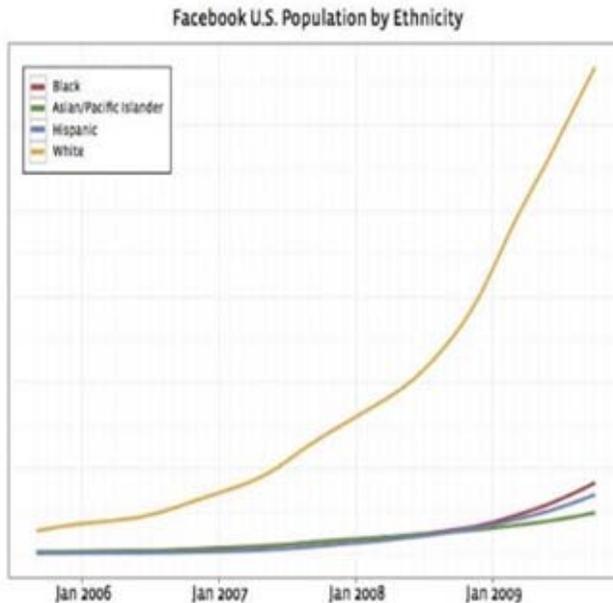
Tabla 3. Datos demográficos de uso de Facebook para EEUU para junio 2008 y abril 2009

ESTADOS UNIDOS	Junio 2008		Abril 2009	
Sexo	Usuarios	%	Usuarios	%
Masculino	10,095,740	38.1%	17,747,880	42.2%
Femenino	12,520,760	47.3%	23,429,960	55.7%
Desconocido	3,864,600	14.6%	911,360	2.2%
Total	26,481,100	100.0%	42,089,200	100.0%
Edad	Usuarios	%	Usuarios	%
0-17	4,378,120	16.5%	5,674,780	13.5%
18-24	14,258,160	53.8%	17,192,360	40.8%
25-34	5,584,260	21.1%	11,254,700	26.7%
35-54	1,856,680	7.0%	6,989,200	16.6%
55+	324,420	1.2%	954,680	2.3%
Desconocido	79,460	0.3%	23,480	0.1%
Localidad	Usuarios	%	Usuarios	%
Nueva York	1,081,680	4.1%	1,622,560	3.9%
Chicago	721,640	2.7%	797,040	1.9%
Los Ángeles	390,800	1.5%	636,160	1.5%
Miami	333,500	1.3%	627,840	1.5%
Houston	372,880	1.4%	560,520	1.3%
Atlanta	502,700	1.9%	535,300	1.3%
Washington DC	328,540	1.2%	526,460	1.3%
Filadelfia	361,980	1.4%	498,220	1.2%
Boston	310,380	1.2%	440,500	1.0%
San Francisco	159,120	0.6%	264,460	0.6%
Inscripción actual escolar	Usuarios	%	Usuarios	%
Secundaria	4,766,320	18.0%	5,627,740	13.4%
Universidad	6,608,600	25.0%	7,833,280	18.6%
Graduados	4,470,260	16.9%	4,756,480	11.3%
Desconocido	10,635,920	40.2%	23,871,700	56.7%

Fuente: iStrategyLabs.com

En abril de 2008, 47.3% de la población de origen estadounidense en Facebook eran mujeres, en comparación con 38.1% de los hombres. En un poco más de un año, los datos para junio 2009 muestran una tendencia creciente de la participación de hombres

Grafica 2. Cambios en la población étnica de Facebook de enero 2006 hasta enero 2009



Fuente: Backstrom, L. Chang, J., Marlow, C., "How Diverse is Facebook?" publicado el 16 de Dic. 2009 en Facebook, página web: http://www.facebook.com/note.php?note_id=205925658858

boyd escribió en 2007 que los usuarios típicos de Facebook "*tend to come from families who emphasize education and going to college. They are primarily white, but not exclusively,*"(boyd, 2007). Esta tendencia se ha mantenido hasta la fecha, con datos de 2009, mostrando la predominancia de los "blancos" americanos en Facebook. A pesar de tener poca representatividad en Facebook dentro de la población estadounidense, los individuos de otras categorías étnicas siguen incrementando su presencia.

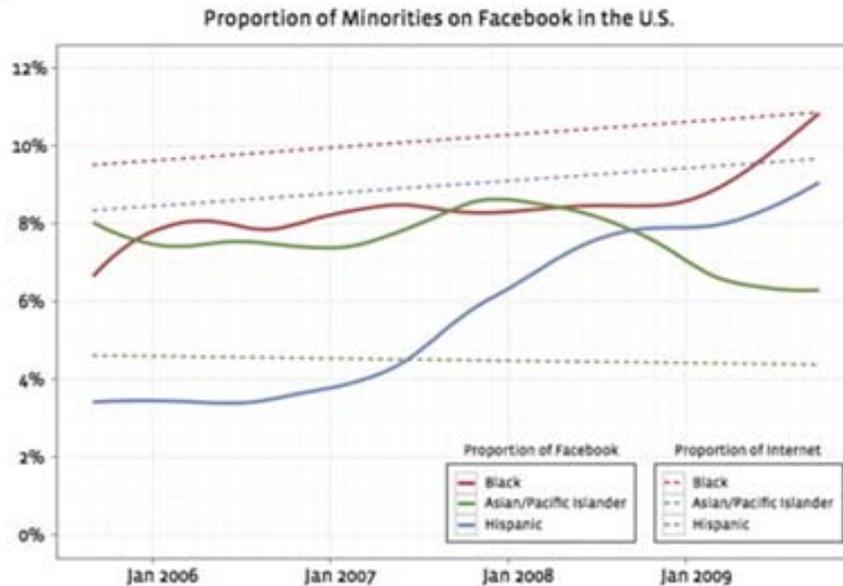
Otros estudios han concluido que aproximadamente 11% de la población estadounidense en Facebook, es decir, cerca de 100 millones de usuarios, son afro-americanos, 9% se consideran latinos y 6% asiáticos. Además, un estudio reciente por parte de una investigación del grupo estadístico de Facebook, concluye que la presencia de las minorías, sus proporciones e inserciones, son indicadores que reflejan la diversidad y la configuración étnica de la población actual de los Estados Unidos. Ellos

y mujeres en Facebook, manteniendo la presencia mayoritaria femenina en el sitio en cual 42.2% de esta población en Facebook está compuesto de un público masculino y 55.7% por un público femenino.

El rango de edad representativo de la clase universitaria, entre 18 y 24 años, representa alrededor del 40% de los perfiles de origen estadounidense en Facebook con el restante 60% representando individuos arriba de 26 años.

establecen que todas las categorías étnicas siguen creciendo en el sitio de forma homogénea y de acuerdo con la propia construcción étnica del país.

Grafica 3. Cambios en la proporción de la población étnica de Facebook de enero 2006 hasta 2009



Fuente: Backstrom, L. Chang, J., Marlow, C., "How Diverse is Facebook?" publicado el 16 de Dic. 2009 en Facebook, pagina web: http://www.facebook.com/note.php?note_id=205925658858

3.2.1. INTERACCIÓN SOCIAL

USUARIOS Y ACTIVIDADES: Facebook tiene más de 400 millones de usuarios activos y se estima que 50% de estos 400 millones entran en Facebook en un día típico. 35 millones de usuarios cambian sus estatus diariamente, mientras que un estimado de 60 millones, actualizan su estatus diariamente. Además, más de 3 billones de fotos son subidos a Facebook todos los meses, y más de 5 billones de contenidos de la red (como *links*, noticias, blogs, *posts*, etc.) son compartidos semanalmente. De acuerdo con el propio sitio, el usuario común tiene alrededor de 130 amigos y recibe 8 solicitudes de amistad todos los meses. El usuario típico pasa alrededor de 55 minutos todos los días en Facebook, y escribe en promedio 25 comentarios en Facebook todos los meses y es miembro de un promedio de 13 grupos.

Establecemos que los universitarios constituyen el cuerpo de Facebook. Cameron Marlow, un sociólogo para Facebook, abordó el tema en un artículo de *The*

Economist publicado en febrero del año 2009, describiendo las actividades de los usuarios en el sitio. De acuerdo con el artículo, un usuario masculino, por lo general, responde a los “posts” de solamente 7 de sus amigos por el medio de un comentario acerca de sus fotos, dentro de sus estatus, o en la “pared”. Por otro lado, Cameron Marlow, nos dice que las mujeres tienden a ser más sociables, respondiendo a 10 “posts” de sus amigos, y eso también es evidente en las otras formas de interacción comunicativa de Facebook, como por medio del correo electrónico o sistema de chat, en el cual el autor señala que el típico hombre interactúa con solamente 4 personas, mientras que la mujer con 6⁵². Agreguemos ahora los análisis de las actividades más corrientes en Facebook, que son en forma ordinal: 1) ver perfiles, 2) ver fotos y 3) interactuar con aplicaciones⁵³ y tenemos una buena idea de lo que representa una sesión típica para cualquier usuario en Facebook. Es lo que Gallagher describe acerca de la inserción universitaria en Facebook. El escribe que:

“they have a rough idea of what they’ll encounter, but they’re there to explore and look around, enjoy the sights (or site). They’ve usually allocated time for fun and they don’t want to leave the terrain when they’re having conversations, looking at photos or videos, and checking out updates from friends” (2008: 10).

USUARIOS Y SUS AUDIENCIAS: Los usuarios de Facebook tienden a construir y replicar sus relaciones fuera de la red en vez de buscar formar nuevas relaciones. Esto implica un fuerte grado del efecto de la red, es decir, Facebook atrae usuarios con base en que la probabilidad de encontrar amigos o personas de interés, es alto en Facebook, especialmente para los que encajan entre 18 y 24 años (Ellison, Steinfeld y Lampe, 2007: 1144).

Las audiencias de los perfiles, en su gran mayoría, son réplicas de sus existentes redes del mundo no digital, dándole una forma de contacto “permanente” por medio de la “pared”, e interacciones asincrónicas del perfil. Pero sabemos que una gran parte de la interacción en Facebook se expresa a través de la incorporación en grupos en Facebook (siendo la tasa promedio de 13 grupos por perfil), así como también la

⁵² Información del artículo: *The Economist*. (2009). “The size of social networks”, Feb. 26 2009 Disponible en: http://www.economist.com/node/13176775?story_id=13176775

⁵³ www.compete.com

formación de redes con “paginas”, en la modalidad de tornarse un “fan”⁵⁴. La interacción con medios externos a las conexiones de “amistad” en Facebook, es un elemento pertinente para la construcción de una presentación, además de una sugerencia de actividad en el sitio. Es por el medio al que nos asociamos que una presentación se construye voluntariamente o no. La asociación también es parte de un contexto más amplio de una presentación del yo dentro de un perfil que fomenta en conjunto con las creaciones e interacciones dentro del propio perfil. La audiencia, hecha por estas agregaciones, es un elemento para reforzar una creación identitaria presentacional en Facebook. Un elemento tan simple como compartir fotos por medio de “etiquetas”, induce a la construcción de un espacio, de un contexto no-textual, que a su vez emite resonancias de elementos identitarios dentro de un diálogo semiprivado. La red 2.0 mantiene la inercia de una promoción de una tendencia aumentativa de la expresividad individual, haciendo que la *performance* digital sea a la vez el contexto y la conversa de los sitios de redes sociales.

danah boyd abarca el tema de las audiencias en Facebook, analizando el concepto de público creado en el medio interactivo de los perfiles. Como ella misma señala, “*friends are publicly articulated, profiles are publicly viewed, and comments are publicly visible*” (2007: 124). Las audiencias se remiten a lo que hemos explorado en las teorías dramáticas de Goffman. Dentro de un escenario social, hay un *performance*, un actor, dentro de un espacio social públicamente mediado que remite a una interacción y relación con una audiencia. boyd (2007) sostiene que ambas concepciones de audiencia y de público comparten un texto, es decir, una ontología o *performance*, en el cual las semánticas lingüísticas se mezclan dentro de un discurso interpretativo de creación y modificación a lo largo de la interacción con la audiencia, en el sentido de que los sitios de redes sociales permiten una articulación de un espacio público mediático, distinguiendo entre

- lo **privado**: el perfil es solamente visible para los agregados en la red; los amigos,

⁵⁴ Los ingenieros de Facebook han concluido que a pesar que muchos escriben sus preferencias e intereses personales, (por ejemplo: música, televisión, libros, etc.) que tres veces más se conectan a páginas de Facebook; páginas de bandas, grupos no-gubernamentales, universidades, etc. Para mayores informaciones acerca de la metodología y resultados de esta investigación ver: Li, A. “Connecting to Everything you Care About” en “The Facebook Blog” publicado Lunes Abril 19 2010 en la página web: <http://blog.facebook.com/blog.php?post=382978412130>

y

- el **público**: visible a cualquiera en el sitio; la mayoría de los grupos, páginas y algunos perfiles.

Es así, que la autora sostiene la importancia de distinguir entre el carácter de la constitución pública de los sitios de redes sociales, como también los públicos que se construyen dentro de la interacción digital. Ella argumenta la necesidad de constituir la audiencia de un perfil semiprivado, es decir, la audiencia que forma parte de un perfil cerrado, a una audiencia elegida y no visible a cualquiera, como un espacio de red pública. Esto se entiende como las interacciones que son mediadas a través de una red a los miembros de la red. En sus propias palabras:

“it is important to distinguish these sites as publics, not simply public, and networked publics, not simply publics. [...] I am primarily talking about the spaces and audiences that are bound together through technological networks (i.e. the Internet, mobile networks, etc.). Networked publics are one type of mediated public; the network mediates the interactions between members of the public. Media of all stripes have enabled the development of mediated publics.” (boyd, 2007: 125).

3.2.2. ESTRUCTURA Y CONFIGURACIÓN DE FACEBOOK

Facebook permite la personalización de una “cara” en el sitio, es decir, la personalización de un perfil, con la presencia de descriptores personales y una lista de las conexiones (“amigos”) en esta red. Los usuarios del sitio pueden mandar mensajes a través de un chat integrado en el mismo, así como también poner mensajes públicos (*posts*) en las “paredes” (espacio interactivo) de los perfiles de sus conexiones. Además, se permite la agregación de grupos y páginas que representan negocios o “clubes” sociales representados digitalmente en el espacio de la red social, así como también compartir fotos. En su primera instancia, Facebook hace el salto de un “facebook” físico a un “facebook” digital. La experiencia académica de muchos estudiantes de nivel preparatoria y secundaria, recibe lo que se llama un “yearbook”.

El “yearbook” identifica a los individuos presentes en cada grado académico, mostrando una foto, su cita favorita, algún dato personal, haciendo posible además de un recuerdo de quien estaba presente durante el año escolar, una compilación de las redes existentes en este espacio. Esto ya está en fase de extinción con la súbita

ascendencia y popularidad de un “yearbook” digital, que además de permitir la misma agregación y visualización de una red académica, permite interactuar y tener una experiencia de muchas dinámicas y dialógica con tal material; estamos hablando de *Facebook*⁵⁵. Cuando Facebook empezó en 2004, se basó en la estructura vidente de un *yearbook*, constituyéndose como un directorio, evidenciando un nombre, algunos intereses, algunas formas de contacto y una foto del perfil. Esto era Facebook en 2004. De 2004 a hoy, Facebook ha añadido un espacio para la divulgación fotográfica para cada perfil, un espacio interactivo intitulado la “pared” para poder interactuar con los miembros de su red en Facebook, páginas y grupos, aplicaciones. En suma, Facebook se tornó un espacio dinámico para la interacción social digital, penetrado por una generación digital universitaria.

La interacción y penetración de la presentación dentro de los varios espacios constitutivos de Facebook, transforma y configura el perfil de Facebook en varios tipos de *fronstage*. En la medida de la presentación de un yo, el perfil actúa como el conjunto de varios escenarios públicos con características particulares. Es una articulación de una red de *fronstages* con particularidades distintas para la forma de presentación. Algunos de estos escenarios son más públicos que los demás, mientras que otros se caracterizan con particularidades distintas. Discutiremos estas particularidades dentro de un análisis metódico de estos espacios de presentación.

PROTEGIENDO LA PRIVACIDAD

La privacidad dentro y por medio de Facebook, es un elemento importante que generó grandes controversias con respecto a la configuración de esta característica en Facebook. Si entendemos un perfil como un nodo dentro de una red, los nodos se conectan con todos los presentes en la red del perfil, añadiendo la conexión de fotos que son “etiquetadas”, comentarios en otros perfiles, la agregación de páginas y la inserción como membresía dentro de grupos, y aplicaciones que usan la información ubicada en el perfil, se percibe que los datos y la presencia de un perfil pueden estar extendidos en varias redes, posibilitando una gama de fraudes y actos malevolentes con acceso a no

⁵⁵ Ver Hone-Mcmahan, K. (2009). “Fewer students turn pages of yearbooks in digital age” *Akron Beacon Journal* Febrero 27, 2009. *Link* de página web: <http://www.physorg.com/news154962920.html>

solamente información personal, sino a identificadores como fotos, dirección electrónica y física, amigos y más.

Hoy en día, Facebook permite una configuración rigurosa de la privacidad del perfil. El trabajo sobre redes sociales digitales de Boyd y Ellison (2007), señala que este elemento, el control de la privacidad, es lo que distingue un sitio de redes sociales de otro. En este caso, Facebook resulta sumamente importante por tener el componente más riguroso sobre la privacidad de la mayoría de los sitios de redes sociales. Además, las configuraciones de privacidad permitidas por Facebook, hacen que el perfil tenga y se contenga dentro de un sistema cerrado (un “*walled garden*”⁵⁶), ajustado y configurado por el propio usuario, haciendo que la presentación del perfil sea dirigida y vinculada con una audiencia elegida y exclusiva⁵⁷. Gallagher (2008) apunta que el acto de instituir una relación dentro de la red de Facebook, es decir, hacerse “amigo” (o “fan” en el caso de páginas, y miembros en caso de grupos), implica una mutua aceptación para establecer el vínculo; la red que se genera en Facebook gira alrededor de la confianza. Esto es ampliado con el hecho de que los perfiles contienen información sensible acerca de la privacidad del usuario (2008: 4). Downes resalta este concepto, estableciendo que la confianza es parte del control que un usuario tiene en Facebook lo atractivo del sitio, permitiendo el establecimiento de un círculo de confianza, donde se puede compartir, pero también guardar secretos (2007: 2).

En una descripción de los componentes que estructuran el sitio de redes sociales digital, Facebook, describiremos las especificidades de los cuatro escenarios pertinentes a los sitios de redes sociales que hemos identificado anteriormente, dentro de una discusión acerca de la implicaciones y posibilidades de expresar y articular un *Self* con

⁵⁶ El concepto se refiere a un sistema cerrado por parte de la configuración de plataformas. Es importante señalar que el concepto aunque estructural acerca de la configuración de Facebook, se remite a un “espacio” impenetrable por otros medios. Una definición de un *walled garden* es: “*Walled Gardens exist wherever a set of information needs to exist within a system to be used. In essence the data inside the system can be used, linked, and stored but it cannot be accessed from outside the system*” (Davis, 2008: 3). Facebook, dentro de la red 2.0, no permite que otras plataformas, como Google por ejemplo, acceden a la información contenida en Facebook (aunque esto está cambiando). La implicación de esto para el individuo dentro de una mirada de una configuración del yo es que esto mantiene la presentación del yo de Facebook dentro de su red de Facebook, eliminando la posibilidad de una audiencia externa. Para mayores informaciones acerca de las implicaciones de este concepto ver F. Vogelstein, “The Great Wall of Facebook,” *Wired*, July 2009; Davis, I. (2008). “Semantic Web as Blue Ocean opportunity”, en *Nodalities Magazine*, May/ June 2008.

⁵⁷ Paredes agrega que “esta exclusividad permite que cada usuario invite a quien desee a ser parte de su red o acepte las invitaciones que quiera” (2008: 2).

estos elementos estructurales. Los escenarios del perfil están compuestos por: 1) el perfil, 2) Información personal, 3) Espacio interactivo y 4) Espacio fotográfico.

3.2.2.1. PERFIL

Se puede entender el perfil como la “cara” de la página de un nodo dentro de una red social digital. Es el *fronstage* más abierto y público de los escenarios constituidos en Facebook. Como hemos dicho, el perfil representa una “cara” que contiene los elementos visuales de presentación ¹⁵⁸, así como también algunos datos generales de información personal del usuario ². El perfil también expone el escenario interactivo denominado “pared”, según los criterios elaborados de esta categoría anteriormente, acerca de las estructuras de los sitios de redes sociales digitales ³.

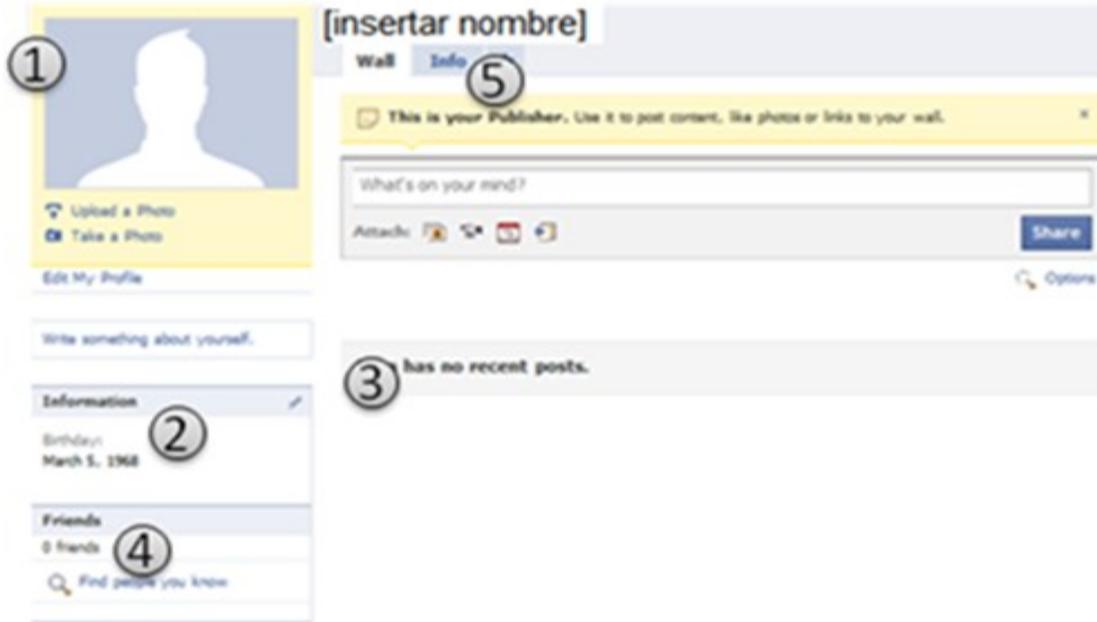
En el ejemplo que tenemos en este apartado, se muestra un perfil de la forma en que uno lo vería en el momento de inscribirse dentro del sitio. Este ejemplo nos permite ver las posibilidades y hasta un “antes” del producto final de la construcción de una presentación del *Self* dentro de este ámbito digital.

El perfil es constitutivo de la visibilidad de una expresión personal de uno dentro del ámbito digital, fomentando la presencia de un *Self* dentro de una red digital de conexiones que Facebook llama “amistad” ⁴⁵⁹. Es importante señalar que Facebook distingue entre los perfiles que son representativos de negocios, músicos, y organizaciones de todos los tipos (“páginas”), y los que representan intereses en común (“groups”) de los perfiles de personas físicas.

⁵⁸ Los listados numéricos de este apartado con este formato específico hacen referencia a los puntos representativos de las explicaciones ubicado en el perfil ejemplo.

⁵⁹ Las conexiones entendidos y referidos como “amistad” por el propio sitio de Facebook engañen en cual no se distingue lo que se realmente considera como amistad de conexiones que se pueden entender como superfluo, relacional, y de carácter profesional. Este elemento será discutido con mayor detalle dentro del análisis de los casos acerca de la comprensión subjetivo de los sujetos acerca de la conformación de su red, que entendemos constituye y es sinónimo a su audiencia digital en esta red.

Figura 3.1. El perfil de Facebook a la hora que se inscribe en el sitio



Fuente: Facebook.com

En su libro acerca de las nuevas relaciones sociales del siglo XXI, el autor Batchelor (2009) señala que Facebook permite la construcción de una persona que se torna a la vez espectáculo y verdad dentro de una fusión paradójica que permite la autonomía, cuando es deseada, y la autopromoción del yo simultáneamente (2009: ix). Este concepto se dirige a una descripción y análisis de la formación de un *Self* dentro de una pantalla, lo que Sundén llama el acto de “*write oneself into being*” (2003: 3). La naturaleza del ambiente de la CMC articula la presencia por el medio textual, en una nueva forma de articular la realidad dentro de una descripción del mundo. Se percibe que dentro de una creación de una presencia consciente dentro de la red social de Facebook, los medios articuladores y expresivos se dan a partir de la palabra. Es decir, el acto consciente involucrado en una traducción textual de los elementos más representativos de uno, pasa por un proceso cognitivo de auto percepción y de auto traducción. La presentación final de un perfil representa el esfuerzo cognitivo del usuario para fomentar una autodescripción de su persona, en la cual, se valida y se rechaza por la comprensión y críticas permitidas y accesibles por su red en Facebook, sus “amigos”, que se tornan un espejo de validez y el contexto de la presentación. El autor Landri articula este concepto añadiendo a la discusión la reconfiguración de la

identidad por medio del perfil. El autor escribe que

“the making of the profile, being a way to highlight a portion of one’s self, a particular set of characteristics of a ‘life of screen’ [...] an inscription of identity in the electronic space” (2009: 211).

Estableciendo el propósito e implicación de lo que representa y significa un perfil, no sólo para el usuario sino también para la expresión de un *Self*, entramos ahora en el segmento del perfil que desglosa y permite la presencia de informaciones denominadas personal y básica.

3.2.2.2. INFORMACIÓN PERSONAL: “INFO”

La pestaña de información, ubicada al lado de la pestaña de la “pared” (*wall*)⁶⁰ es un espacio que permite una descripción personal por medio de un formulario de descriptores personales. Este espacio está dividido en dos partes: una parte denominada información básica, y otra intitulada información personal.

1) Información básica: La información básica permite llenar los campos autodescriptivos de una autoidentificación acerca de los siguientes componentes:

Tabla 3.1. Categorías presentes bajo la “Información Básica” de la pestaña de “Info” de un perfil de Facebook

Numeración ⁶¹	Categoría	Opciones predeterminadas por Facebook*
1.1	Sexo	Masculino/Femenino
1.2	Fecha de nacimiento	-
1.3	Hogar de nacimiento	-
1.4	Barrio de nacimiento	-
1.5	Identificación de miembros de la familia	-
1.6	Orientación sexual	Heterosexual/Bisexual/Homosexual**
1.7	Buscando	Amistad/Pareja/Una relación/ <i>Networking</i>
1.8	Orientación política	-
1.9	Orientación religiosa	-

* Solamente se incluyen las opciones predeterminadas por Facebook, en las cuales las categorías que no incluyen información en esta tabla, representan las categorías abiertas a una inserción textual por parte del usuario.

⁶⁰ ver figura “Un perfil de Facebook a la hora que se inscribe en el sitio”, numero 5.

⁶¹ Numeración de la apariencia consecutiva de las categorías como estructurado por Facebook.

**Las opciones de Facebook indican la preferencia acerca de “hombres” y “mujeres” posibilitando la selección de ambas categorías. Lo que se infiere aquí es que selección de cualquiera de estas opciones se refiere a una identificación, hetero-bi- y homosexual.

Estos elementos coinciden con los agregados de los elementos pertinentes en una configuración demográfica de estilo de censos. Son datos relativamente cuantitativos y poco subjetivos.

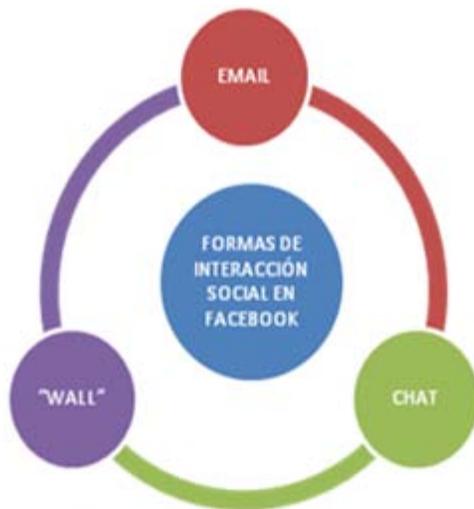
2) Información personal: Como Liu, Maes y Davenport señalan en su trabajo acerca de sitios de redes sociales, la información personal está determinada por “*punctuation-delimited keywords and keyphrases, sorted by interest genres*” (2006: 1). Es realmente un espacio que divulga una gama increíble de información acerca de uno. La información personal incluye categorías mucho más subjetivas las cuales son todas de carácter abierto. Las categorías permiten la identificación de actividades, intereses, música, películas, programas de televisión, filmes y citas favoritas y un espacio para una descripción acerca de quién eres, intitulada “sobre mí”. Se incluye también un espacio para la agregación de formas de contactos alternativas a Facebook, posibilitando la inclusión de e-mails, apodos de chats, teléfonos (celulares y fijos), una dirección fija actual, como también la inclusión de un sitio web personal. Incluida en la categoría de información personal, viene la posibilidad de incluir datos cronológicos acerca de los grados académicos concluidos o en progreso, así como también datos acerca de un empleo actual y posterior.

El llenado de las categorías permite tener una idea bien precisa de las actividades, gustos y orientación del dueño del perfil, de tal forma que se establece que un perfil de facebook es un “*goldmine of information about people and socializing. In essence it is a self-descriptive free text user representation, or harkening to Julie Andrews in The Sound of Music, “these are a few of my favorite things”*” (Liu, Maes, y Davenport, 2006: 3-4). Y es a partir de esta interfaz de desglose de representación de intereses e información por medio de palabras y frases claves, que el propio CEO de Facebook, Mark Zuckerberg, denomina el término “*social graph*” para expresar la posibilidad que tienen los usuarios de Facebook de coleccionar, expresar y mediar las interconexiones entre los usuarios, que algunos han descrito como “*the global mapping of everyone and how they’re related*” (Iskold, 2007). La idea es que estas conexiones,

sean de amistad, de asociación o intereses, existen en la vida real, y el *social graph* es una representación de las conexiones ya hechas en la red de la vida del usuario. Facebook describe este concepto como una corriente en el sentido de que las conexiones e interconexiones van construyendo, creando y dando forma a una red, que se percibe como una corriente de información que permite la comprensión más profunda de los constituyentes que conforman la esencia de uno⁶².

3.2.2.3. ESPACIO INTERACTIVO: “THE WALL”

Figura 3.2. Tres formas de Interacción social en Facebook.



Fuente: **Elaboración propia**

Hay básicamente tres formas de interacción social posibles por medio de Facebook. Dos de ellas se basan en las formas tradicionales de intercambio comunicativo de la CMC, es decir, el correo electrónico y el chat. El chat y el correo electrónico son tan antiguos como la Internet, y fueron las fuerzas motrices de la concepción y desarrollo de esta herramienta y espacio que se abre cada vez más al mundo. Facebook contiene estas dos posibilidades comunicativas

que permiten la interacción en un espacio privado y dual. Los correos electrónicos solamente pueden ser dirigidos a otro destinatario, de tal forma que el mensaje solamente puede ser accedido por el destinatario. El sistema de chat integrado en Facebook también cumple estas características, teniendo una interacción digital y social con solamente otro en tiempo real dentro de un ámbito fuera de la vía pública.

El tercer espacio, la “pared”, es lo que más nos interesa y lo más interesante para esta investigación. Es en la “pared” en la que uno puede interactuar en un espacio

⁶² Del blog en Facebook “Improving Your Ability to Share and Connect” de Mark Zuckerberg publicado miércoles, Marzo 4 de 2009. Accesible en la página web: <http://blog.facebook.com/blog.php?post=57822962130>

semipúblico, que permite poner mensajes, *links*, videos e interactuar con aplicaciones, todo ello entendido como formas de un “*post*”. La “pared” es el espacio interactivo por excelencia en Facebook y representa un espacio en una vía semipública digital, que permite que cualquiera que haya sido agregado a la red del usuario, pueda interactuar en este espacio. Los miembros de la red, los supuestos “amigos” y agregados (grupos y páginas) pueden poner mensajes, *links*, videos, imágenes y hacer uso de aplicaciones en la “pared” del usuario, así como también responder a los *posts* del usuario. Éstos se agregan a la página del perfil del usuario, permitiendo que otros agregados a su red, comenten acerca de estos *posts*. El usuario puede agregar *posts* como también comentar *posts*, dejando un rastro de la interacción social con los miembros de su red. Es en este espacio, que la interacción social se pone en evidencia, ya que el espacio en el cual actúan es semipúblico, es decir, accesible únicamente a los usuarios de su red. Facebook define esta parte del perfil como “*a forum for users’ friends to post comments or insights about them. Users can always remove comments they don’t like from their own Walls*”⁶³.

3.2.2.4. ESPACIO FOTOGRAFICO: PRESENTACIÓN VISUAL

Figura 3.3. Pestaña de “Info”



Fuente: Página de Facebook del grupo musical "Wooden Shjips"

Un tercer elemento del perfil, es el espacio fotográfico. Este espacio está ubicado en la pestaña de “*Photos*”  que permite que el usuario del perfil agregue fotografías, construya álbumes de fotos, y permita la identificación de los individuos que están en las fotos por medio de una “etiqueta”⁶⁴. Esta función, permite que se conecte al individuo presente en una foto del

⁶³ De la página web de Facebook: <http://www.facebook.com/press/product.php>

⁶⁴ La palabra (verbo y adjetivo) que representa el acto de identificar a un usuario por medio de una etiqueta electrónica dentro de una foto que no es del usuario propio, es “tag”. El “tag” agrupa las fotos

usuario dentro de su pestaña de fotos, es decir, dentro de su perfil. Esto solamente es posible cuando se identifican individuos que están presentes en la red del usuario en Facebook, donde este proceso conecta la fotos en las cuales el individuo fue “etiquetado”, haciendo que la foto esté presente en el perfil del usuario que subió las fotos en primera instancia, y también en el perfil de los que se han “etiquetado”. Así, las fotos representan, a la vez, una construcción por parte de una presentación del yo por parte del usuario de la “pared” (por el acto de subir fotos que representan sus actividades, amistades, interacciones, etc.), así como también una representación por parte de su audiencia (cuando una foto que no eligió el propio usuario se conecta a su perfil por medio de la “etiqueta”).

Además, Facebook permite que los usuarios ingresados dentro de una red, perciban los cambios, las actualizaciones, los *posts* que ocurren en Facebook, a través de un sistema de actualización en tiempo real en forma de RSS⁶⁵. La primera página que Facebook abre cuando se ingresa dentro del sitio, se parece a un listado de las actividades más recientes de los agregados a la red del usuario, empezando por lo más reciente hasta lo más antiguo. Este espacio, que se puede localizar a través del botón “HOME”, permite al usuario enterarse de lo que han hecho sus contactos, permitiendo así rápidamente actualizar las actividades de su red. Todas las actividades son representadas en este espacio, desde los cambios acerca de la información personal, hasta los últimos “posts” que se han puesto en Facebook.

3.2.3. EL *SELF* Y FACEBOOK

Las redes sociales digitales son parte de una nueva expresión de las formas en las cuales las personas pueden interactuar y relacionarse, permitiendo nuevas formas de expresiones personales del yo, dentro de una novedosa estructura de relación y conexión social (Stern, 2008). Es una estructura de la red 2.0, que como dice Pisani (2008), es por definición participativa e interactiva. Autores como Jones (1997), Turkle (1995), boyd

ubicadas dentro de otros perfiles dentro de una carpeta de fotos generales del perfil del usuario que ha sido “etiquetado”.

⁶⁵*Really Simple Syndication* (sindicación realmente simple). Es un formato que permite enviar o exportar actualizaciones de contenidos de una página web a un agregado o lector de noticias. De la página de ayuda del periódico *El País*: lacomunidad.elpais.com/ayuda/2007/5/28/glosario

(2008), y Cáceres (1998), solamente por mencionar algunos, defienden el poder de las redes sociales en su influencia en la reestructuración y re-conceptualización del yo dentro de la sociedad digital como no digital.

Es así que Wellman et al. (2001) argumenta que el uso creciente de los medios de comunicación por computadoras, se sustenta en un incremento del querer mantener contacto con relaciones de larga distancia, con individuos que se han desplazado geográficamente. Esto se complementa con las conclusiones de Paul y Brier (2001) que señalan que la sensación de separación y extrañamiento de las relaciones de amistad contenida en su concepto de “*friendsickness*”, es un elemento fundamental para explicar el ingreso a las tecnologías de CMC. Subsecuentemente, es con base en estas explicaciones y escenarios contemporáneos, que Cummings, Lee, y Kraut (2006) concluyen que los universitarios incrementan sus usos de los medios de CMC para mantener contacto con sus viejos amigos.

Las afirmaciones identitarias son declaraciones simbólicas que un individuo hace de sí mismo y/o de otros, como una forma de presentación de quién es. Éstos son elementos y constituyentes de una construcción de representación identitaria. Uno es lo que públicamente articula por medios lineales y directos, así como también por medios sutiles de expresiones y asociaciones (Vazire y Gosling, 2007: 1).

Landri asocia las formas de incorporación digital como un experimento de la condición posmoderna “*where people can sense themselves as ‘others’*” que posibilita “*a way to think of oneself reflexively, adjusting or acquiring a deeper sense of one’s own identity*” (2009: 212). De acuerdo con las investigaciones de boyd y Ellison (2007), los sitios de redes sociales constituyen un contexto importante en la investigación acerca de la presentación del yo por ser “*structured as personal (or egocentric) networks, with the individual at the center of their own community*” (boyd y Ellison, 2007). La investigación de boyd de 2004 sobre las relaciones en un sitio de redes sociales, *Friendster*, señaló que la construcción de redes sociales funcionaban para la negociación de las presentaciones del *Self* con su audiencia, señalando que la articulación pública de redes formadas en el sitio, sirve como un elemento sustancial de la construcción y la validación de la identidad del individuo (Donath y boyd, 2004). Es así que Facebook se convierte en una extensión de la realidad social, y un espacio

propicio para la presentación de un yo de acuerdo con las expectativas e intenciones del usuario acerca de su audiencia.

Mead nos recuerda que

“there are all sorts of different selves answering to all sorts of different social relations. It is the social process itself that is responsible for the appearance of the self, it is not there as a self apart from this type of experience” (Mead, 1934: 142).

En nuestra era digitalizada de la red 2.0, los perfiles de redes sociales actúan como un espacio para el replanteamiento de quiénes somos y una recontextualización de las ideas dentro de las apariencias, códigos, símbolos, interacciones y relaciones sociales que desarrollamos en los sitios de redes sociales. La presencia de la cultura está reflejada dentro de sus elecciones de vida, representadas por sus actividades, inserciones sociales, gustos e intereses que se fragmentan dentro de una era post-moderna, post-lineal y pro-dispersa. Es lo que Giddens (1991) menciona cuando escribe en su teoría del yo reflexivo, que entiende a la identidad como

“a person's own reflexive understanding of their biography. Self – identity has continuity that is, it cannot easily be completely changed at will but that continuity is only a product of the person's reflexive beliefs about their own biography.” (Giddens, 1991:53).

Un producto de esta (re)articulación es la producción de una presentación de un yo en el perfil. El perfil digital nos permite investigar las formas de articular el *Self* dentro de una presentación de sí mismo. De acuerdo con Papacharissi (2002: 654), las páginas web, permiten que usuarios *“stage an online performance through which the individual's personality or aspects of it are revealed”*.

CÓDIGOS, SÍMBOLOS Y CONTEXTO(S)

Los elementos presentes en los perfiles de Facebook son códigos innegables, textuales, visuales y simbólicos de la presentación de un yo elegido y consciente, de acuerdo con la configuración, presentación e interacción de y con su audiencia. El contexto, el espacio público de la red, no es algo dado, sino que es construido y adecuado. Las conversaciones que se desarrollan por este medio, forman una presentación en su totalidad, presentando el perfil como una suma de las actividades visibles en la “pared”,

los comentarios, las fotos, las informaciones personales y básicas, las páginas y los grupos. Todos representan códigos dentro de un algoritmo simbólico de la constitución de la presentación de un yo.

Antropólogos visuales como Pink (2001) y Ruby (2000), defienden la flexibilidad inherente en el manejo de fotos dentro de una elección propia de una representación deseada. Es una forma de construir y reproducir una presentación identitaria favorecida. Emison y Smith señalan que las fotografías representan un repertorio de información análogo a una tabla de códigos, de respuestas a entrevistas, de una interacción verbal que constituye un objeto repleto de información extraíble y pertinente en la investigación de un yo (Emmison, y Smith, 2000: 2). Además, autores como Csikszentmihalyi y Rochberg-Halton (1981) señalan que los objetos que construimos alrededor de nosotros, es decir, los objetos que podemos encontrar en nuestros hogares, escritorios, casa, representan un ambiente simbólico de la identidad de uno. Por medio de una representación fotográfica de un ambiente considerado cercano y familiar, podemos extraer indagaciones acerca de los componentes identitarios por asociación percibibles en el contenido de los perfiles. El yo se revela paso a paso por el análisis del perfil, haciéndolo una fuente de narrativa acerca de una presentación del yo.

La *performance* dentro y por medio del perfil, se desarrolla fuera de las convenciones normativas de las interacciones sociales, que hacen que estas mismas formas se distancien de las concepciones presentativas de las vidas reales, creando lo que la autora boyd llama el desarrollo “*of their dynamics through which they become social*” (2007: 155). Berman (1982) sostiene que usuarios de Internet “vienen aquí para ser vistos y para comunicar su perspectiva el uno al otro, no para cualquier objetivo ulterior, sin avaricia o concurso, sino como un final en sí mismo” (1982: 196). La presencia de elementos no textuales como las fotos, representa formas de concebir y construir contextos acerca de una descripción. Los elementos visuales de un perfil, en conjunto con los descriptores demográficos y subjetivos, ayudan y permiten la indagación de elementos constituyentes de un contexto específico que determina la presentación del *Self*. Entonces, el yo, ubicado en un tipo de espacio público, se problematiza cuando la audiencia incorpora elementos heterogéneos de la vida. Por ejemplo, la presencia de padres o profesores universitarios dentro de una red que

componen la audiencia de un usuario universitario, puede ser una limitante para una expresión del usuario, y por eso, cambiar su presentación para adecuarla a las expectativas presentacionales que éste desea representar a su público. El elemento heterogéneo de la audiencia, dentro de una ampliación que incorpora a todos los miembros de la vida social, como una sola audiencia, puede ser un factor decisivo en la adaptación de una presentación distinta⁶⁶.

⁶⁶ En su estudio acerca del sitio de red social “Friendster”, danah boyd señala que “*Notably, most users fear the presence of two people on Friendster: boss and mother. Teachers also fear the presence of their students. This articulated concern suggests that users are aware that, in everyday activity they present different information depending on the audience. Given the task of creating a Profile, users elect to present themselves based on how they balance the public/private dimension*” (2004: 2).

4. ANALOGÍAS DIGITALES: SEMIÓTICAS Y EXPRESIONES DE UNA PRESENTACIÓN DE LA MEXICANIDAD.

Recordaremos que Goffman plantea que la socialización es un proceso dramático que se desarrolla dentro de escenarios de la vida. Las redes sociales forman parte del contexto social que incorpora los escenarios en los cuales actuamos en función de nuestros objetivos y audiencias. Las máscaras que utilizamos en los escenarios de la vida, también se transfieren a los escenarios de las redes sociales digitales. Dentro de los perfiles de Facebook, encontramos varios escenarios que influyen en las formas de presentaciones de nuestros mexicano-americanos universitarios. Concebimos que los espacios de presentación e interacción de los perfiles de Facebook, constituyan escenarios dramáticos de actuación, en los cuales averiguamos la presencia o ausencia, el grado y tipo de articulación de la mexicanidad para nuestros informantes.

La mexicanidad es un repertorio simbólico cultural⁶⁷, social y político de un yo que articula y esboza una internalización de todo lo que implica la mexicanidad. Por lo general, este concepto, como cualquier sustitución étnica, representa el cajón de elementos internalizados permeados por una interacción o conocimiento cultural, social y/o político de la cultura y sociedad que constituye el entorno (simbólico) del individuo. La presencia o su ocultación, es parte integral del yo. De acuerdo con Mead, “*when a self does appear it always involves an experience of another; there could be no experience of a self simply by itself.*” (1934: 195).

No es solamente la inmersión dentro de un entorno geográfico, sino el alcance del individuo dentro de los entornos que permite la indagación y construcción de este repertorio. Hoy en día, no es necesario vivir en un país para tener contacto con sus símbolos, cultura, costumbres y política. Solamente se necesita una conexión a la Internet y curiosidad. La recuperación de la mexicanidad para nuestros informantes, se sostiene dentro del desarrollo que aunque por lo general no han tenido contacto extenso con la cultura geográficamente delimitada de México, no implica necesariamente que no han internalizado y llenado sus cajones simbólicos. De cierta forma, estamos hablando

⁶⁷ Entendemos por símbolo cultural la definición propuesta por Claudia Strauss y Naomi Quin (2001) que lo conceptualiza como “la interpretación típica, recurrente y ampliamente compartida de algún tipo de objeto o evento, evocada en cierto número de personas como resultado de experiencias de vida similares” (Strauss y Quin, 2001: 6).

de una incorporación y, sucesivamente, una expresión presentacional de alguien, y de cultura, si la entendemos a través de Margaret Mead. Esta autora define este concepto como “*the whole complex of traditional behavior which has been developed by the human race and is successively learned by each generation*” (Mead, 2002: 17).

Partiendo de este planteamiento, identificamos que es posible averiguar la presencia de la semiología mexicana, por medio de la identificación de lo que Mead llama *símbolos significativos*. Símbolos significativos son símbolos que fomentan la misma reacción por parte del receptor como del emisor. En nuestra investigación, identificaremos los símbolos culturales, sociales, políticos, patrióticos, deportivos, de vestimenta y religiosos, en sus presentaciones tanto visuales como textuales. Recordaremos que es a partir de la situación que el *Self* se reafirma, se constituye y se consolida en relación con el escenario como su audiencia (Goffman, 1959⁶⁸). El yo está en constante realimentación dialógica con sus referentes y entornos, teniendo los recursos simbólicos de sus concepciones identitarias.

Visualmente, la mexicanidad se expone por medio de la expresión y visibilidad de la semiología cultural, social y política. Textualmente, la mexicanidad se evidencia en los actos comunicativos, el idioma utilizado, sus expresiones idiomáticas, así como también los contenidos de los actos comunicativos. Simbólicamente, la mexicanidad se expone en la presencia de símbolos asociados o atribuidos a la cultura mexicana. Políticamente, la mexicanidad se evidencia en los actos comunicativos, sus contenidos, lenguaje y uso, así como también de forma visual en la asociación visual del usuario, así como también en la participación y simbología de la imagen, sea figurativa o no.

Recordemos que para Goffman, la actuación es un *performance* que incorpora “*all the activity of a given participant on a given occasion which serves to influence in any way any of the other participants*” (Goffman, 1959: 15). Dentro de los perfiles de Facebook, presentamos una máscara en los escenarios donde prima lo visual, así como también esbozamos *performances* de nuestros yos dentro de los escenarios más textuales e interactivos.

⁶⁸ Goffman escribe que el “*self itself does not derive from its possessor, but from the whole scene of his action . . . this self is a product of a scene that comes off, and not a cause of it. The self, then, as a performed character, is not an organic thing that has specific location . . . [the individual and his body] merely provide the peg on which something of collaborative manufacture will be hung for a time. And the means for producing and maintaining selves do not reside inside the peg.*” (Goffman, 1959 :252–253)

Para poder estructurar el análisis presentacional de nuestros informantes mexicano-americanos universitarios, con base en una expresión pasiva, activa o inexistente de la mexicanidad, estructuramos nuestro análisis de acuerdo a los tres escenarios del perfil. Éstos son:

- 1) **El escenario visual** ubicado la pestaña de fotos, que incluye fotos exclusivamente utilizadas como portada del perfil, así como también los álbumes creados por el usuario y las fotos “*etiquetadas*”.
- 2) **El escenario interactivo** ubicado en la “pared” bajo la pestaña de “wall”.
- 3) **El escenario auto descriptivo** ubicado dentro de la pestaña de “Info” que representa una construcción del yo por medio textual por parte del usuario.

El análisis de nuestros informantes se dividirá dentro de tres tipologías de perfiles. Podemos identificar los perfiles de tipo mexicano, los perfiles de tipo americano y los perfiles cosmopolitas. El análisis incorporará estos tres tipos de perfiles dentro de sus escenarios respectivos. Esta construcción y arreglo analítico facilita la indagación de la mexicanidad, por identificar las formas activas, pasivas e in-existentes de una articulación de la mexicanidad en las presentaciones de nuestros informantes.

La estructuración de este análisis relaciona los grados de la mexicanidad presente en los varios escenarios del perfil, permitiendo un análisis de la pertinencia, ubicación, formas, y modalidades de expresiones del yo dentro de las partes intrínsecas del perfil. El desglose de este análisis por escenario agrupado por grupo étnico, nos permite distinguir e identificar eficientemente las estrategias de presentaciones de nuestros usuarios.

Empezaremos por: (i) Un análisis de la presentación visual; (ii) un análisis de la presentación textual (iii) un análisis de la presentación relacional y (iv) un análisis de las influencias de los auto-conceptos étnicos a la presentación, prestando atención a la construcción del *performance* de la mexicanidad en sus perfiles. Por medio de un análisis de las expresiones de semiología culturales, políticas, sociales, que se expresan y se explicitan en los escenarios de los perfiles, se hace posible la averiguación de los elementos pertinentes a una mexicanidad dentro del visual y el textual, por escenario del perfil.

Entrevistamos y recopilamos datos de 13 sujetos que se identificaron bajo la definición de este trabajo de mexicano-americano universitario, viviendo en el Estados Unidos, con perfiles en Facebook en el momento de las entrevistas y recopilación de datos del perfil.

Aunque estamos interesados en las formas en las cuales se presentan, es sumamente importante establecer dónde y cómo usan la mexicanidad como aporte a sus presentaciones, por ser un elemento central de sus identificaciones. Los resultados y discusiones que presentamos aquí, miran la presentación con una especial atención a la mexicanidad.

4.1. PRESENTACIÓN VISUAL: MASCARAS Y CARAS

El escenario visual es la incorporación “performativa” de una concepción subjetiva de un yo dentro de su contexto situacional. La situación, como el contexto social de la *performance*, establece las modalidades y estrategias de presentación. El *performer* intenta “*segregate his audiences so that the individuals who witness him in one of his roles will not be the individuals who witness him in another of his roles*” (Goffman, 1959: 137). De este modo, el actor elige, de preferencia, audiencias que son compatibles o simpatizantes con la presentación que éste desea transmitir. Dentro de una *performance*, el actor necesita de la validación de la audiencia para sostener su actuación, de la misma forma que una *troupe* de teatro necesita buenas recepciones de sus actuaciones para continuar. En el caso de que esto no se cumpla, se rompe la presentación que, o cambia de acuerdo con su audiencia, o actúa de mejor forma para persuadirlo a aceptarle. El juego de impresiones es un factor impredecible dentro del éxito o no de la actuación. Si el *performer* encuentra el modo de “convencer” a su audiencia de que su presentación es válida (en el sentido de que no rompe con las expectativas de la audiencia), logra sostenerla dentro del escenario de la vida. Para que la presentación deseada tenga éxito, es necesario aliarse con las audiencias que lo apoyan y lo aceptan. En caso contrario, la presentación dejará de ser efectiva y se consolidará en un rechazo de los propósitos y objetivos del actor. Pensemos en el caso clásico de una entrevista de trabajo. Mucho de lo que está en juego en una entrevista está

en la presentación, y si la presentación no está sincronizada con la presentación deseada del puesto, puede ser un factor, aunque silencioso, de no lograr una entrevista⁶⁹.

En las redes sociales digitales, la presentación gira en torno a la audiencia establecida por el usuario por medio de su perfil. La audiencia y la presentación, no son las mismas en los escenarios digitales pertinentes al perfil. El escenario visual incluye las fotos de la portada del perfil que abarca una audiencia más amplia al permitir que esto sea visible por una mera búsqueda en facebook, así como también, desde dentro de los escenarios de otros perfiles, que permiten a miembros de otras redes averiguar por lo menos la “cara” del individuo. Esto es significativamente diferente a la articulación de la presentación en un espacio interactivo, que contiene una audiencia selectiva y restringida si así lo desea el usuario. Este escenario, que veremos más adelante, permite articular una presentación ante una audiencia mucho más controlada que, a su vez, influye en el tipo de presentación que surge en este espacio.

Consecuentemente, se necesita averiguar las presentaciones remitidas a las tres formas de presentarse visualmente en el perfil de Facebook. Estas son:

- 1) Fotos como portadas del perfil
- 2) Álbumes creados por los usuarios
- 3) Las fotos “etiquetadas”

Cada elemento de la presentación visual se remite a un aspecto distinto de la presentación, ubicándola dentro de situaciones diferentes como también remitidas a espacios “escénicos” distintos. Averiguaremos en donde, y por cuál medio se encuentra

⁶⁹ Por ejemplo, el manual de consejos y estrategias que la universidad *Carnegie Mellon* prepara para sus estudiantes señala que “*IT’S NOT JUST WHAT YOU SAY...Fillers and unclear speech aren’t the only potential distracters in professional situations. For example, during a job interview much of a recruiter’s perception of you as a candidate is based on non-verbal factors that define your ‘presence’, or the impression that you convey. In fact, non-verbal cues can represent 50% of the interview. In any professional situation, impressions of you can be influenced by something as simple as the way that you sit. Slouching, fidgeting, tapping your fingers, and swiveling in the chair are just a few of the many non-verbal distracters that can scuttle an otherwise strong and professional presence. Be aware of other potentially distracting behaviors related to eye contact, hand gesturing, etc.*” Y sugiere que “*with a little practice, you can improve your non-verbal ‘presence’. Sitting with hands, arms, and legs unfolded, as well as maintaining good eye contact and smiling appropriately are strategies that will work well in just about any professional situation. Your Career Consultant can provide you with more tips and details.*”

Para leer el documento entero, ir a http://www.studentaffairs.cmu.edu/career/students_alumni/successguides/pdf/personal-presentation-during-professional-situations.pdf. Esto es una internalización de los principios básicos de la presentación del yo en la vida cotidiana como elaborado por Goffman.

la mexicanidad con un mayor peso, sus razones e impactos dentro de la presentación del yo. Es importante detenernos en la importancia de la foto del perfil. La “cara” que se usa para dar un “cuerpo” a la *performance* de los usuarios dentro de sus perfiles, están en esta portada. Strano (2008) identifica que

“although additional photographs may be posted of the user under the "Photos" tab, the profile image arguably acts as the most pointed attempt of photographic self-presentation on the Facebook profile.” (Strano, 2008).

Partiendo de la metodología de análisis visual de Ball y Smith (1992), examinaremos las presentaciones de nuestros informantes ubicadas en sus espacios distintos del escenario visual del perfil.

Partiendo de que las fotografías son *“texts whose meaning must be disclosed like any other”* (Scott, 1991: 185), identificamos lo que Ball y Smith (1992) diferencian entre: 1) lo que es dado en una fotografía (es decir, su contenido), 2) lo que ella representa (su referente), y 3) el contexto de la presentación de la foto. En su conjunto, este desglose de un motivo, un contenido y un entorno de las fotografías, recupera la noción de escenario y presentación de la teoría dramaturgica de Goffman y nos permite un análisis meticuloso de las formas visuales de las presentaciones de nuestros informantes.

Se estructuró el análisis en función de averiguar las formas de presentación encontradas en los perfiles de nuestros informantes. La siguiente escala señala la organización del análisis de este escenario, empezando por describir y resaltar los momentos de mayor visibilidad de la mexicanidad, seguido por las presentaciones dentro de los parámetros de la americanidad, continuado con un análisis de la extensión de la presentación dentro del contexto situacional y social, dirigiéndonos así a las construcciones de presentaciones políticas, para terminar con una discusión acerca de los motivos de las fotos del escenario visual, enfatizando, en este momento, las fotos del perfil.

1. Construcción de la mexicanidad: elementos y símbolos
2. El otro lado de la moneda: americanidad
3. Cosmopolita

4. Una presentación saliente, parcial y reservada
5. Una presentación política
6. Los motivos *para y porque* de la foto del perfil

El análisis de las fotos del perfil se basó en el histórico de las fotos de perfiles, disponible en una carpeta dentro de la pestaña de fotos del usuario. Esta carpeta contiene todas las fotos que fueron utilizadas en algún momento como la portada de Facebook. Averiguando el histórico de fotos del perfil, esto nos permite indagar rasgos de presentación dentro de una presentación cronológica, consolidando una presentación mediada por una *performance* sostenida (o rechazo) a lo largo del tiempo. Se analizó cada foto establecida como foto de perfil, con el objetivo de establecer los contenidos de las fotos, en primer lugar diferenciando fotos figurativas y fotos no figurativas, para después identificar la presencia de elementos de la semiología cultural y social, particularmente de México, como también prestando atención a la construcción simbólica permeada por la americanidad. Se estableció la frecuencia de las fotos de los perfiles que presentaban símbolos, objetos o fotos ausentes de una figura humana y una breve descripción de estos contenidos, para establecer la relevancia del simbolismo acerca de una presentación dentro de la mexicanidad, como también de las formas simbólicas de presentarse en Facebook. Por medio de la identificación de la mexicanidad de los usuarios de Facebook para esta investigación, se resalta la presentación dentro de un enmarcamiento de la presencia o ausencia de éste. La ausencia de la mexicanidad representa un paso posterior de nuestro análisis, que será el análisis de las múltiples formas de la presentación de mexicano-americanos universitarios en Facebook.

4.1.1. CONSTRUCCIÓN DE LA MEXICANIDAD: ELEMENTOS Y SÍMBOLOS

Los símbolos constituyen una parte integral de la vida social, funcionado dentro de sistemas de tipificación como Schütz lo ha expresado. Es a partir de una categorización del mundo que podemos interactuar con él. Dentro de nuestras convivencias, concebimos e identificamos los símbolos pertinentes a una cultura u otra, atribuyéndolos como parte o fuera de un sistema cultural. Esta percepción del ser social, posibilita el

otro generalizado de Mead. Este concepto describe la internalización de las pautas normativas y culturales existentes en nuestro entorno usadas para autoevaluarse, lo que permite que elijamos pautas sociales en concordancia con nuestro sistema cultural. Es decir, es a partir de la construcción de otro generalizado⁷⁰, dentro de conceptos de tipificación, que constituimos un *Self* en frente de los demás, distinguiéndonos a nosotros de los otros, haciendo posible una concientización de un yo subjetivo que se porta dentro de las pautas de un entorno situacional⁷¹. La presentación, entonces, se remite necesariamente a este recurso auto reflexivo de los seres sociales, que transmite constantemente elementos y símbolos de una pre-configuración del yo⁷².

La presentación visual es la forma más directa y simbólica de la representación que podemos expresar dentro de un sitio de redes sociales. Aunque encontramos elementos muy explícitos de la mexicanidad dentro de los escenarios interactivos y auto descriptivos, la presencia de elementos dentro del escenario visual se encuentra dentro de un ámbito de mayor impacto, es decir, dentro de un espacio con mayor alcance. El escenario visual representa el contacto más directo y más público de la presentación en Facebook⁷³. Es el elemento que alcanza la mayor audiencia por representar exactamente lo que implica el nombre del sitio, “una cara a su libro”. Es “una cara” a los contenidos de “su libro”; dentro del desarrollo y construcción de una presencia digital, interactuando y construyendo una historia, una presentación, una presencia, en suma, un ser digital, esta aglomeración de información se torna una faceta de su historia, una biografía imaginada, o real, que se torna en el material de su propio espejo literario; es su “face-book”.

La mexicanidad, como la expresión de una construcción identitaria, sostiene algunos elementos simbólicos de su visibilidad y representatividad. Hemos establecido la dificultad y la ambigüedad de definir e identificar la mexicanidad en el inicio de este

⁷⁰ El otro generalizado se refiere a “*Any thing—any object or set of objects, whether animate or inanimate, human or animal, or merely physical –toward which he acts, or to which he responds, socially, is an element in what for him is the generalized other; by taking the attitudes of which toward himself he becomes conscious of himself as an object or individual, and thus develops a self or personality.*” (Mead 1934: 154).

⁷¹ “*only insofar as the selves of others exist and enter as such into our experience also.*” (Mead, 1934 :164)

⁷² “*The organized community or social group which gives to the individual his unity of self may be called ‘the generalized other’. The attitude of the generalized other is the attitude of the whole community.*” (Mead, 1934: 154).

⁷³ Strano (2008) señala que la foto del perfil “*stands in” for the user's body in this virtual environment*”.

trabajo, sobre lo que, la investigadora Leyva (1999) ha señalado los siguientes adjetivos como parte y representantes de la mexicanidad. Esto mismo señala que la mexicanidad se encuentra en las partes y la suma del:

“futbolero, guadalupano, fiestero, ágil, inteligente, alburero, tramposo, aprovechón, corrupto, flojo y pasivo, poco esforzado, macho y querendón frente a mujer pasiva y dócil, malinchista, agachón, indolente, los vencidos históricos, valedor (la vida no vale nada, me vale)” (Leyva, 1999).

Podemos decir que esta autora resume la esencia de la cultura mexicana dentro de sus iconos y expresiones culturales, sociales, y políticos. Los iconos son representaciones simbólicas asociadas a un objeto, figura, personaje; en suma, a un símbolo que caracteriza en gran parte la esencia de un aspecto de una cultura, sea de carácter político, social, económico o cultural. Algunos ejemplos de iconos de la cultura mexicana se encuentran en las artes con Frida Kahlo y Diego Rivera, en la historia con Zapata, la Malinche, en la literatura con Octavio Paz, en cuanto a que forman parte del “ethos” de la construcción identitaria de México.

La presencia de estos elementos en las presentaciones de nuestros informantes en el ámbito digital, involucra la asociación de tal representación dentro de la presentación de sí mismo, usándoles como aporte a sus presentaciones. Cuando uno construye una imagen con el aporte de una fotografía, el contenido se mezcla como un soporte de una traducción visual a la que uno es conectado. Las asociaciones construyen la presentación saliente de un yo, haciendo que se fortalezca, explicita y exprese alguna característica pertinente de la presentación de uno.

Encontramos la paradoja del mexicano tan discutido en la literatura de Paz, Bartra, Ramos entre otros. Lo importante aquí es señalar que la representación de la mexicanidad en términos visuales, se puede expresar dentro de algunas categorías centrales que podemos identificar visiblemente. De los 13 perfiles analizados, solamente 5 demostraron elementos y símbolos significativos a la presentación y articulación de una mexicanidad dentro de sus fotos de perfiles. En nuestra investigación, las fotos utilizadas como portada de un perfil, identifican la mexicanidad en las presentaciones de los usuarios, a través de elementos visuales que involucran vestimentas típicas de la mexicanidad, así como también la presencia de los colores que

representan a México e iconos tanto religiosos como culturales, formando parte de su presentación en el escenario visual del perfil. La hermenéutica profunda de Thompson, que considera el objeto de estudio previamente interpretado, nos permite indagar que las conexiones que se dan dentro del contenido de la presentación tienen un propósito de expresión propia por parte del usuario. Es decir, el simbolismo, asociación, y forma de presentación, constituyen ya el resultado de una consideración acerca de los elementos presentes que el usuario quiere expresar y representar por medio de su presentación. Así, las semiologías y carácter de la presentación, no vienen de la mera suerte, pero sí de una consideración acerca de la pertinencia de estos elementos en la presentación. Recordemos que este método nos permite explicar las conexiones que existen entre mensajes particulares de los medios, y las relaciones sociales en las cuales los individuos reciben y comprenden estos mensajes en el curso de sus vidas (Thompson, 1990: 395-473).

- Trajes y vestimentas típicas de la cultura mexicana

En primera instancia, encontramos la presencia recurrente del sombrero en las fotos de los perfiles de nuestra muestra. Su uso repetitivo dentro de las imágenes principales de los perfiles, la portada de éstos, representa una clara asociación de una concepción y transmisión de su mexicanidad. El sombrero es un elemento que se establece dentro de una construcción del mexicano imaginario, fomentada por su representación estereotípica y pertinente en las conjeturas de lo que es un mexicano. La pertenencia de la representación de la mexicanidad por medio de un sombrero, tiene una larga tradición en la cultura mexicana. Es cierto que no están representando el sombrero típicamente mexicano, tampoco están presentando una construcción con base en Pancho Villa, pero lo que es cierto, es que el sombrero viene mano a mano con la semiología de la mexicanidad. La construcción imaginaria de la mexicanidad tiene sus raíces en una construcción con base en el sombrero. Desde los charros, los pachucos de los años 40, y la difusión del carácter “mexicano” del personaje animado de la serie “Looney Tunes” de Warner Brothers, “Speedy Gonzales”⁷⁴. La mexicanidad, tiene el sombrero incorporado dentro de su concepción difundida imaginaria. Es así que la presencia del

⁷⁴ El ratón animado se define como “el ratón más veloz de todo México”.

sombrero, sea tejano o de charro, dentro de la presentación de los yos de nuestros informantes en sus perfiles, significa una tentativa de recuperar la esencia de la mexicanidad en sus presentaciones. Su incorporación es un elemento factible y de fácil transmisión de una cultura enraizada dentro de una fusión híbrida de la mexicanidad americanizada, en la cual el sombrero permite un restablecimiento identitario con las posiciones imaginadas del mexicano. En suma, es un elemento fácilmente atribuido a una construcción representativa de un elemento significativo de la cultura mexicana.

Además de la presencia de los sombreros, encontramos la presencia de los trajes típicos mexicanos femeninos que relacionan la presentación del usuario con una forma de vestimenta para presentarse dentro de pautas mexicanas. De la misma forma que el recurso de los bigotes, sombrero y pistolas, pueden transmitir la mexicanidad por medio de una reconstrucción icónica de algunos personajes históricos de la cultura mexicana, los trajes típicos femeninos representan un rescate fuerte y directo de la mexicanidad. No puedo identificar con certidumbre qué estilos de trajes encontramos, pero sí puedo decir que encajan dentro de los estilos de los trajes típicos de México⁷⁵. Trajes de este estilo representan más que una forma de vestirse. No estamos hablando de moda, pero sí de una forma de representación identitaria por medio de la vestimenta. La presentación vistiendo estos trajes, trae y conforma una identificación inmediata de la mexicanidad con el usuario, dándole una carácter difícilmente desvinculado con esta presentación semiológica de la mexicanidad. La figura que sigue, muestra las presentaciones de algunos de nuestros informantes, portando los elementos que hemos analizado en este momento.



Añadidas a las representaciones simbólicas de la mexicanidad en las

⁷⁵ Los trajes típicos femeninos de México son distintos y representativos de regiones de México. Hay casi un traje típico por cada estado en México.

presentaciones de nuestros informantes, encontramos la mexicanidad expresada dentro de un atributo más abstracto y simbólico; dentro de una presentación vinculada de una forma u otra, con el verde, blanco y rojo.

- El verde, blanco y rojo

Dentro de las fotos de los cinco perfiles, la presencia del verde, blanco y un énfasis mucho menor en el rojo, permitió la transmisión simbólica de la mexicanidad para nuestros usuarios, no sólo para su audiencia, sino también para sí mismos. Es por medio del espejo digital en el cual ellos se encuentran, que la mexicanidad actúa en una conformación de su yo, con medios de presentación vinculados con la mexicanidad, así como también de transmisión de la mexicanidad en su forma más abstracta a su audiencia. De la misma forma que el sombrero y los trajes representan y presentan una forma y un aspecto de la mexicanidad contenida en estos objetos, los colores expresan la esencia de la mexicanidad en sus perfiles, dándoles un carácter de la nébula de México presente en sus presentaciones. Los colores, utilizados e incorporados en sus portadas del perfil son, de nuevo, un elemento indiscutible de la asociación subjetiva del usuario con la mexicanidad dentro de su presentación, como también de los medios utilizados para la transmisión de la mexicanidad. El verde; el blanco; y el rojo: como representantes simbólicos de la bandera mexicana, y subsecuentemente de la patria mexicana, los colores representan una clara reivindicación de la mexicanidad, haciendo la transmisión de vínculo mexicano al observador por medio de una forma sencilla e impactante, fácilmente reconocible y fuertemente representante de una mexicanidad. Los colores representativos de la bandera mexicana, son un símbolo tan patriótico como el himno nacional de México, que vincula una cierta expresión pública de orgullo y adscripción cultural por parte de los usuarios.

Siguiendo la construcción de la mexicanidad en las presentaciones de nuestros informantes, encontramos presentaciones que vinculan su presentación con elementos icónicos de la cultura popular mexicana como también religiosa. Destacamos la presencia del “chavo del ocho” y la virgen de Guadalupe en la discusión que sigue acerca de las presentaciones visuales de nuestros informantes.

Iconos Culturales: La chilindrina aparece como representante de un perfil de nuestra muestra. Recordemos que la chilindrina es parte de la célebre serie mexicana “El chavo del ocho”, que representa un elemento cultural fuerte de una asociación con la mexicanidad. En gran parte, la cultura mexicana crece con “el chavo del ocho”, o creció con este famoso personaje, que continua en la historia de la representación imaginaria de México como un símbolo tan fuerte de la mexicanidad como el propio Zapata; es el “Mickey Mouse” de México por decirlo de otra forma, que firma la presentación dentro de un contexto de la mexicanidad.

Otro ejemplo de una presentación que incorpora la mexicanidad, se ubicó en la presencia de una calavera pintada en el rostro de un usuario de nuestra muestra. Por medio de la entrevista, se ubicó la foto del usuario dentro de una festividad del día de los muertos en su localidad en Estados Unidos. Nada más claro para resaltar la mexicanidad de estos dos elementos.



Iconos Religiosos: Sumándose a la presencia de sombrero, trajes, chilindrina, y la expresión de la bandera de México, tenemos a la Virgen de Guadalupe. En el perfil en cual la presencia de la virgen de Guadalupe aparece, se la encuentra apareciendo por detrás de un cerro, mirando un grupo que llora sus muertos. Esta representación es una clara restitución de la mexicanidad en la presentación de su yo dentro de su perfil, como resalta la autora Liliana Rivera-Sánchez (2004): “la Virgen de Guadalupe se vuelve un símbolo desterritorializado de mexicanidad, que hace posible romper barreras geográficas e identidades particulares” (2004: 474).



También encontramos que un pequeño grupo construye una presentación de la semiología de la mexicanidad a través de una conciencia política. En tres de los perfiles, tenemos una presentación mediada por una interacción y una presentación politizada del usuario. En estos casos, se percibió la inclusión de fotos con carteles acerca de marchas, imágenes que se remiten al acto de votar y un panfleto acerca de una concientización política. Aunque estas presentaciones son escasas en las selecciones de fotos de las presentaciones de nuestros informantes, constituyen un elemento significativo para sus presentaciones, que los distingue de los demás. En ningún otro caso se percibió la presencia de una articulación política. Aquí ilustramos los casos en los que se construye una presentación dentro de una conciencia política de sus presentaciones.



Encontramos que los elementos se remitieron a contextos y contenidos: **educativos** y/o relacionados con elementos de la **condición de la mexicanidad** en el contexto estadounidense. Las fotos de los perfiles que resaltaron una articulación política de su presentación, estuvieron presentes en mayor medida en los álbumes en vez de en las fotos utilizadas como portada del perfil. La prevalencia de dos elementos en general que categorizan la presentación politizada de nuestros informantes, se explica en parte por los contextos en los cuales se ubican. El énfasis en la educación es un elemento pertinente y directamente vinculado con la condición de ser estudiante.

Los álbumes están dedicados exclusivamente a la presentación del usuario dentro de una interacción de carácter político, relacionado con temas de interés e importancia para la mexicanidad. Dentro de los temas educativos, se perciben fotos del perfil con carteles diciendo “Save My Education”, panfletos acerca de una candidatura universitaria, y un álbum dedicado a una protesta universitaria estudiantil. Por otro lado, se percibe una tendencia a presentarse dentro de una organización universitaria en particular, que trata elementos de la mexicanidad. Es la organización, M.E.Ch.A⁷⁶. Por lo general, estas fotos se encuentran en sus álbumes, pero resalta una presentación involucrada dentro de una articulación de la mexicanidad activa en un contexto estadounidense universitario. Para varios de los mexicano-americanos universitarios, esta organización representa un elemento significativo acerca de su presentación en el perfil. Es un elemento que aparece con mayor poder dentro de los álbumes agregados al perfil, que construyen un escenario contextual acerca de su presentación primaria, que es la asociación de alguien con la foto del perfil.

Otros elementos que se encuentra en los álbumes de estos perfiles, son fotos de marchas relacionadas con temas de interés e importancia para los mexicano-americanos. Un usuario con pocas fotos y álbumes, tiene un álbum intitulado “Activist”, en el cual se muestra en una calle portando un cartel con una frase política escrita en inglés. Cuestiones acerca de la migración y educación, son representativas de casi todos los álbumes que se destacan con contenidos políticos.

Los elementos que hemos identificados que se remiten a la mexicanidad, encajan dentro de categorías de símbolos relativamente estereotipados de la mexicanidad, para el ámbito de las fotos del perfil. La presencia de los estereotipos implica una articulación de la mexicanidad dentro de la constitución popularizada de esta cultura. También encontramos la politización de la mexicanidad, enfatizando elementos de la educación y poniéndose en la cúspide de una revaloración de la mexicanidad dentro de la educación y consciencia. Este elemento es particularmente importante, ya que rompe

⁷⁶ M.E.Ch.A. representa *Movimiento Estudiantil de Aztlán*. El sitio oficial de esta organización lo define como “*a student organization that promotes higher education, cultura, and historia. MEChA was founded on the principles of self-determination for the liberation of our people. We believe that political involvement and education is the avenue for change in our society*”. Para mayores informaciones acerca de la composición, objetivo, y especificidades de esta organización, ver: <http://www.nationalmecha.org/about.html>

con muchos de los estereotipos de la representación de México, tanto en la cultura mexicana como también en sus representaciones gringas. Volvemos al giro de la concepción de la mexicanidad, tanto en su cultura como en su difusión, que sintetizó tan bien Leyva (1999). Recordemos que el mexicano, y su contraparte, la mexicana, se constituyen de muchas cosas, de las cuales algunos elementos son paradójicos, como ser “inteligente y ágil” pero también “flojo y pasivo, poco esforzado”. Son estas tensiones que son requebradas y transformadas por las presentaciones dentro de una articulación política, esencialmente la dirección política que toman nuestros informantes. No son muchos, pero concebimos que ellos se presentan con un rompimiento acerca de la característica “del mexicano” que se ha asociado a la pereza y a la flojera. Aquí tenemos indicadores de presentación que se ajustan a una consciencia acerca de la educación, así como también de una participación académica en grupos que promueven la educación, específicamente para mexicanos (p. ej. M.E.Ch.A).

Es por medio de los símbolos más recurrentes y conocidos de la mexicanidad, que nuestros informantes expresan su presencia. Los estereotipos hacen parte de los *símbolos significativos* cuando estipulamos que se espera impactar y expresar una idea y asociación clara y directa, sin peculiaridades o especificidades. Los símbolos visuales se tornan representantes del yo, dentro de un reemplazo social del objeto al sujeto. Mead argumenta que “*Physical things are objects implicated in the social act whose roles we can take but which cannot in turn take our roles*” (Mead, 1934: xxii), mencionando el uso de elementos físicos, y yo argumento simbólicos, como representativos de nosotros mismos. El sombrero, los colores de la bandera y los trajes, son elementos sólidos de la representación de la cultura mexicana, así como también la presencia de la virgen de Guadalupe, la chilindrina y la calavera. Se percibe que la transmisión y la presentación de la mexicanidad dentro de las fotos de los perfiles se remiten a cuestiones de la cultura popular, resaltando los elementos más representativos de la exportación de la cultura mexicana. Hemos de detenernos en la presencia de estos elementos, en perfiles predominantemente de usuarios femeninos. De los cinco perfiles que expresan la mexicanidad, cuatro son perfiles de mujeres, que resaltan un elemento importante acerca de la expresividad presentacional de la mexicanidad en los perfiles de Facebook.

Nuestra investigación identifica que la predominancia de elementos visuales de

la semiología mexicana por parte de mujeres, se vincula con la tendencia poblacional que encontramos en Facebook. Pero este hecho que se resalta en nuestra investigación también nos habla acerca de una inserción social digital por parte de esta población femenina. Hay varios factores que influyen directamente en esta expresión de la mexicanidad.

- 1) el contexto cultural, social y étnico-histórico de Estados Unidos
- 2) la postura postmoderna frente a la construcción de la *mexicana* en la cultura mexicana
- 3) la relación del yo como sujeto y el yo como objeto vinculada a 1) y 2)

Este argumento se va construyendo con base en establecer la construcción de una identidad y relacionamiento étnico dentro de una cultura organizada alrededor de una etnia, dentro de una fusión de la construcción de la *mexicana* en la cultura mexicana. Forjando estos dos argumentos, establecemos la relación del yo como sujeto y objeto, como fue definido por Mead en una discusión acerca de la construcción de conceptos y auto identificaciones. Estos tres elementos nos van a permitir indagar acerca de la predominancia de la semiología mexicana en la presentación visual dentro de una discusión analítica de los motivos que permiten esta visibilidad.

- 1) En primera instancia, hay que relacionar las presentaciones digitales con sus entornos físicos; en nuestro caso, esto se remite a un contexto de ser una minoría étnica en una cultura que destaca y enfatiza las divisiones raciales como Estados Unidos. La cultura estadounidense está estrictamente relacionada con concepciones y explicitaciones raciales, haciéndolo explícito en una autocomprensión del yo dentro de esta cultura. En este contexto, es sumamente difícil no estar inmerso en una construcción del yo que no incorpore una concepción subjetiva de la etnicidad. Un elemento claro que es irrefutable en la constitución étnica de mexicano-americanos, es el propio término: mexicano-americanos. Este término surgió como una necesidad de “*mapear*” las poblaciones de herencia mexicana en el territorio estadounidense a mediados de la mitad del siglo pasado. El crisol gringo, por lo tanto, no crea una mezcla indistinguible de individuos, al contrario, crea más bien una batería de categorías raciales y étnicas de su población. Así, la concepción minoritaria se resalta

dentro de la convivencia social, haciéndola un herramienta y una parte integral de la presentación del yo. Esto no implica que todos expresen una presentación con base en elemento raciales, pero sí que la consciencia racial es un elemento integral de la condición social gringa. Dentro de esta configuración racial particular, podemos deducir que resaltar la mexicanidad representa una expresión de pertenencia y membresía en un grupo étnico. Pero todavía, hay que indagar más acerca de la expresión de la mexicanidad por parte de las mujeres de nuestra muestra.

2) Ahora que hemos esbozado un panorama sumamente general de un aspecto de la cultura estadounidense, podemos establecer la concepción de la *mexicana* en la cultura mexicana, para hablar de la relevancia de la presencia femenina en la expresión visual de su mexicanidad frente al público masculino que tenemos. La construcción de la representación femenina en la cultura mexicana de lo que representa y constituye la esencia de la mujer mexicana, puede resumirse en el pequeño párrafo de Garduño *et al* (2008):

“En la cultura mexicana, el hombre aprende que es el varón quien debe ganar el sustento y el que tiene el poder de regir en el hogar, en tanto que la mujer desempeña el rol de ama de casa, quien obedece y asume las funciones del quehacer doméstico y la educación y salud de los hijos. Esta forma de relación se conoce como la de roles tradicionales, donde el hombre se vuelve proveedor y la mujer madre. (Garduño *et al*, 2008: 233).

Es así que la construcción de la mujer mexicana, *la mexicana*, se constituye a través de los roles tradicionales, dándole una definición de ser a través de versiones masculinas. No pretendemos establecer la veracidad de esta constitución dentro de un panorama contemporáneo, pero confiamos en los estudios recientes acerca de la concepción cultural y social de la mexicana. Formando una relación pasiva y tradicional de la mexicana, podemos entender mejor el “grito” de la mexicanidad de las mujeres de nuestra muestra. Estamos articulando un argumento acerca de una reivindicación del ser mexicano dentro de las construcciones machistas y sumisas de la mujer, en función de los espacios postmodernos en que nuestras informantes se encuentran, así como también el contexto social de los Estados Unidos que sobresale la determinación minoritaria como expresión del ser. “En un mundo hecho a la imagen de los hombres, la mujer es sólo un reflejo de la voluntad y querer masculinos” así lo

escribió Paz (2000:32).

3) Poniendo el contexto étnico de la cultura estadounidense con la construcción de la mexicana en función a la concepción del yo como sujeto y el yo como objeto, llegamos más cerca de un argumento que responde a la expresividad de las mexicano-americanas en sus perfiles de Facebook. Mead (1934) nos dice que:

“The individual experiences himself as such, not directly, but only indirectly, from the particular standpoints of other individual members of the same social group, or from the generalized standpoint of the social group as a whole to which he belongs” (Mead, 1934: 138).

El individuo construye un yo dentro de una interacción e inserción social, que le permite constituirse con base en la relación con el otro, este es el concepto del yo como objeto. Es la posibilidad de verse a sí mismo, pero desde la posición del otro inserto dentro de su entorno social. Para lo que nos interesa, tenemos aquí una expresión por parte del grupo femenino de nuestra muestra, de manifestarse firmemente dentro de representaciones antagonistas en sus entornos geográficos y simbólicos. La inserción en un contexto étnico que pone a los grupos en relación a los otros, creando así vínculos de referencias que vuelven a reforzar las concepciones del yo como objeto, con la esencia de la mexicana dentro del discurso histórico de la cultura mexicana, hace que mujeres mexicano-americanas se enfrenten contra varios discursos de identificación. Esta relación hace que la expresividad de uno se vuelva mucho más impactante, en el sentido de valoración de la identidad, por permitir que individuos puedan “*share internalized values and norms*” (Hallowell, 1976: 289).

4.1.2. EL OTRO LADO: LA AMERICANIDAD

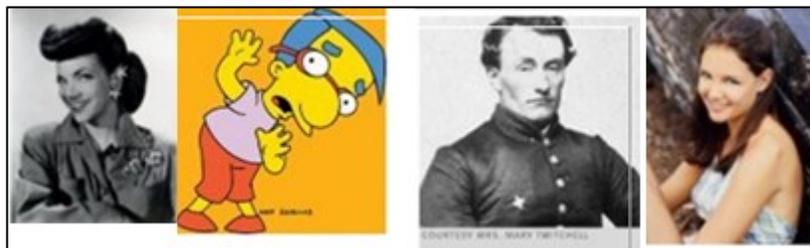
A pesar de la consideración de pertenencia a una categoría de mexicano-americano, más de la mitad de los perfiles que analizamos no resaltaron elementos de la semiología atribuida a la mexicanidad. Esto no implica que se presentaron dentro de una expresión fragmentada de la globalización, sino al contrario, estos perfiles, un total de ocho, expresaron sus presentaciones por medio de la presencia de semiología de la cultura americana. Este es el otro lado de la moneda de la construcción de una identificación

hibrida entre una concepción que se pone entre México y los Estados Unidos.

La presentación visual se atribuye a los elementos que hemos identificado en la presentación por la mexicanidad en el apartado anterior. Encontramos la presencia de iconos culturales y partidarios de la cultura y presentación de la americanidad, como representaciones deportivas sumamente estadounidenses, como también contextos festivos que son fácilmente reconocibles y atribuidos a una pauta de comportamiento social y cultural de los Estados Unidos. Empezamos a ver exactamente los elementos que resaltan la americanidad en la gran mayoría de los perfiles de nuestros informantes.

Iconos de la cultura popular:

Encontramos, o más bien, algunos de nuestros informantes *nos muestran* iconos de la cultura americana que transpiran en la presentación del yo en este escenario visual digital. Por medio de representaciones de la cultura popular, como los Simpsons, algunos personajes de televisión y estrellas de películas gringas, y fotos agregadas con símbolos de los Estados Unidos, se construyeron una presentación dentro de las pautas estadounidenses. La presencia de estos elementos dentro del contexto híbrido de tensión inherente del ser mexicano-americano, resaltan una elección cultural y presentacional por parte de nuestros informantes. Se construyen sus presentaciones con base en las pautas de su entorno geográfico, dejando el imaginario en exactamente este, el espacio imaginario, que no traspasa la realidad de una presentación mediada por computadoras. Encontramos que un perfil presenta una foto artística de las mujeres “pin up” de los años 50 que fueron, en su momento, un icono tan fuerte de la cultura americana como la Coca-Cola.



Festividades:

Algunas festividades vienen a la mente cuando pensamos en México, así como en

Estados Unidos. Por un lado tenemos, el día de los muertos, la noche del grito, las posadas de navidades, entre muchas otras. Por el otro lado, podemos señalar el *Thanksgiving*, Halloween, el día de la Independencia, también entre muchas más. Lo importante es que podemos distinguir algunas festividades como sumamente típicas de la cultura del país, de la misma forma que un plato de comida puede ser atribuido a una sociedad. En nuestra investigación, encontramos lo que podemos identificar como contextos representados en las presentaciones de nuestros informantes, de festividades que no se atribuyen a la cultura mexicana. En esto, atribuimos que este elemento, dentro de una negación de lo más representativo de México, se encaja dentro de la cultura en la cual se encuentra. Es así, que la presencia de fotos dentro de un contexto de Halloween, no la atribuimos a una concepción o articulación presentacional de la mexicanidad por parte de los usuarios. Al contrario, la consideramos como parte de la cultura gringa, atribuida al contexto en el cual se encuentra y a la fuerza de esta festividad en esta cultura.



No decimos que el Halloween sea una festividad sumamente norteamericana, pero sí la consideramos como una parte más integral de esta sociedad que de la mexicana. La presencia de este aspecto, y de los vestidos de los usuarios adecuados a este contexto, sumando la invisibilidad de algún otro referente en sus fotos y presentaciones visuales que puedan atribuirse a una presentación por medio de la mexicanidad, tenemos una presentación que niega la mexicanidad, y que, a su vez, resalta la americanidad. Se percibe la presencia de una convivencia con la cultura americana. Lo que no podemos olvidar, es que la presentación se mira desde el otro, y es el otro que determina la presentación. La presentación puede ser de acuerdo con lo esperado por parte del actor, o al contrario, pero se remite tanto a una propuesta de

presentación, y después una verificación de tal. Igualmente afirmando que una festividad de este tipo, como Halloween, que transborda fronteras nacionales, ya es parte de una cultura internacional, no la asociamos a una concepción clara de la mexicanidad. Dentro de nuestra muestra, esta representación por medio de este tipo de festividad se remite más a la interacción con la cultura americana que con la cultura mexicana.

Deportes:

Algunas representaciones deportivas son sencillas de designar y distinguir su lugar cuando lo tenemos que hacer. Si tuviéramos que identificar dos deportes que pertenecen a la cultura americana, y dos de la cultura mexicana, podríamos decir que: El fútbol americano y el beisbol son representativos de la cultura americana. Por otro lado, podríamos decir que el fútbol tradicional y el beisbol son característicos de México. El problema que encontramos en las presentaciones de nuestros informantes de sus perfiles, reside en esta conjetura deportiva que ambos países comparten.

Dentro de estos ocho perfiles se resalta la interacción con la cultura deportiva americana por medio de fotos que muestran una interacción con los deportes significativamente americanos basquetbol y el fútbol americano, como también encontramos representaciones con el beisbol. Es cierto que la cultura mexicana ha sido influenciada por su grande del norte, Estados Unidos, en la cual, la cultural del beisbol, del basquetbol, y del fútbol americano, se ha ido hasta México y retroalimentado a su vez a los Estados Unidos. Aunque esto sea verdad, la predominancia de un símbolo deportivo estadounidense se encaja dentro de las ligas MLB, NBA, y NFL. Es decir, cuando uno está confrontado con la decisión de identificar la pertinencia cultural por medio de símbolos representativos de una cultura, nos resulta difícil atribuir estos elementos a otro país que no sea Estados Unidos. La presencia de estos deportes puede ser amplia en muchas partes del mundo, sin ser parte de una industria cultural y social del país, pero dentro de una presentación que podemos aludir dentro de dos paredes, una México y otra Estados Unidos; nos parece más viable asociar estos elementos como

constitutivos de la cultura gringa más que de la cultura mexicana⁷⁷.



Averiguamos también la presencia de lo que podemos reunir bajo elementos que satisfacen la característica social. Es decir, elementos que nos indican una asociación y relación con las pautas sociales de la sociedad en la cual se encuentran. En este caso, un perfil resalta la interacción de la cultura americana, por destacar algunos elementos visiblemente característicos de la sociedad estadounidense. El perfil en cuestión, muestra fotos de militares americanos y de bomberos americanos, dentro de una ausencia de elementos y simbología que podrían atribuir a su presentación una construcción con base en la mexicanidad. Aquí, tenemos un caso claro de la ausencia o hasta la negación de la mexicanidad en la presentación, en la cual sobresalen elementos fuertes de la estructura social y cívica de los Estados Unidos. La presencia de militares y bomberos, se remite a una expresión visual de los puestos de servicios estadounidenses, que caracterizan la presentación del usuario dentro de un favorecimiento de estos símbolos que sirven las causas de este país. Similar a un himno nacional, el soldado, el bombero y, podemos incluir el policía aunque no está presente en sus presentaciones, reivindicar la asociación con la patria, sus organismos y función, dentro de una elevación de su afirmación acerca de estos puestos. El lema aquí se adecúa a servir a la patria, y así, la presentación se asegura dentro de las estrellas y rayos de los Estados Unidos.

4.1.3. COSMOPOLITA

De los restantes perfiles, encontramos presentaciones que no se vinculan ni con la semiología estadounidense, ni con la mexicana. La presentación de este grupo reducido

⁷⁷ “el beisbol evolucionó a partir de los juegos de pelota y palo que se practicaban en Inglaterra, de donde pasaron a Estados Unidos” (Leñero y De la Torre, 2005: 157) y se torna el pasa tiempo nacional del país. Como dice Spaulding: “ *baseball owes its prestige as our National Game to the fact that no other form of sport is the exponent of American Courage, Confidence, Combativeness, Discipline, Determination, Performance, and Success*” (1911: 4).

de jóvenes, se encuentra dentro de una representatividad de un mundo globalizado. Llamamos a estas presentaciones cosmopolitas, por presentarse de tal forma que incorporan la cultura internacional, sin encajarse dentro de un panorama simbólico visual de una parte específica. La presentación de este grupo restante de nuestra muestra se presenta con la ausencia de una pertinencia comunitaria y étnica. Un ejemplo de este tipo de presentación, es un joven mexicano-americano que, dentro de su escenario visual, tiene varios álbumes de fotos de varios países, pero ninguno explícitamente de México. El peso distributivo de los países representados en los álbumes es equitativo, no resaltando ni ocultando ninguno, dándole una característica de la fragmentación inherente de la posmodernidad dentro de un panorama de la globalización. La presencia de todo, pero de “nada” a la vez, es lo que diluye cualquier tentativa de presentación étnica de los usuarios que remiten sus presentaciones por este medio. Vemos pedazos de las culturas del mundo presente, sin ningún vínculo, sin ninguna raíz que podamos destacar como prevalente, o como parte integral de la presentación. Es la presentación de la globalización, y de la postmodernidad. Son fotos de Asia, de Europa, de actividades sociales, pero ninguna que nos permita indagar algo acerca de su mexicanidad, o de su participación étnica. Es simplemente el recuerdo de sus actividades de la vida, que en este escenario visual, para estos informantes, no incluyen la (re)presentación de la mexicanidad.

Las presentaciones visuales de nuestros informantes, muestran la tendencia de ubicarse dentro de los nexos de lo que significa la americanidad, y lo que significa la mexicanidad. Solamente en el plano del escenario visual, encontramos, que la mayoría de nuestros informantes optaron por presentarse a través de las representaciones e interacciones de su entorno geográfico, es decir, a partir de la cultura americana. No estipulamos que estos informantes no estén en contacto con la cultura mexicana, pero sí tenemos presente que la ubicación en donde transcurren sus vidas, donde crecieron, y donde están residiendo en el momento, es en Estados Unidos. Por esta razón es interesante analizar las formas en las cuales las presentaciones, además de averiguar las formas de presentaciones por la mexicanidad, construyen sus espacios públicos dentro del escenario visual. La maleabilidad y naturaleza de la plataforma de Facebook permite varios grados de interactividad y varias formas de resaltar u ocultar sus presentaciones.

Un ejemplo simple de esta propiedad de los sitios de redes sociales, pero en particular de Facebook, es que si uno interactúa con gusto en Facebook, se encontrará una presentación mucho más pública, con un perfil configurado a la medida del usuario, resaltando una u otra propiedad, etc. Lo mismo es cierto si queremos ocultar nuestra presencia y presentación en línea. Simplemente no se incluyen muchas fotos, no se interactúa mucho, se configuran las opciones de privacidad, y se genera un velo alrededor del usuario. Su presentación esta oculta por su propio distanciamiento, de la misma forma que se incrementa “el público” de la presentación al agregar elementos que le dan más cuerpo. Este libro que nos representa a nosotros, el “face-book”, depende de la interacción y la disposición del usuario. Sin información y sin contenido, el “face” del “book” se quedará como un bosquejo. Identificamos ahora las formas en que los perfiles de esta investigación construyeron sus públicos, semipública o privada.

4.1.4. PRESENTACIÓN PÚBLICA Y SALIENTE

Los escenarios de Facebook constituyen lo que Goffman desarrolló dentro de sus discusiones acerca de la presentación del yo dentro de la vida cotidiana. Recordemos que Goffman encuentra dos grandes escenarios donde actuamos; el *frontstage* y el *backstage*. El actor como *performer*, actúa de formas distintas dependiendo del escenario, por el hecho de que cada escenario contiene audiencias distintas. El *frontstage* abarca una audiencia social, una audiencia más extendida de la visibilidad y actuación en un ámbito considerado público. Es la actuación que uno hace cuando se encuentra en un espacio social público o semipúblico, como un restaurante por ejemplo. Dentro del espacio del *backstage*, este escenario fuera de la visibilidad pública, el actor se dirige a sí mismo, actuando y presentándose de forma más íntima, quizá más descuidado, más honesto de alguna forma. La veracidad de esta actuación se adecúa a que el actor no tiene que conquistar o aliarse a su audiencia, no hay ningún proyecto mayor que su propia consciencia. Claro que podemos encontrar tensiones entre presentaciones idealizadas del yo y lo que se presenta al actor, pero en su gran mayoría el *backstage* es el lugar privilegiado del actor, para deshacer una posible presentación meticulosamente construida para la audiencia del *frontstage*. El escenario visual de Facebook funciona de

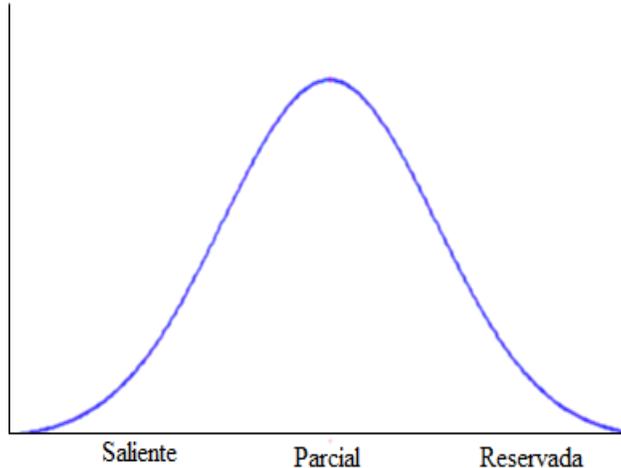
la misma manera, como hemos tocado en la discusión anterior. Se posibilita la ocultación de una presentación al ausentarse del propio medio digital, así como también podemos resaltar nuestra presentación, transformándola en un *frontstage* explícito, por medio de una interactividad y construcción mediática de nuestra presentación.

Lo que quiero resaltar con esta discusión, es que dentro de la presentación del yo en el ámbito visual de esta plataforma, Facebook, las estrategias de ocultar las presentaciones, como también las de resaltar la presencia de las presentaciones y las presentaciones en sí, constituyen elementos de gran interés para la averiguación del papel de la mexicanidad dentro de las presentaciones de nuestros informantes. Una ocultación presentacional puede indicar ciertos grados de relacionamiento tecnológico que el usuario tiene, como también la configuración de su presentación en línea. Es decir, una presentación que se ubica atrás del *frontstage* es una presentación cuidadosamente construida, que se mantiene dentro de una específica presentación del yo del usuario. ¿Dónde, cómo y porque lo hacen? Esto lo veremos ahora.

Encontramos que las presentaciones visuales de nuestros informantes pueden ubicarse en tres espacios entre el *frontstage* y el *backstage* que configuran sus presentaciones. Las presentaciones, entonces, pueden ser: **1)** pública y saliente, **2)** parcialmente saliente, (entre el privado y el social), y **3)** reservada e inhibida. Es importante señalar que todas las fotos utilizadas como fotos del perfil son representadas de formas positivas, frecuentemente sonriendo cuando aparece el usuario o individuos en las fotos, demostrando una apariencia fácil de reconocer como feliz.

Percibimos que la caracterización de las presentaciones en el escenario visual se comporta como dentro de una distribución normal. Los perfiles que incluyen presentaciones públicas y salientes constituyen la minoría, al igual que los que se presentan de forma reservada y ocultada. La gran mayoría de los perfiles se encuentran en el medio, dentro de una fusión del saliente y del reservado. Una presentación moderada por decirlo así. Por medio de la ilustración que sigue, podemos ver la distribución de las presentaciones por las tres formas de presencia pública.

Figura 4. Distribución de las presentaciones por las tres formas de presencia publica



Las diferencias de presencia en los escenarios de este espacio visual, se interconectan con las configuraciones y grado de sus audiencias, el grado de comodidad que el usuario tiene con nuevas tecnologías, sus objetivos en línea y el tiempo que dedica a su presencia digital. La audiencia juega un papel sumamente importante en el grado de expresividad de la presentación del yo

en este ámbito. Una audiencia que abarca todos los nodos que el usuario tiene en la vida puede ser un factor sumamente inhibitorio para la expresividad de su presentación. Por otro lado, una audiencia constituida meticulosamente por individuos que se encuentran en el círculo íntimo de la red del sujeto, puede tener el efecto contrario. Novatos y tecnófobos pueden usar el sitio de red social con cautela y con mucha precaución, ocultando estratégicamente información y consecuentemente, su presentación de acuerdo con sus creencias y objetivos. Otros pueden ocultar sus presentaciones con el objetivo de espiar sobre los demás, sin realmente exponerse demasiado. En fin, para tener una presentación que se adecúa a un espacio “*fronstage-ista*” se necesita estar dedicado a la construcción de su presentación, sentirse bien acerca de los miembros de su red, estar comfortable al actuar en línea, y dedicarle tiempo. Estos elementos los encontramos en las presentaciones de nuestros informantes que presentamos ahora.

1. SALIENTE: La presentación saliente, es decir, que sale por medio de una expresividad de sociabilidad, tiene una estricta correlación entre la cantidad de fotos agregadas como fotos principales del perfil y un incremento del carácter público de la presentación. Dado que la relación que planteamos puede ser interpretada como una lógica tautológica, hay necesidad de esclarecer la importancia y la implicación de tal. Se encuentra que podemos establecer ciertos tipos de cadena de interacción que permiten estructurar una presentación de tipo saliente. Hemos visto que a mayor interactividad,

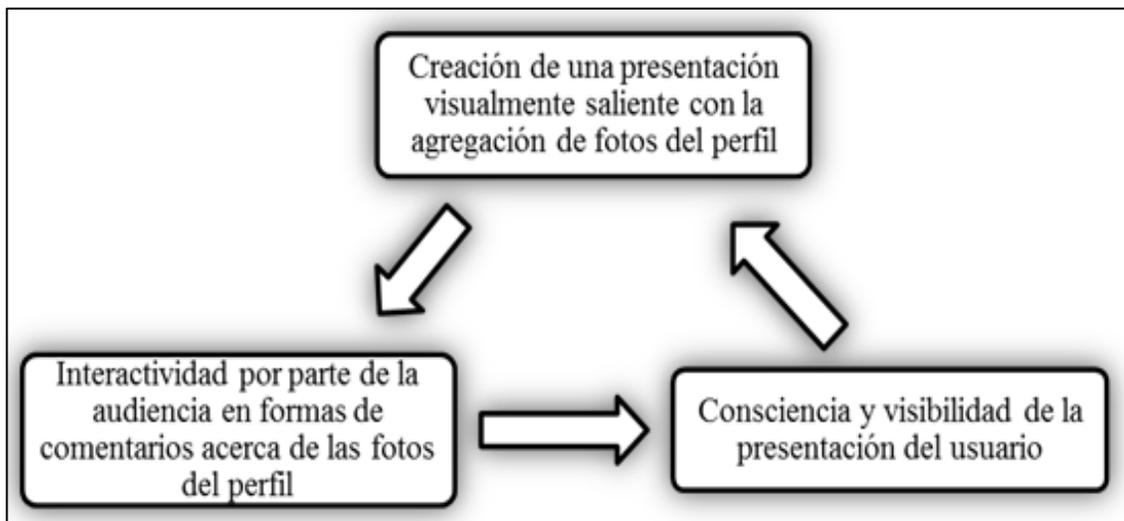
mejor definida será la presentación del usuario. La presencia de fotos habla de la presencia, grado de inserción y comodidad del usuario con el medio, dándonos, el otro que mira esta presentación, la posibilidad de indagar con mayor facilidad la presentación que se ubica claramente en un espacio *frontstage*. Esta relación subraya el carácter *performativo* por excelencia del usuario dentro de este escenario visual. Es por medio de la aglomeración de miradas de su yo, presentadas en formas figurativas o no dentro de la portada del perfil, que se construye no una faceta estática de la presentación, sino una presentación dinámica y variada. La presencia o no de la mexicanidad en estas presentaciones, es decir, dentro del escenario más *frontstage-ista* de la presentación visual, nos permite indagar que la mexicanidad no es un factor importante en la presentación cotidiana. Nuestros casos han presentado las siguientes características y relaciones:

Las presentaciones que son consideradas salientes contienen las mismas características. Las fotos de los perfiles muestran al usuario dentro de ambientes **sociales, raramente solos** y dentro de **contextos festivos**. La presentación se muestra como social y festiva. Además, la presentación saliente está vinculada a un alto grado de interactividad por parte de su audiencia, es decir, la audiencia estuvo activa en la interacción con la presentación por medio de comentarios acerca de las fotos. Esto es un elemento recurrente de la presentación saliente. En un caso, se evidencia un promedio de dos comentarios por fotos, donde la cantidad de fotos disponible supera ochenta fotos utilizadas como portada del perfil. La presentación saliente no presenta ningún grado de relación con la mexicanidad, es decir, no hay una relación entre presentarse como saliente vinculado con una expresión de la mexicanidad. Por la distribución normal de las presentaciones salientes, parciales y reservadas, y la prevalencia de los perfiles que se expresan a través de las pautas normativas de una presentación saturada por la americanidad, es decir, una negación de la mexicanidad, encontramos en este espacio una predominancia de perfiles que se presentan dentro de esta pauta, aunque no excluye los perfiles de la mexicanidad. Por lo general, podemos establecer que en proporción de la cantidad de perfiles que expresan la mexicanidad en sus presentaciones, estos se constituyen como salientes en mayor proporción a los perfiles que se presentan por otras pautas. Los perfiles dentro de una pauta presentacional

cosmopolita son, en mayor grado, proporcionales con respecto al total de su población categorial de esta investigación, en pautas de presentaciones reservadas.

La interacción con las expresiones de presentaciones visuales por parte de la audiencia del usuario, es un factor que retroalimenta el factor saliente de las presentaciones. Es por el hecho de interactuar a través de comentarios acerca de las fotos, que se genera una vinculación de visibilidad y de presencia de las fotos. Los comentarios funcionan para retroalimentar la presencia del usuario dentro del escenario visual, añadiendo un grado de importancia acerca de las fotos. Podemos rescatar una pregunta filosófica que nos ayuda a esclarecer la visibilidad de las fotos por medio de la interacción de su audiencia. La pregunta es: ¿Si en un bosque cae un árbol y no hay nadie cerca como para oírlo? ¿Hace ruido? Además de las tantas posibles explicaciones que se han dado acerca de esta pregunta, decimos aquí que solamente hace ruido si alguien lo escucha. Es el mismo principio acerca de la interactividad con las fotos del perfil. Los comentarios ponen las fotos en un espacio de visibilidad, generando una consciencia de tal presentación que fomenta la creación de nuevos elementos de presentación visual por parte del usuario, que a su vez, si genera comentarios, origina un efecto de domino que envuelve al usuario dentro de una presentación sumamente saliente. El siguiente esquema ilustra esta relación.

Figura 4.1. El ciclo de la construcción de una presentación saliente



Fuente: Elaboración propia



Figura ¿???: Retroalimentación de interacción con fotos del perfil en la formación de una presentación saliente.

Las fotos se nos presentan como un interesante escenario y catalizador para la interacción, haciendo que éstas tomen una posición privilegiada dentro del perfil teniendo elementos que refuerzan la presencia (por los comentarios) y que también lo conciben como importante (teniendo un impacto subjetivo en la elección posterior de unas fotos por parte del usuario). Podemos citar algunos ejemplos de esta relación. Encontramos que un usuario que expresa su presentación dentro de las pautas de la americanidad, tiene en promedio alrededor de 2 comentarios por fotos, un total de más de 180 comentarios sobre 85 fotos concebidas como fotos del perfil. La siguiente figura es un recorte de los comentarios encontrados en el perfil de un usuario. Para proteger su identidad se hicieron ilegibles los comentarios, además de borrar los nombres y características visuales de las fotos.

Para proteger su identidad se hicieron ilegibles los comentarios, además de borrar los nombres y características visuales de las fotos.

No es importante en este momento rescatar los comentarios acerca de las fotos, pero sí tener una idea de la interactividad de la audiencia con las fotos permitiendo la retroalimentación que termina en una presentación saliente. Cabe mencionar que podemos ver una interacción por parte de la audiencia en este espacio, y que los comentarios son favorables acerca de las fotos del usuario y refuerzan la visibilidad de las fotos, transformándolas en un yo-objeto como es explicado por Mead. Al percibir la interacción de la audiencia acerca de su presentación dentro de su



perfil, el usuario concibe su presentación claramente dentro de la dimensión de un “*I*” y un “*me*”. En este caso, la interacción por medio de los comentarios, refuerza la concepción de verse en términos de un yo-objeto, abriendo el camino para una presentación más consciente por parte del usuario.

Esto también se consolida en los casos que se expresan más dentro de la semiología de la mexicanidad. El ejemplo que incluimos para ilustrar una presentación en un plano del *frontstage*, también contiene la misma relación entre fotos y comentarios. La relación continúa siendo la misma para, tanto los que se presentan dentro de la americanidad, como para aquellos dentro de la mexicanidad, por lo tanto, recordaremos que las presentaciones más salientes se encuentran en los perfiles que se presentan visualmente dentro de las pautas de semiología de los Estados Unidos. Es importante mencionar que esta característica también se percibe en los otros escenarios del perfil que veremos más adelante. Sin embargo, la gran mayoría de las presentaciones se encuentran entre dos extremos; esto es, las presentaciones parciales.

2. PARCIAL: La mayoría de nuestros informantes han presentado sus yo dentro de una tensión entre el saliente y el reservado. Se evidencia una tendencia de equilibrar las fotos entre **un contexto social y un contexto solo** dentro de las fotos de los perfiles de esta investigación.

La gran mayoría de los perfiles se encuentran dentro de esta categoría, en la cual se presentan de forma social pero también con reserva. Un usuario, por ejemplo, tiene 10 fotos en su perfil, de las cuales, la mitad son iconos culturales, fotos, objetos, y la otra mitad lo muestran en contextos sociales y festivos. Esto es un rasgo de la presentación parcialmente saliente. Es una presentación que presenta el usuario de forma figurativa, pero también lo presentan con los medios disponibles de esta nueva tecnología, es decir, por medio de representaciones simbólicas mediadas por símbolos, iconos y referencias que en el espacio de la vida cotidiana no podrían ser utilizados con tanta eficiencia para asociar al usuario con tal representación. Vemos el caso de un usuario que distribuyó su presentación de forma equitativa entre representaciones figurativas y no figurativas en el momento del análisis.

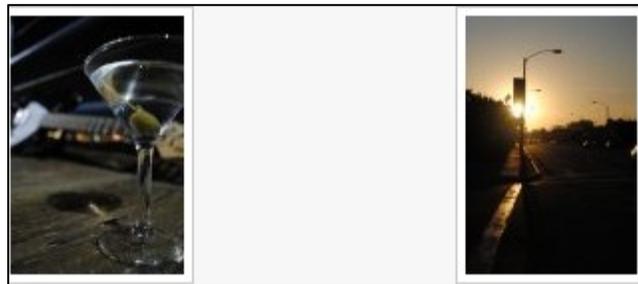


El usuario demuestra la configuración de una presentación parcial, la cual construye con base en iconos de la cultura popular, así como también con el aporte de otras imágenes distribuidas entre presentaciones figurativas del usuario, que a su vez, lo muestran solo o también en contextos sociales. Este es solamente un ejemplo de lo que encontramos en la mayoría de nuestras presentaciones; esta división entre el figurativo y el no figurativo inmerso a la vez en contextos sociales y también de forma aislada. La tendencia de distribuirse visualmente de esta forma, se encaja de forma ilustrativa en una distribución normal de la sociedad, en la cual se adecúa dentro de dos extremos, en nuestro caso el saliente y el reservado, la gran mayoría se encaja entre estos dos. No pretendemos validar esta afirmación por medios cualitativos o estadísticos, pero solamente lo utilizamos de forma ilustrativa acerca de la probabilidad de encontrarse en medio de dos extremos. La tendencia de ubicarse dentro de un espacio del escenario que ni se acerca demasiado al *frontstage* ni al *backstage*, también refleja un cierto grado de cuidado y consciencia acerca de su escenario. Es un riesgo presentarse de forma totalmente saliente, ya que sabemos que la presentación social y pública se pone en riesgo en este espacio, dependiendo mucho de sus formas de manejo de impresiones, y también de la voluntad de aceptar y validar la presentación. Ponerse en el medio, es una forma de mantener un cierto grado de control, aislando un poco la presentación de la audiencia, y también manteniendo un cierto grado de control por parte del usuario.

A partir de la creciente consciencia de que ponerse en espacios sociales genera una cierta autoconsciencia de la presentación y representación de uno, es decir, la formación de una consciencia de un yo como objeto, se construye el *looking glass Self*, que es el resultado de nuestra propia concepción de quién somos en tensión con la de los demás. En este sentido, exponerse demasiado puede ser un riesgo a una percepción

que es cómoda y establecida para el usuario, también podemos especular que es una forma de rechazar cualquier cambio por parte de una audiencia controversial. Esta cualidad es de las más presentes en las presentaciones que se encuentran detrás de un velo, por decirlo así. Son las presentaciones reservadas que veremos en seguida.

3. RESERVADA: Del otro lado de la distribución normal, encontramos nuestros perfiles restantes, de tamaño aproximado a los salientes, los perfiles reservados son pocos. La explicitación de una ocultación es evidente en estos perfiles. Las presentaciones en el escenario visual son de tal forma que no podemos inferir o tener una impresión constitutiva ni en referencia a una articulación étnica, sea de la americanidad o la mexicanidad, pero ni siquiera podemos inferir alguna conformación social. Son presentaciones de carácter mínimo, que ocultan muy estratégicamente y eficientemente elementos que permiten indagaciones e inferencias. Los perfiles reservados contenían una relación invertida entre fotos que representaban al usuario mismo y fotos de objetos, iconos, o símbolos. La figura abajo muestra un ejemplo claro de una presentación en un plano reservado.



Las fotos del perfil se distribuyen entre dos fotos no figurativas, y una foto de la usuaria. La presentación del usuario se queda en un plano sumamente interpretativo y especulativo, en el cual, lo único que podemos extraer de esta compilación de formas de presentación, es que la privacidad es un elemento sumamente importante. Esto es representativo de los perfiles que se encuadran en un plano privado; de una presentación reservada. Sin embargo, aunque la presentación se queda atrás de un velo de simbolismo, esto no implica que no haya una presentación. Hallowell (1976) escribe que:

“Individuals can and do think of themselves and discriminate themselves from other objects

and selves; they can also see themselves as objects and have attitudes toward themselves”
(Hallowell, 1976 en Lindholm, 2001: 151)

Tenemos la evidencia de una expresión identitaria, aunque no expresa una afinidad o incorporación identitaria étnica, es decir, las fotos no representan ni articulan la mexicanidad de modo explícito, podemos rescatar que las imágenes de: 1) una copa de Martini, y 2) una imagen de un atardecer son indicativos de una presentación en sí. La copa de Martini puede ser expresiva del carácter social del usuario, representándola como alguien que disfrute de momentos sociales, y el atardecer puede expresar una apreciación a la estética y el momento en el cual se dio este atardecer. Mucho de las explicaciones de una presentación por parte del otro, se quedará en una faceta poética de explicación pero no podemos indagar con más veracidad el grado de presentación del usuario. De cierto, la presentación está atrás de un velo de posibilidades que sólo el usuario y dueño de las fotos conoce. Buckingham (2008) agrega a la ambigüedad y las varias estrategias que manejamos acerca de una construcción identitaria que se refleja en nuestras presentaciones, que:

“I may struggle to “be myself” or to “find my true self,” and there are many would-be experts and authorities who claim to be able to help me to do this. Yet I also seek multiple identifications with others, on the basis of social, cultural, and biological characteristics, as well as shared values, personal histories, and interests. On one level, I am the product of my unique personal biography. Yet who I am (or who I think I am) varies according to who I am with, the social situations in which I find myself, and the motivations I may have at the time, although I am by no means entirely free to choose how I am defined” (2008: 2).

La presentación reservada plantea las posibilidades de las múltiples y variadas formas que utilizamos para concebir quien somos, tanto como objeto y sujeto. Por lo general, estos perfiles mostraban a los usuarios inmersos dentro de presentaciones simbólicas, es decir, mediadas por una representación no figurativa. Pero no todos representan esta tendencia. En algunos casos, se veían solamente algunas fotos agregadas al perfil, las cuales mostraban al usuario típicamente solo, en forma de pose, o con más alguien. La tendencia aquí es agregar **menos fotos**, y dentro de esta pequeña aglomeración de presentaciones, tener **poca presencia visual**.

En suma, concebimos que la creación de una presentación saliente en el escenario visual empieza por la agregación de presentaciones y sigue en el momento en

que se encadena una interacción por parte de la audiencia que, a su vez, crea una consciencia del objeto que lleva a que más fotos sea agregadas. Ahora, en el momento en que el usuario desea quedarse dentro del *backstage*, lo hace por medio de “máscaras”, es decir, representaciones simbólicas que reemplazan su yo en el perfil. Este reemplazo conlleva tanta ambigüedad, que cierra cualquier intento de desglosar una impresión y, a su vez, una interacción con el usuario, dejándolo tranquilo, de la forma que lo quiso, en el oscuro del escenario, cerca del *backstage*.

Las fotos sirven como un espacio social para dialogar e interactuar con los demás. Es por medio de presentaciones que se equilibra el uso de simbología dentro de sus presentaciones que vinculan una interacción con su audiencia en la medida que ellos lo quieren. Es claro que si la audiencia no tiene ningún interés en interactuar con el usuario, sin importar la cantidad de fotos que el usuario suba, no lo lograra. La voluntad tiene que estar en ambas partes: en el usuario y en la audiencia.

Encontramos que el escenario visual del perfil es un escenario social, que si es estimulado, lleva a una consciencia de la presentación del yo por parte del usuario que se realimenta en más fotos. Además, encontramos que la presentación del actor dramático en este espacio varía, y dentro de sus estrategias actúan en el *frontstage* como también se ocultan de esta esfera. El perfil visual es una pantalla de gran poder explicativo y descriptivo acerca de una asociación y constitución étnica, en la cual, la mayoría de nuestros informantes se constituyeron dentro de pautas expresivas de la semiología americana. La mexicanidad se consolida con menor grado al respecto del total de los perfiles, pero se muestra como predominante en los perfiles femeninos. La mexicanidad es articulada a través de elementos simbólicos de la cultura mexicana, y se demuestran con un grado de consciencia política con mayor peso que los otros “tipos” (americanidad y cosmopolita) de perfiles que hemos identificado. En suma, encontramos que:

- *Las fotos del perfil son catalizadores sociales.*
- *Los usuarios se manejan en lo general entre el frontstage y el backstage.*
- *La mayoría de los perfiles se presentan visualmente bajo la semiología de la americanidad.*

- *La privacidad es un elemento importante para algunos.*

4.1.5. MOTIVO PARA Y MOTIVO PORQUE

Las fotos que uno ha agregado a su perfil no son casuales. El proceso tiene que venir acompañado de un proceso consciente y elegido dentro de la construcción de una presentación del yo digital. Es por eso que dentro de nuestros actos, siempre hay un motivo *para* y un motivo *porque*, incluso si no tenemos claridad en el momento de cuáles son estos motivos. Los motivos son parte integral y fundamental acerca de nuestra relación con el mundo y con nosotros mismos. Es a partir de los motivos, que podemos dar sentido a nuestras acciones, situaciones, interacciones dentro del mundo social y personal. Hemos descrito y discutido este elemento dentro de la teoría de Schütz, de la cual retomamos algunos aspectos para hacer el enlace entre nuestro análisis y su trasfondo.

La elaboración de Schütz se remite al entendimiento de dos tipos de motivos: el motivo *para* y el motivo *porque*. Recordaremos cuáles son las definiciones y entendimientos de estos términos, añadiendo las explicaciones y respuestas de nuestros informantes.

MOTIVO PARA. Es la premisa cognitiva referente a un futuro, en la cual el agente se sitúa en frente a un futuro próximo, formulando y dando sentido a su acción con base en este futuro. Esencialmente, es la respuesta que permite indagar el razonamiento de una acción lograda.

De acuerdo con las explicaciones de nuestro informantes, podemos señalar los siguientes **motivos para** acerca de la agregación de una foto de perfil.

- Una presentación relativamente cercana acerca de cómo creen que son.⁷⁸

Un entrevistado que nos dice que “*I don't try to hide what i look like on facebook*” no presenta ningún elemento significativo de la mexicanidad dentro de su presentación visual. Lo que podemos inferir a partir de la presencia de sus fotos del perfil, con su

⁷⁸ Entrevistado: “*I don't try to hide what i look like on facebook*”.

interpretación de la representación de éstos, es que no esconder quien eres no se remite a mostrar su etnicidad. La mexicanidad, para este usuario, está ausente dentro de su concepción internalizada de quien es, como también dentro de su presentación en el perfil. De igual modo, el usuario señala por medio de sus presentaciones en línea, como también de forma explicativa en sus entrevistas, que en la presentación que este usuario construyó en el escenario visual de Facebook, articuló ciertos criterios. Es decir, para este usuario, las fotos tendrían que presentarle en una luz positiva, social y chistosa según él. La presentación que se percibe se encaja dentro de estas tres categorías, atribuyendo su presentación dentro de los atributos de la teoría dramática. Su presentación como social y positivo encaja dentro de lo que Goffman ha explicado acerca de la presentación dentro del *frontstage* del ámbito social.

- Se elige una fotografía que presenta el individuo de forma positiva o dentro de un entendimiento subjetivo dentro del profesionalismo.⁷⁹
- Más de 50% de los informantes dijeron elegir una fotografía que representa un momento feliz, muchas veces con amigos, y sonriendo.⁸⁰

Hasta el momento, las explicaciones subjetivas de nuestros informantes acerca de sus motivos para una (re)presentación específica en el escenario visual, se adecúa con las explicaciones de Goffman acerca de las presentaciones del yo en la vida cotidiana. Si recordamos que dentro de la teoría dramática de este autor, la actuación tiende a concebirse dentro de las mejores posibles presentaciones, es decir, se presenta dentro de una idealización de sí mismo, que es aceptada o rechazada por su audiencia. Vemos en él la respuesta “*i always have to look good*” (Entrevistado) que incorpora una estrategia implícita de comunicar una presentación idealizada, pulida, y positiva de sí mismo, que supone el manejo de las impresiones de su audiencia.

- Una minoría describió el motivo *para* como un elemento de presentarse dentro de

⁷⁹ Entrevistado: “*something that is clean and professional just in case people look me up*”.

⁸⁰ Entrevistado: “*1. i always have to look good [...] 2. it's usually with people who i really care about or me doing something i love*”.

una concepción del profesionalismo y dentro de una presentación regulada por pautas normativas.⁸¹

Nuestros otros informantes han hecho explícita esta estrategia, como en la respuesta de un entrevistado acerca de sus motivos, que nos dice: “*something that is clean and professional just in case people look me up*”. El manejo de las impresiones es un elemento inherente de esta explicación, señalando que se construye una presentación con base en el otro (“*in case people look me up*”) y dentro de una adecuación de esta audiencia esperada e imaginada. Es decir, la constitución de una presentación que se maneja dentro de algo limpio y profesional, muy probablemente se refiere a una formación imaginaria de lo que se espera de alguien. A la vez que el usuario construye una presentación, usa una máscara, maneja impresiones acerca de una audiencia, éste también construye una presentación que resalta ciertas adscripciones y decisiones.

El ser limpio y profesional combate una imagen del mexicano en las tierras gringas. En muchos de los estereotipos que se construyen alrededor del mexicano, difícilmente se puede pasar una semana en los Estados Unidos sin escuchar algún tipo de noticia acerca de inmigrantes mexicanos ilegales. Referentes como la frontera del sur, el narcotráfico, la migración ilegal, los coyotes, de cierta forma, constituyen una parte integral de la cultura americana, en la cual este fuego se mantiene con palos de noticias, posturas políticas (ver ley de Arizona SB1070) y opiniones públicas que siempre mantienen el elemento en el primer plano. Es algo que difícilmente puede pasar desapercibido. Esto es característico de las relaciones de ambos países, lo cual su dialéctica y cambios culturales crean y mantienen la presencia de ambos en sus territorios vecinos. La influencia mexicana está bien presente dentro de Estados Unidos, como también es el caso de la penetración de la influencia gringa en México. Este elemento es lo que hace que los mexicano-americanos sean un grupo sumamente interesante para estudiar. Con los pies en ambos lugares y a la vez en ningún lugar.

En este caso, el usuario que identifica que su presentación visual se remite a una construcción de una presentación no solamente consciente, sino estratégica, en la cual, en este caso presenta rasgos de mexicanidad, como una foto usando un sombrero, una

⁸¹ Entrevistado: “*social networking 101...never put anything up your mother would not approve of*”.

imagen de la virgen de Guadalupe, que fortalece su presentación de la mexicanidad dentro de una autoconcepción del profesionalismo y ser “limpio”. De esta manera, el usuario también revela la intención de las redes sociales, en el sentido de tener presente el poder profesional que su red puede generar, y así, posiblemente lo usa de tal forma. Para este usuario, el perfil de Facebook se involucra con una presentación con base en una audiencia profesional, en el cual no desvela en tener la presentación dentro de las pautas de la mexicanidad.

Por último, encontramos algunos casos singulares de los motivos para la presencia de las fotos del perfil que nuestros informantes han usado y usan actualmente.

Casos singulares: Dos casos describieron sus motivos para dentro de una conceptualización de la privacidad, señalando una decisión de mantenerse oculto y con pocos índices de presentaciones. Estos casos representaron la minoría, y enfatizaron un miedo acerca de esta nueva tecnología, señalando casos de robos de identidad en línea y la necesidad de protegerse contra abuso y uso ilegal de información personal.

Vemos ahora lo que nuestros informantes han resaltado y expuesto acerca de los motivos de incorporar las fotos que tienen en sus perfiles. Recordemos primero lo que significa el motivo *porque* elaborado por Schütz:

MOTIVO PORQUE. Es la razón por la cual se tomó la decisión de actuar. El motivo *porque* responde a la pregunta acerca del significado de la acción al actor, su *justificación* subjetiva acerca de la acción lograda.

Nuestros entrevistados identificaron los siguientes **motivos porque** acerca de una foto de perfil.

- Más de 50% de nuestros entrevistados enunció no querer presentarse de una forma que no fuera concebida como verdadera por ellos mismos.

La explicitación de un propósito consciente de tener una presentación que se encuadra dentro de una “verdad” es muy reveladora. Lo que nuestros informantes han

resaltado con este enunciado acerca de sus presentaciones visuales, es que dentro de su concepción de una presentación “verdadera”; la mexicanidad se queda, en su gran mayoría, fuera de la presentación. Esto nos indica el grado de articulación de la mexicanidad dentro de sus presentaciones, en especial, el papel que la mexicanidad tiene en la composición identitaria de nuestros informantes. Para muchos, la mexicanidad, como la etnicidad, no es un factor para enfatizar.

- Una minoría enunció presentarse distintamente a lo que ellos se consideran por cuestiones de sus audiencias, y de mantener una cierta presentación en Facebook. Dentro de éstos, se identifica que las razones de la presentación son remitidas a una construcción presentacional a su audiencia, adecuándola a pautas de presentaciones que se consideran positivas.⁸²
- La mayoría de los entrevistados dicen haber elegido las imágenes del perfil porque se ven bien, están sonriendo y la consideran una “buena” foto de ellos mismos.⁸³

En este caso, el usuario señala *“I’m pretty vain, so I have to look awesome”*. La concepción de una presentación “buena” no se remite a una expresión de la mexicanidad para el usuario, ya que su presentación no remite a ningún elemento simbólico o directo de la mexicanidad. Esto nos permite indagar que ser *“awesome”* no conlleva una representación de la mexicanidad, y de la misma forma, la mexicanidad no es parte de su ser como sujeto, es decir, como una internalización de su yo constitutivo de su identidad. La relación con la mexicanidad, para este usuario, no se remite a una construcción forjada de belleza, así *“I’m pretty vain”* rechaza la mexicanidad a favor de una presentación que se adecúa a los patrones de representación de la americanidad. En este caso, el usuario dirige su presentación dentro de las pautas de la cultura americana, en la cual se asocia a estos elementos simbólicos dentro de esta representación subjetiva de belleza que el usuario concibe acerca de su presentación en este escenario visual.

⁸² Entrevistado: *“My friends ask me to post the pictures I take, so I do. As long as I find them appropriate”*.

⁸³ Entrevistado: *“I’m pretty vain, so I have to look awesome”*.

- Por lo general, las fotos del perfil incluyen más de una, y raramente se ve solamente una foto del usuario.
- Por lo general, los contextos de las fotos del perfil representan un momento importante para los usuarios.⁸⁴

Comentarios singulares

- La foto del perfil es elegida con base en el humor del usuario.⁸⁵

En cambio, otras presentaciones no se remiten a una construcción presentacional estratégica como vemos en el enunciado de un entrevistado que me dice: *“I crop from pictures I edited or from pics other have tagged of me that I really think reflect how I feel most recently”*. Las presentaciones de este usuario a partir de una relación con cómo se siente nunca articula la mexicanidad, o cualquier otro elemento simbólico de una pertinencia o asociación étnica. El factor principal que juega en la composición de una presentación del perfil se queda dentro de un reflejo humorístico del usuario, presentándolo dentro de una afinación estética de su ser. Podemos constatar el momento en el cual la presentación refleja una postura académica, y seria, y otras que reflejan un individuo social y bien viajado.

- La portada del perfil cambia de acuerdo con la llegada de eventos importantes de organizaciones cercanas a los usuarios.⁸⁶

La concepción del espacio visual de este escenario digital del perfil, tiene un significado específico para el usuario. No es importante actualizar las apariencias en función de cambios de humor, o adecuar una presentación dentro de rasgos identitarios étnicos, pero sí usarla como una ventana estratégica de comunicación. Aquí vemos claramente la composición de este espacio dentro de una concepción de su alcance

⁸⁴ Entrevistado: *“my college recruiting days”*.

⁸⁵ Entrevistado: *“I crop from pictures I edited or from pics other have tagged of me that I really think reflect how I feel most recently”*.

⁸⁶ Entrevistado: *“usually i have a picture of me. i only put pictures of events when they are coming up”*.

público. La portada va cambiando de acuerdo a eventos. La explicación “*i only put pictures of events when they are coming up*” solidifica la noción de la importancia estratégica de la portada del perfil, dándole el uso de visibilizar eventos que importan al usuario. En vez de presentarse de forma no figurativa, con una foto de sí mismo, o algún referente en particular, se usa como una ventana de actualización de información. Este uso se remite a un uso particular de este espacio, pero no está tan lejos de las explicaciones de exponerse dentro de una posibilidad de redes profesionales, como hemos visto con la presentación del usuario que se remite a una presentación “*clean and profesional*”. El uso por ambos usuarios se remite a un uso estratégico de la prestación y más allá de esto, del espacio en que se ubica. A uno le importa presentarse al medio profesional mientras que este último lo conceptualiza como un espacio de divulgación de información.

- La foto incluye un personaje famoso.⁸⁷

Estos casos finales, no reflejan la mayoría de nuestras presentaciones, aunque encajan dentro de un tipo de razonamiento de no primar la etnicidad dentro de la presentación. En muchos casos, la presentación se remite a factores que ponen la mexicanidad en un plano secundario, o terciario, dejando en vista una constitución de la presentación social, e individual. Lo que observamos en estos casos, es que la constitución étnica de sus identidades no juega siempre un factor predominante en las presentaciones. Por otro lado, en el momento que se evidencia, se va acompañado de un fuerte sentimiento de orgullo, de consciencia social, cultural y política, que enfatiza la constitución del mexicano dentro de su tensión con la americanidad. El entorno social de nuestros informantes nos presenta como un no-determinante para la exaltación de la mexicanidad. Los varios motivos acerca de las presentaciones explicitan este concepto. Por lo general, las presentaciones se adecúan a lo que representan e involucran una presentación en un espacio como el *frontstage*. Vemos que nuestros informantes conciben sus presentaciones de formas positivas, sociales y frecuentemente sonriendo, teniendo muy clara la percepción de presentarse de forma positiva dentro de este

⁸⁷ Entrevistado: “*I went to an ----- concert two weekends ago, [...] I took a picture with him and now it's my profile pic*”.

escenario visual. Pero la presentación visual solamente es una parte de la presentación de nuestros informantes. Entramos en este momento en otro de los varios escenarios de expresión presentacional: la presentación textual.

4.2. PRESENTACIÓN TEXTUAL

A pesar de la expresión visual, la mayor parte de una construcción de una presentación en línea se da por parte del texto. Se necesita un acto de escribirse como diría Sunden (2003)⁸⁸ para darte un “cuerpo” en línea, en este caso sería más bien una “cara”. Es a partir de este proceso, que la presentación se maneja dentro de una expresión de descripción textual por parte del usuario, pero también incluye las interacciones comunicativas que desarrolla en el perfil. El escenario en el cual analizaremos la apariencia y articulación de una presentación, será el escenario textual y autodescriptivo que incluye la “pared”, como también la información disponible en la “Info”. Ambos espacios muestran y revelan dos aspectos de la presentación. Una presentación constituida por el propio usuario. Podemos decir que es su descripción textual de su espejo digital, mientras que el espacio de la “pared” permite la aparición de una presentación que es mediada por su red en línea, su audiencia, la cual podemos llamar una presentación por parte de un espejo social digital. Por medio del “Info” establecemos la concepción que el usuario tiene de sí mismo, las formas en las cuales se constituye en línea, los elementos y referencias que utiliza para autodescribirse mientras que por el escenario interactivo representado por la “pared”, encontramos la presentación del usuario mediada por un espejo social. En suma, el escenario interactivo nos permite responder a la frase popular que dice: “Dime con quién andas y te diré quién eres”.

Para lograr el análisis de la semiología textual que se desvela dentro del escenario autodescriptivo y el escenario interactivo, implementamos una mirada analítica desde el lingüístico funcional. Esto nos permite mirar el

“language as a system of resources shaped by the functional uses of these resources in

⁸⁸ Recordaremos que Sundén describe la construcción del yo en línea como un proceso de “*write oneself into being*” (2003: 3).

particular cultures over history. Its unit of analysis is text-in-context. It seeks to describe and explain how particular linguistic units and formal relationships are deployed to make possible the construal of particular meanings.” (Lemke, 2002).

El análisis está dividido en 3 partes:

1. PRIVACIDAD VS PÚBLICO
2. MEXICANIDAD COMO RECURSO DEL *SELF*
3. WALL: CONSTRUCCIÓN DE UNA PRESENTACIÓN

La primera parte nos permite, en primer lugar, agregar información acerca de la discusión sobre la presentación saliente, parcial o reservada. Esta discusión estará añadiendo el componente de la presencia escenario que el usuario construyó a partir de su corporación textual. Concebimos que la creación no solamente de un yo dentro de la pantalla, sino la esencia de una presentación, se requiere, de la misma forma que las presentaciones salientes lo necesitaban, elementos constituyentes por parte del propio usuario y también una interacción social en el espacio debido. En primera instancia, la privacidad será vista por medio de la descripción e información personal disponible en el perfil. En la constitución de una presencia en Facebook, la descripción personal da vida al grueso de la persona que se presenta visualmente. Podemos expresarnos de forma visceral e intensa, construyendo una presentación que se remite a detalles de la vida, infancia, gustos e intereses, como también podemos crear una presentación atrás de una nube de humo, que se queda vagamente aparente por las pocas señales personales que se evidencian, pero no lo suficiente para verlas en su totalidad y con nitidez. En este ámbito, nos estamos remitiendo a una expresión dada como diría Goffman. Este concepto remite a que podemos percibir componentes de una presentación dentro del arreglo que construye el propio usuario. En este caso, las informaciones textuales que pueden o no remitir a una presentación dentro de un aspecto de la mexicanidad, serían las expresiones dadas que averiguaremos en la segunda etapa de este análisis. Por otro lado, tenemos las expresiones que son “*given off*”. Podemos entender esto como las inferencias que se atribuyen a una presentación que no son deliberadas ni conscientemente producidas por el usuario (Goffman, 1959: 59). Esta son las expresiones que podemos identificar en la tercera etapa de esta fase del análisis. Estas formas de expresiones serán analizadas en la última etapa de este análisis

dentro de su lugar propicio de evidencia; dentro del escenario interactivo.

La tercera y última etapa de esta fase del análisis, consiste en averiguar las formas expresivas que desarrollan y se exponen en el escenario interactivo del perfil, con un énfasis en el tipo de lenguaje utilizado para expresar una concepción de la mexicanidad. En este escenario interactivo, podemos identificar elementos que se relacionan con una semiología de la mexicanidad dentro de un trabajo analítico de las formas expresivas textuales que son “*given off*” en este escenario. La relación entre las interacciones y la presencia de la audiencia dentro de un arreglo presentacional teatral constituyen las expresiones “*given off*”.

4.2.1. PRIVACIDAD VS PÚBLICO

La configuración de una entidad dentro de un ámbito como las redes sociales, es un acto de mucha confianza y fe por parte de los usuarios. Este cambio de interacciones y relaciones cara a cara, no fomenta ningún vínculo verificable de la realidad que estamos acostumbrados. Gauntlett (2002) afirma que el sexo, edad, y etnia son más difíciles de ocultar dentro de relaciones cara a cara, los cuales pueden ser total o parcialmente ocultados en las presentaciones en los perfiles de Facebook. Facebook, como una expresión de la interacción y presencia en línea, se adecúa a lo que Giddens (1991) llama el proyecto reflexivo. Este concepto describe la posibilidad de constituirse y presentarse con base en un proceso reflexivo continuo y expresivo de una condición postmoderna, que constituye el yo dentro de un proceso continuo de reafirmación y reconfiguración.

En Facebook, no podemos distinguir uno del otro por medio de la voz como lo hacemos en el teléfono, y las fotos en sí pueden ser de otra persona⁸⁹. Tenemos que tener otras medidas de confiabilidad y verificabilidad de los hechos dentro de una pauta de estas nuevas relaciones. Es así que la privacidad se torna un elemento tan importante e impactante para los usuarios que actúan en línea. De esta forma, la presentación se une

⁸⁹ Meyrowitz describe muy bien en impacto de interactuar en este nuevo ámbito. Para mayores detalles y informaciones acerca de este tema ver Meyrowitz, Joshua (1985) *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. New York: Oxford University Press.

dentro de tensiones de público-privado que constituyen un eje de la presentación en Facebook⁹⁰. Aquí veremos por medio de la exposición de datos biográficos, cuáles perfiles se quedan dentro de una tensión más pública y cuáles se quedan dentro de un ámbito más de la privacidad, con el objetivo de distinguir las formas de expresiones de la presentación de mexicano-americanos y el impacto de ésta o no dentro del ojo público.

4.2.1.1. FACEBOOK COMO SEMIPÚBLICO

La naturaleza propia de los perfiles en Facebook no nos permite hablar estrictamente de algo privado, pero sí de algo semipúblico. Es semipúblico (o semiprivado) por el hecho de que todos los perfiles se remiten y se presentan a una red específica, añadiendo un elemento público, pero a la vez restringido a las redes existentes del sitio. Para nuestra investigación, establecemos algunos criterios que constituyen un perfil privado con base en las informaciones disponibles en la pestaña “Info” del perfil.

La pestaña “Info” está dividida en dos partes: una “información básica” y una “información personal”. Consideramos la ubicación de los perfiles en un ámbito semipúblico o privado, con base en la cantidad de información disponible en la “información básica”. Concebimos que una escasez de información presente en esta

⁹⁰ Suler (2002) describe la condición de presentarse dentro de un ámbito digital que desplaza el territorio y pone en sujeto dentro de un proceso dialéctico de autocomprensión de tal forma, que incluimos su descripción de los trastornos psicológicos del ciberespacio para ilustrar con mayor grado de acentuación la condición de la presentación en sitios de redes sociales. Suler escribe:

“Life in cyberspace tends to disrupt these factors that support self-boundary. The physical body and its five senses no longer play as crucial a role as in face-to-face relationships. What others know or don't know about me is not always clear. The feeling of a linear past, present, and future becomes more obscure as we move back and forth through synchronous and asynchronous communication. As a result, this altered state of consciousness in cyberspace tends to shift or destabilize self-boundary. The distinction between inner-me and outer-other is not as clear. The person shifts to what psychoanalytic theory calls “primary process thinking” in which boundaries between self and other representations become more diffuse, and thinking becomes more subjective and emotion-centered. Within the transitional space of online communication, the psyches of self and other feel like they might be overlapping. We allow the hidden self to surface because we no longer experience it as a purely inner self; but at the same time we also sense, sometimes vaguely and sometimes distinctly, the intrusion of an unknown other into our private world, which results in suspicion, anxiety, and the need to defend our exposed and vulnerable intrapsychic territory.”

Para más informaciones ver Suler, J. (2002). “The Online Disinhibition Effect”. En *The Psychology of Cyberspace*, www.rider.edu/suler/psyber/basicfeat.html (artículo orig. pub. 1996)

categoría influye en la cantidad de información disponible en la información personal. Estableciendo el grado de privacidad que el usuario construye dentro de las expresiones dadas en esta parte del perfil, podemos establecer la particularidad de la ubicación del usuario dentro de la tensión público-privado.

Criterios	Explicación
Semipúblico	Información básica que incluye: fecha de nacimiento, localidad de residencia, </= 1 medio alternativos de contacto fuera de Facebook.
Público	Información básica completa o densa que incluye: fecha de nacimiento, orientación política/y religiosa, y/o hermano/as, localidad de residencia, lugar de origen, y/o estatus de relacionamiento, y/o pareja y +1 contacto alternativo

Encontramos que:

- Aproximadamente 70% de los perfiles son semipúblicos.
- De los 13 perfiles, solo 4 son considerados públicos bajo nuestros criterios.
- 3 de los 4 perfiles no incluyen información sobre la orientación religiosa.
- 2 de éstos no incluyen una respuesta acerca de su ideología política.
- Uno de los perfiles no incluye información acerca de su orientación sexual.
- Uno no incluye la ciudad o localidad actual en la cual reside.

Por lo general, los perfiles de Facebook no se encuentran disponiendo suficiente información para ser considerados semipúblicos para este estudio. La mayoría de los perfiles se encuentran dentro de la tensión público-privado, moviéndose más al privado que al público, caracterizando la arena en la cual actúan. Establecimos anteriormente la importancia y la complejidad de la privacidad en este espacio, y lo comprobamos bajo los criterios de nuestra investigación, que se mantiene. La privacidad continua siendo un componente importante y presente en las presentaciones de nuestros usuarios Esta tensión es representativa en este momento de la actuación en línea. La investigadora

Judith Donath describió muy bien la complejidad y las consecuencias de la privacidad en línea. Ella escribe que

“balancing privacy and accountability, reliability and self-expression, security and accessibility requires a series of compromises and trade-offs whose value is very dependent on the goals of the group and of the individuals that comprise it.”(Donath, 1998: 23)

Nuestros informantes han decidido construir sus presentaciones como sus actuaciones con cautela, dando a sus perfiles de Facebook una descripción tanto visual como textual de su yo dentro de un restringimiento del potencial de sus presentaciones. Mantenerse en un plano semipúblico, implica que mantiene un cierto control de sus informaciones y sus actuaciones en línea, que a su vez, resulta interesante en la averiguación del papel que la mexicanidad juega en estas presentaciones. Veremos ahora de qué forma se usa la mexicanidad como un recurso en sus presentaciones.

4.2.2. MEXICANIDAD COMO RECURSO DEL *SELF*

Estableciendo que la mayoría de nuestros informantes han concebido sus presentaciones bajo cierto restringimiento informativo, por lo cual se da que actúan bajo ciertos criterios de cautela en línea, vemos en qué momento se usa la mexicanidad como una construcción reflexiva de su yo y cuál es la expresión “*given off*” de esto mismo. Para lograr esto se analizó la mexicanidad como recurso de presentación dentro de sus pestañas de “Info”.

Codificamos la presencia de elementos de la mexicanidad para los 13 perfiles de nuestra muestra. Este análisis nos permite identificar la relevancia de elementos de la mexicanidad dentro de una presentación personal y descriptiva del usuario, haciendo posible indagar la importancia de la mexicanidad y su penetración dentro de la presentación del yo del usuario dentro de este ámbito digital.

Solamente tres hicieron referencias específicas a la mexicanidad como parte de la construcción personal de su perfil. De estos tres, todas las referencias se ubicaron en el espacio dedicado a citas. La construcción de una presentación autodescriptiva en este espacio se limita a la exposición de la privacidad. Es decir, muchos de nuestros usuarios han decidido tener cautela en enunciar demasiada información personal dentro de sus perfiles, construyéndolos estratégicamente. Por este hecho, es importante detenernos en

los casos que sí han presentado elementos de mexicanidad. Los elementos que aludieron a una presentación de la mexicanidad en las citas:

- Utilizaron el español o el *spanglish*.

- Presentó un dicho popular mexicano.⁹¹

Aquí la presentación se vuelve palpable dentro de una presentación de su yo por la mexicanidad. El perfil que contiene una cita de un dicho popular mexicano, refleja un conocimiento de la cultura mexicana que compone un elemento importante dentro de la forma en la cual el usuario se presenta en este ámbito. Es una presentación que se apoya de un elemento cercano de la cultura mexicana.

- Enunció un programa o estilo de música latin@ o mexicano.⁹²

Hizo referencia a la condición de “ser” mexicano.⁹³

Aquí identificamos que juegan con la internalización de la mexicanidad como por medio de una cita “*Don’t panic, it’s hispanic!*” que claramente señala una relación con una cultura latina, donde sumando los demás elementos presentes, se ve una presencia de “México” dentro de sus formas de presentación textuales.

- Hizo referencias raciales enunciando el color marrón.⁹⁴

- Menciona a Cesar Chávez.⁹⁵

⁹¹ De la pestaña “Info”: “el que bebe se emborracha...el que se emborracha duerme... el que duerme no peca....el que no peca va al cielo...y como al cielo vamos...pues bebemos!!!”

⁹² Regional Mexican, banda, cumbia, salsa dentro de estilo musicales, y el chavo del ocho dentro de programas de televisión.

⁹³ De la pestaña “Info”: “*I communicate in english, spanish and sometimes span-glish because I just sometimes can’t communicate well enough in one language*”.

⁹⁴ De la pestaña “Info”: “Don’t claim blue or red, claim brown!”

⁹⁵ De la pestaña “Info”: “Once social change begins, it cannot be reversed. You cannot uneducated the person who has learned to read. You cannot humiliate the person who feels pride. You cannot oppress the person who is not afraid anymore. We have seen the future, and the future is ours”.

El uso de referentes de personajes importantes para la cultura mexicana en Estados Unidos como Cesar Chávez, es un elemento simbólico de la interacción con la mexicanidad, aunque, es este caso específico, esta cita aparece dentro de varias citas de personajes famosos que pierde la articulación de la mexicanidad del usuario, dándole una presentación textual más cosmopolita que tintada por la mexicanidad.

- Menciona un equipo de la liga nacional de futbol mexicano.⁹⁶
- Menciona un partido político mexicano aunque de forma chistosa.⁹⁷
- Se identifica como católico.

La mención de citas en español construye una presentación íntimamente relacionada con la mexicanidad. Las citas sirven como medios representativos que uno asocia. Es una forma de “mostrar” sin “decir”, que se adecúa a una forma de mantenerse detrás de una máscara, de mantener cierto grado de privacidad. Por medio de las citas tenemos de igual modo la presencia de la mexicanidad infiltrada dentro de la presentación del yo del usuario. Se asocia, se atribuye y se consolida la mexicanidad en la presentación autodescriptiva como elementos que son dados conscientemente y elegidos por los usuarios.

Encontramos que dentro de este espacio, la penetración de la mexicanidad en la presentación de nuestros usuarios, se remite a temas de la cultura mexicana explicitadas en mayor grado por medio de citas, pero también ubicadas en la mención del futbol mexicano y también la asociación católica. Es interesante percibir que, en algunos casos, la mexicanidad se articula dentro de un panorama político. Las conceptualizaciones del “ser” mexicano se atribuyen a condicionamientos de categorías étnicas y de juegos de palabras acerca de esta categoría. Es interesante averiguar la presencia de una consciencia identificadora de la articulación de la mexicanidad que se

⁹⁶ Chivas.

⁹⁷ De la pestaña “Info”: “LOL....Partido Verde Ecologista de M?co”.

presenta a través de enunciados que explicitan los colores asociados a los mexicanos, como vemos en la siguiente frase, ubicada en las citas favoritas del usuario: “Don’t claim blue or red, claim brown!”. La presencia de agrupaciones y segregaciones étnicas por medio de colores es una parte de la cultura americana que se desvela en estos enunciados.

En suma, la mexicanidad atraviesa la presentación por medio de iconos de la cultura popular, la asociación con la música latina, el futbol mexicano, articulación racial e iconos políticos de la cultura mexicano-americana que en su totalidad no se despega de un patrocinio de los grandes rasgos de la cultura mexicana.

4.2.3. WALL: CONSTRUCCIÓN DE UNA PRESENTACIÓN

La Internet se trasformó en una herramienta que incorpora multimedia y variadas formas de crear y mantener una presencia digital. En su inicio, la palabra resultaba la herramienta exclusiva de una interacción mediada por computadoras. Aunque el manejo de la palabra continúa siendo un elemento de gran importancia acerca de las interacciones en línea, se posibilita la inclusión de hipertextos⁹⁸, de imágenes, fotos, videos, entre otras como aporte a una consolidación de una presentación en línea. Este es la red 2.0.

No obstante, lo que mantiene la presencia de los hipertextos, las imágenes, etc. es la descripción y presencia de la palabra, por lo que continúa siendo el medio sustancial de la comunicación en línea. Dentro de los perfiles de nuestros informantes, en sus escenarios interactivos, la presencia, manejo y elección del texto que se incluye en este espacio social, permite indagar ciertas consolidaciones de la presentación del usuario. A final de cuentas, la información que se desvela en este espacio señala los intereses, gustos, actividades, e interacción del usuario dentro de lo que Marshall McLuhan (1964) señaló cuando escribió “*the content of writing is speech*” (1964: 8). La información presente en este espacio, resalta no solamente una mirada a la expresión consciente del usuario mediada por textos y otros aportes, sino también la forma en la

⁹⁸ Un hipertexto es normalmente concebido como un *link* a otro documento o enlace en la red, que hace con que, por el medio de un clic del mouse, se navega a través de varios aglomeraciones de informaciones vinculadas con cada hipertexto.

cual su presentación se remite a estas asociaciones e inclusiones textuales. En suma, su presentación textual se remite a que los textos son “*the 'embodiment' of thoughts and feelings.*” (Chandler, en línea, 1992). La presentación textual se basa en la construcción de una presencia que llena la presentación visual por medio de aportes imposibles en una imagen, fotos o figura. Jaffe et al. (1995) señala que

“a person "manages identity" by deliberately exhibiting and withholding pieces of social information, for the purpose of influencing the perceptions of others towards that person... This is an easier task when cues are limited to verbal text... than when they include graphics and vocal information, as in FTF [face-to-face] communication” (Jaffe et al., 1995: en línea).

Los textos, las palabras y los contenidos de este espacio interactivo, demandan que el usuario se convierta en un escritor de una forma u otra. Es a partir de lo que este usuario escribe y dialoga con su audiencia, que su presentación empieza a tener más cuerpo, sensibilidad; en suma, personalidad. Chandler (1992) escribe que los escritores

“are likely to have at least some goals, however minimal and inexplicit - most writers would probably deny that they never have any idea at all of what they are trying to do. And it is also doubtful whether writers can avoid any 'discovery' as they write” (Chandler: en línea, 1992).

Es importante señalar que Chandler escribió su análisis acerca de la escritura mucho antes de la popularidad de Internet, pero consideramos que podemos recuperar y adaptar muchos de sus aportes dentro del ámbito digital. El acto de escribir en una “pared” no deja de ser escritura, y consiste en un proceso cognitivo y consciente del usuario, en el cual la propiedad social de este espacio interactivo convierte la escritura en diálogos textuales. Es la conversión de lo verbal al texto que se adecúa muy bien dentro del “book” que acompaña al “face” del usuario. En su trabajo acerca de la fenomenología de escribir, Chandler señala que podemos averiguar indicadores de personalidad por las formas en las que los textos están organizados. Por ejemplo, este mismo autor señala que podemos inferir si un autor es introvertido o extrovertido por la cantidad y forma del texto. Se supone que la personalidad verbal de un extrovertido también se desborde dentro de un texto, igual que un introvertido que se maneja dentro de un minimalismo textual de acuerdo con este autor. Es así que el medio textual en el

cual estos usuarios actúan, es como una extensión de sí mismos⁹⁹.

En este apartado, analizaremos las formas de articular, resaltar, y abordar la mexicanidad, para después enunciar sus contrapartes. Lo que guía este análisis, es ¿de qué forma la mexicanidad atraviesa la presentación textual consolidando así la presentación dentro de un concepto de mexicano-americano?

La “pared” presenta el espacio más dinámico de la presentación del yo, y es en este espacio que se enfatizan y consolidan las propiedades de este espacio como social, y como un espacio propio para la consolidación de la presentación. De acuerdo con el uso e interacción de nuestros informantes con la “pared”, se establecen algunas propiedades de este espacio para ellos. Se percibe que la “pared” representa:

- Un espacio semipúblico.
- Un espacio informativo.
- Un espacio para resaltar la interacción social.
- Un espacio para la planificación de eventos.
- Un espacio para dar y recibir recursos.

Por lo general, nuestros informantes han sido usuarios activos dentro de la “pared”, utilizándola para exponer ideas, opiniones, videos, noticias, *links* y enunciados que reflejan sus actividades en el momento. Atribuimos que la mayoría de nuestra muestra representa una interacción **densa** o **activa** en la “pared” con pocos casos de uso escaso. Esto nos indica que para la mayoría de nuestra muestra, la “pared” es un elemento significativo de la interacción, y compone una construcción presentacional activa y constante. De acuerdo con los elementos encontrados dentro del escenario interactivo, podemos identificar elementos y momentos de construcción de una

⁹⁹El ser humano “*has become aware of technology as an extension of his physical body*” (McLuhan, 1964: 47).

presentación que se remite más a una consolidación de una presentación dentro de una particularidad étnica que otra. Seguimos en un análisis de tipo similar a los de la fotos, en el cual podemos destacar en algunos perfiles, representaciones más explícitas de una asociación y articulación étnica que atraviesa sus presentaciones. En estos espacios interactivos, podemos distribuir las “paredes” de nuestros informantes dentro de cuatro agrupaciones acerca de sus influencias en la constitución de sus presentaciones.

- a) Presentación textualmente americanizada.
- b) Presentación textualmente mexicanizada.
- c) Presentación textualmente politizada.
- d) Presentación textualmente particular y étnicamente ausente.

a) Presentación textualmente americanizada

Entendemos por americanizada el término que describe la densidad de elementos característicos y asociativos a la cultura y contexto de los Estados Unidos. Una presentación textualmente americanizada se compone a través de elementos textuales que hacen referencia, que interactúan y explicitan alguna interacción y asociación con la semiología cultural, social y política de los Estados Unidos en su gran mayoría. Consideramos la presentación textualmente americanizada cuando la interacción en el espacio interactivo y los elementos presentes, demuestran una vinculación, o hacen referencia a un aspecto de la americanidad con mayor peso que otra agrupación étnica.

Dentro de nuestra investigación, encontramos 4 perfiles que enunciaron elementos relacionados con la americanidad, es decir, haciendo referencias explícitas a elementos constitutivos de la cultura americana, direccionando mayor peso a esta relación que a cualquier otra. Podemos apuntar a los siguientes elementos encontrados dentro de esta articulación americanizada, que supone la ausencia de su contraparte mexicana en este espacio interactivo del perfil¹⁰⁰.

¹⁰⁰ Todos los elementos identificados como parte de una construcción presentacional dentro de la pauta americana contiene una proporción sustantivamente más amplio de estos elementos que de su contraparte referencial de la mexicanidad.

- El escaso uso del español, *spanglish* o la ausencia total de tal.
- Uso de frases idiomáticas en inglés.¹⁰¹
- Noticias sobre temas exclusivamente estadounidenses.¹⁰²
- Referencias a festividades culturales estadounidenses.¹⁰³
- Referencia, interacción y mención de actividades o eventos deportivos exclusivamente estadounidenses.¹⁰⁴
- El uso de “soccer” y “football” para referirse a dos deportes distintos.
- Referencias culturales americanas.¹⁰⁵
- Interacción con aplicaciones en inglés, acerca de elementos culturales estadounidenses.¹⁰⁶
- “Posts” de elementos específicos de la cultura popular americana.¹⁰⁷
- Referencia culinaria.¹⁰⁸

Dentro de estos perfiles, dos de ellos se componen dentro de una presentación sumamente americanizada, presentándose exclusivamente dentro de las pautas y

¹⁰¹ Elementos como “chilaxin” y “TGIF” son clara representación lingüísticas de la cultura Americana.

¹⁰² Un ejemplo ilustrativo es un post de una noticia de CNN que habla sobre un niño que no quiso recitar el himno nacional americano.

¹⁰³ Mención de “Halloween”, “Mardi Gras”, y “Thanksgiving”.

¹⁰⁴ El beisbol, el futbol americano, el hockey y el basquetbol.

¹⁰⁵ La mención de los “Girl Scouts” por ejemplo.

¹⁰⁶ Por las múltiples variedades de aplicaciones disponibles en Facebook, el uso e inclusión de una aplicación que concluye con una “identificación” del plato que más te pareces, en este caso los “tater tots” es una clara indicación de la internalización y construcción presentacional de los rasgos americanizados.

¹⁰⁷ Un video de “Seinfeld” y de los “Simpsons” por ejemplo.

¹⁰⁸ La mención de “Buffalo wings” es un elemento típicamente estadounidense.

referentes estadounidenses. Estos perfiles explicitaron muchos de los elementos simbólicos y representativos de la cultura americana, desde los deportes, señalando el fútbol americano, basquetbol y beisbol; de la culinaria, por referentes como “buffalowings”; de la música, con expresiones de música popular americana; además de hacer referencias por medio de *links* y noticias en las “paredes” acerca de noticias estadounidenses. Por otro lado, encontramos una cantidad un poco más elevada de perfiles que articulan sus presentaciones textuales a través de una evidencia de la mexicanidad. En estos perfiles encontramos muchos de los mismos tipos de elementos que sostienen una presentación dentro de una articulación de la mexicanidad, que vemos en seguida.

b) Presentación textualmente mexicanizada

Los perfiles que evidencian la mexicanidad con mayor peso que cualquier otra articulación étnica, son un poco más elevados en cantidades que los que se exponen dentro de una pauta de la semiología textual de la americanidad. Son 5 perfiles que explicitaron elementos constitutivos de su presentación, dentro de una articulación que valoriza la mexicanidad en este espacio interactivo. Estas “paredes” contienen una cantidad significativamente mayor de referencias, elementos, y “posts” pertinentes a la mexicanidad, que cualquier otra categoría étnica.

Las “paredes” de nuestros informantes han señalado las siguientes formas para aportar y articular sus presentaciones dentro de la mexicanidad de las siguientes formas:

- Uso del español y *spanglish* en abundancia¹⁰⁹.

- Uso de palabras y/o expresiones atribuidas a la mexicanidad.

Con el uso de palabras como “carnal”, “a toda máquina”, “chola” los usuarios se remiten a un acercamiento del lenguaje popular de los jóvenes de la sociedad mexicana. Este elemento es un indicador fuerte de una constitución dentro de la mexicanidad de estos usuarios que, a su vez, refuerzan su presentación dentro de la pautas de la

¹⁰⁹ Con el uso de palabras como “carnal”, “a toda máquina”, “chola”.

mexicanidad. Es por la evidencia de estos elementos, que de una forma legítima sus presentaciones de la mexicanidad por evidenciar elementos íntimos de una convivencia con la cultura mexicana, difícilmente concebida sin un contacto con tal cultura.

- Noticias referentes a temas relacionados con inmigrantes, y/o relacionados con mexicano-americanos¹¹⁰.
- Interacción con miembros de sus audiencias en español, o acerca de temas de relevancia a la condición mexicana estadounidense.¹¹¹

Es importante señalar el proceso dialógico de construcción de una presentación y el papel que juega la audiencia. Ya hemos discutido el papel que juega la audiencia dentro de una consolidación de la presentación de uno dentro de la teoría dramaturgica de Goffman. Aquí se percibe que los elementos que son “*given off*”, parten de un proceso de aceptación de la audiencia, que legitima y alimenta la presentación actual. Este proceso de interacción es un proceso importante y fundamental para constituir una presentación, de lo cual aquí tenemos un claro ejemplo del papel que juega la interacción social acerca de una conformación de una presentación.

- Referencias culinarias específicamente mexicanas¹¹².
- Uso de aplicaciones en español que se refieren a temas culturales de México.¹¹³

La “pared”, como el perfil, son extensiones de un medio digital que contienen propiedades propias del entorno. La capacidad de construir e interactuar de formas

¹¹⁰ Noticia referente a los efectos y consecuencias de la política de migración estadounidense.

¹¹¹ La mención de “jumping fences” dentro de un enunciado que esta actividad refuerza el componente mexicano del usuario, es un referente explícito acerca de lo que se atribuye a los mexicanos dentro de la cultura estadounidense, haciéndolo un elemento significativo para la articulación de una presentación mediada por la mexicanidad.

¹¹² Referencias como: tamal, arroz con leche, enchiladas, tacos, y chocolate de la abuelita resaltan su interacción con la culinaria mexicana.

diversas en el ciberespacio, es un aspecto fundamental e innato de la interacción en línea. Aquí tenemos un ejemplo de cómo las aplicaciones se componen como símbolos que resaltan la asociación con una cultura particular. El caso en específico es de la apariencia de una aplicación que identifica qué carta de la lotería se asocia al usuario, esto se remite a un elemento significativo de la cultura mexicana; las caricaturas y arte de los billetes de lotería, haciendo que resalte su mexicanidad en facebook.



Otro perfil demuestra el resultado de una aplicación que ubica qué tan mexicano eres. Estos símbolos son claras asociaciones a una presentación de la mexicanidad específica del medio en que se encuentran.



- Interacción con organizaciones que representan causas de mexicanos en estados unidos.¹¹⁴
- Interacción en eventos que tratan temas relacionados con minorías étnicas.¹¹⁵
- Mención de participación en festividades relacionadas con la

¹¹⁴ Una organización que hemos resaltado anteriormente como presente en las actividades de nuestros informantes, M.E.Ch.A, representa un elemento de articular sus mexicanidades dentro de sus perfiles.

¹¹⁵ Un usuarios señala su participación en el evento: “Breaking Barriers: Minority Women who made it to the top”.

mexicanidad.¹¹⁶

- Referencias a elementos específicos de la cultura mexicana.¹¹⁷
- Mención de México.¹¹⁸

Vemos que las formas de construir una presentación que articulan con más peso la mexicanidad, no se distancian de las formas de los perfiles que resaltaron más la americanidad. Es por medio de referencias culturales, sociales y políticas, que la mexicanidad se evidencia en estas presentaciones. Un elemento de gran importancia, es la interacción con la audiencia que hemos discutido anteriormente en este apartado. La interacción con la audiencia sigue siendo un elemento de gran importancia para dibujar una presentación dentro de la mexicanidad. Por detrás de los símbolos que evidencian la cultura mexicana, está la palabra y sus interacciones que dan cuerpo a esta mexicanidad, y sin audiencia no hay dialogo, o al menos no hay un diálogo sostenido socialmente. Esto constituye un elemento que afecta toda la estructura de la presentación del perfil. En este capítulo, todavía veremos la configuración de las audiencias y su rol en consolidar una presentación, pero adelantamos un poco esta discusión señalando la importancia del otro dentro de una configuración del yo. Sin embargo, la presentación todavía se expresa dentro de otras vertientes, que son importantes porque señalan una característica que influye en las formas de presentaciones de mexicano-americanos universitarios. Esto es, la presentación textual politizada que presentamos ahora.

c) Presentación textualmente politizada

Tres de los perfiles que han resaltado la mexicanidad han articulado sus presentaciones dentro de un consciencia y exposición política. Es decir, estos tres perfiles han construido una presentación contenida dentro de una interacción y exposición política

¹¹⁶ Un perfil nos dice acerca de una participación en la semana de Cesar Chávez, y otro que menciona que participara en el año azteca.

¹¹⁷ La mención de mariachis, y la mención del baile son dos ejemplos de los elementos utilizados por nuestros informantes dentro de una presentación que expone la mexicanidad.

¹¹⁸ Un usuario señala un viaje a México, mientras que otro señala que extraña a México. Todas claras referencias que articulan la mexicanidad dentro de sus presentaciones.

de su yo, relacionando la presentación de la mexicanidad con temas, exposiciones, y elementos políticos de esta faceta. En estos casos, utilizaron la “pared” para resaltar:

- Noticias referentes a temas de migración.
- Divulgación de eventos que tratan temas raciales en sus ciudades respectivas.
- Interacción con sus audiencias acerca de temas raciales y relacionados a políticas migratorias.
- Enunciados acerca de eventos universitarios.
- Informaciones y actualizaciones acerca de movimientos estudiantiles.
- Interacción con organizaciones universitarias con agendas políticas.
- Enunciados acerca del empoderamiento femenino.
- Un post solicitando apoyo a un senador.
- Actualizaciones acerca de movimientos estudiantiles en progreso.

La consciencia politizada que se expresa en las “paredes” de algunos de nuestros informantes, se relaciona en mayor grado a la una construcción politizada de la mexicanidad. Anteriormente vimos que las presentaciones tanto americanizadas como mexicanizadas en este espacio, utilizaron elementos de la cultura popular para reforzar sus presentaciones dentro de una pauta étnica. En este caso, la explicitación de temas y referencias políticas, también se construyen dentro de una característica propia de la mexicanidad. Es una presentación de una mexicanidad política, consciente y actualizada

con temas que afectan y son relacionados a cuestiones de latinos y mexicanos (tanto mexicanos inmigrantes legales e ilegales como también de mexicano-americanos). Así, la construcción política de una presentación textual se vuelve mexicanizada por las razones esbozadas aquí. En muchos casos, la politización que se extiende por medio de los textos presentes en este espacio interactivo se remite a condición de ser estudiante, donde mucho de los “posts”, noticias, y referencias van acompañadas con un grado de inserción política dentro de la universidad y con organizaciones políticas de mexicano-americanos como M.E.Ch.A.

Estos casos constituyen las presentaciones más fuertes de la mexicanidad dentro de nuestra muestra, puesto que usan y se refieren a temas que difícilmente se perciben fuera de una construcción de la mexicanidad. Por último, identificamos presentaciones ausentes de cualquier vínculo o referencia étnica dentro de sus “paredes”. Estos casos constituyen un grupo de igual tamaño que el de las presentaciones textualmente americanizadas que veremos en seguida.

d) Presentación textualmente particular y étnicamente ausente

Por último, cuatro de nuestros entrevistados se presentaron textualmente de forma singular por las siguientes observaciones: 1) no disponibilidad de su “pared” para el total de su audiencia, 2) estar inmersos en una presentación textualmente cosmopolita, y 3) afiliarse con una presentación étnica distinta a los demás.

- 1) Un perfil no permitió la averiguación de sus contenidos en su “pared” por sus configuraciones de privacidad, haciendo imposible averiguar las formas en que usa este espacio dentro de una construcción de su yo. Este caso representa un caso único y extremo dentro de nuestra investigación.
- 2) Por otro lado, dos perfiles se han presentado dentro de pautas cosmopolitas, dándole un carácter ambiguo a sus presentaciones.

Estos dos perfiles no articularon temas significativos de la americanidad ni de la mexicanidad, pero sí resaltaron temas acerca de la cultura latina, y temas

internacionales. El espacio de la “pared” se remitió principalmente para una interacción social, donde en ningún momento se resaltó algún elemento distintivo que pudiera caracterizar el eje de la presentación de sus perfiles textualmente. Dentro de estos perfiles, se nota la escasez de menciones de temas relacionados a la cultura y sociedad americana y mexicana, concibiéndola como una presentación textual ambigua. Aunque, solamente señalamos que estos usuarios no han priorizado o utilizado el medio textual para resaltar sus presentaciones dentro de pautas étnicas y culturales. Sin embargo, se evidencia que la construcción de la presentación textual se relaciona con una construcción visual de sus yo, donde no encontramos elementos significativos de sus presentaciones dentro de un contexto de la mexicanidad.

- 3) Por último, un perfil se presenta textualmente articulado a través una interacción y exposición de temas indianos.

Este caso representa un caso singular por mediar su presentación textual dentro de una interacción mayoritaria con miembros de una clase étnica en particular. El perfil está construido dentro de pautas estrictas de privacidad, donde su uso y su contenido está restringiendo lo que podemos inferir, es un uso utilitario y escaso por parte del usuario. Este perfil contiene pocas fotos, y también es considerado semipúblico de acuerdo con nuestros criterios.

La presentación textual está relacionada con la presentación visual, en la cual podemos entender la presentación relacionada con los elementos de cadena que representan el perfil. Tanto el espacio visual como espacio textual están vinculados en el refuerzo de una presentación de sus yo. Los casos que representaron fuertes indicadores de la mexicanidad, como de la americanidad dentro de sus fotos, también lo hicieron por medio de la “pared”. Esto también es válido para los casos que representaron una presentación mínima, en la cual uno sostiene al otro.

En suma, se percibe que la construcción textual del yo es un componente de la estructura de la presentación de sus yos dentro de sus perfiles. Lo que encontramos dentro de sus “paredes” también se refleja dentro de sus fotos, y a su vez está relacionado con la información disponible de nuestros usuarios.

4.3. PRESENTACIÓN RELACIONAL Y POR ASOCIACIÓN

Un componente fundamental de las presentaciones, constituye la relación entre el usuario y su presentación respectiva y sus audiencias presentes por medio de la red que se genera en los perfiles de Facebook. Recordemos los puntos de la teoría dramática que nos señalan que las presentaciones están repletas de motivos estratégicos con relación a la configuración de sus audiencias. Es claro que uno se presenta de forma distinta cuando la audiencia cambia, por ejemplo, una audiencia compuesta de amigos, y otra compuesta por figuras autoritarias. Se supone que la presentación será distinta en ambos casos, y es por eso que es importante averiguar las composiciones y las construcciones de audiencias en los perfiles de nuestros informantes, para analizar la consolidación o el rechazo de una presentación articulada por la mexicanidad.

Esta tarea es complicada y difícil de indagar con exactitud y precisión, especialmente tomando en cuenta el tiempo y espacio de esta investigación. Un estudio acerca de la configuración de audiencias necesitaría averiguar la composición de los elementos que componen cada red, distinguiendo las redes de personas agregadas como amigos, los grupos agregados al perfil, las páginas y las actuaciones de los miembros en cada grupo, página, y elemento de la audiencia. Iremos por un camino mucho más superficial que se adecúa al tiempo y espacio de este trabajo, que consiste en identificar los elementos de las audiencias visibles y activas en las interacciones con el perfil del usuario. Por ejemplo, estaremos remitiendo nuestro universo analítico a los miembros que aparecen en las “paredes” y extrayendo los contenidos pertinentes que influyen en la constitución de una presentación. Además, estaremos mirando la naturaleza de los grupos con los que se afilian los perfiles, para indagar una relación asociativa a la presentación, como también con las páginas.

Esta parte del análisis está dividido de la siguiente forma:

1. GRUPOS Y REDES SOCIALES
2. PARTICIPACIÓN E INTERACCIÓN CMC
3. AUDIENCIA Y AMISTAD

4.3.1. GRUPOS Y REDES SOCIALES

De facto, las redes sociales caracterizan la Internet, como bien dice el autor Vivar en su

introducción a “Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales” (2009): “Internet es una red social por antonomasia” (2009: 74). A final de cuentas, Facebook es una red social digital. Pero dentro de esta red se encuentra varias redes contenidas dentro de una telaraña de nodos e interconexiones que, dentro de los perfiles, constituyen un factor importante para la acentuación y personalización de una presentación mediada por un entorno digital. Es así que Lee Rainie de *Pew Internet & American Life Project*, señala que la membresía dentro de un grupo, o asociación a una página, es un gesto que distribuye “*their lives to an outertier of acquaintances who aren’t necessarily inside the Dunbar circle,*” (The Economist, Feb. 26 2009).

Las redes sociales que uno crea en cualquier vínculo, se remiten a un proverbio antiguo que dice: “Dime con quién andas y te diré quién eres”. Este elemento de asociación y membresía estuvo presente desde el inicio de la red, que por su propia naturaleza y objetivo, tenía toda la intención de crear vínculos entre individuos. Erickson, un estudioso de la Internet en sus orígenes, lo había percibido cuando escribió su artículo intitulado “The World Wide Web as Social Hypertext” en 1996. Este autor identificó que los nodos que se generan dentro de las redes

“are becoming representations of people. And this, in turn, enables another critical feature to emerge: *links* from a personal page often point to socially salient pages.” (Erickson, 1996, en línea).

Y por el hecho de asociación, hay también un proceso de identificación y apropiación de la representación del nodo (en este caso los nodos componen tanto las páginas y grupos vinculados al perfil, como los individuos). Así, este autor astutamente concluye que los nodos “*as well as the page itself, participate in the personal portrayal; in a sense, they embody a sort of social logic, providing us with a view of that person’s network of friends, colleagues, and concerns*”(Erickson, 1996: en línea).

Dentro de nuestra muestra, la vinculación a redes sociales, y grupos (que aquí entendemos que también incluye las “páginas” de Facebook), representa un elemento importante para resaltar una presentación dentro de una mirada hacia la mexicanidad. La asociación a grupos y páginas visibles en el perfil constituyen un elemento sustancial para el reforzamiento o el forjamiento de la presentación del usuario. En los casos que no presentaron vínculos fuertes de la mexicanidad dentro de sus presentaciones, los

podemos encontrar dentro de sus redes sociales y grupos.

Nuestros informantes demostraron un equilibrio entre el promedio de páginas y grupos agregados a sus perfiles. Dentro de los 13 perfiles de un total de 254 grupos, y 288 páginas, nuestros informantes tienen un promedio de 19 grupos y 22 páginas. En un solo caso no se encontró ninguna red social vinculada al perfil del usuario.

GRUPOS VERDES, BLANCOS Y ROJOS

Dentro de esta inserción y agrupación de redes sociales, identificamos que un poco menos de la mitad de nuestros informantes han incorporado redes sociales que son directamente asociadas a una recuperación e interacción de la mexicanidad.

Tres perfiles resaltan la mexicanidad dentro de sus relaciones y asociaciones de redes sociales por enfatizar grupos y páginas santificativas acerca de la condición mexicana en Estados Unidos, en este caso, representado por grupos que tratan de temas de CHICANOS/AS.

En el perfil de un usuario, podemos ver que casi la mitad de sus grupos presentan elementos acerca de un aspecto constitutivo de la mexicanidad. Estas redes, construidas a través de temas sociales y políticos, resaltan su mexicanidad dentro de un contexto estadounidense. El elemento más llamativo de las características de sus redes sociales vinculadas con temas de la mexicanidad, es la característica y la predominancia del “chicano” en los nombres y temas de las redes sociales. Veremos más adelante en el apartado de análisis acerca de las autoconcepciones étnicas de nuestros informantes el significado de este término y las repercusiones de tal dentro de la construcción de una presentación digital. Resulta importante en este momento, señalar que la mexicanidad se articula dentro de sus redes sociales por la cantidad proporcional de temas que articulan un aspecto de la mexicanidad en su perfil. Los grupos tienen como características temas sobre profesionistas de networking con asociaciones latinas, demostrando una inserción del usuario en redes profesionales que priman y enfatizan la característica latina, que a su vez, resalta un interés, una inserción y una interacción por parte del usuario dentro de redes profesionales constituidas y exclusivas para latinos.

Encontramos también redes con títulos acerca de actitudes sobre comportamientos sociales escritos en español, que no sólo nos dice la proximidad de la

informante con el idioma español, sino también una identificación social por la membresía en estos grupos de actitudes expresadas en español¹¹⁹. Es evidente que la predominancia de grupos acerca de temas relacionados con la condición de mexicano-americanos es prevalente dentro de sus redes de Facebook para estos tres perfiles.

Otro usuario, muestra una vinculación parcial en temas de la mexicanidad, ya que de sus 58 redes, podemos destacar algunas que representan una participación política fuerte dentro de una autoidentificación chicana, (que representa un componente político de la mexicanidad según sus propias concepciones acerca del significado del rótulo¹²⁰). Las redes sociales aquí son mezcladas dentro de contextos académicos, políticos y sociales, que se suman a los demás componentes de la mexicanidad presentes en su perfil de Facebook. Por el momento, decimos que su inserción dentro de las redes sociales de Facebook, representa una interacción social politizada de la condición de ser mexicano-americano que nos estimula a ver al usuario dentro de una concientización de las condiciones no solamente políticas de un grupo étnico minoritario, sino también la importancia de las redes sociales en la formación de un lazo solidario entre miembros de grupos étnicos minoritarios.

Otros perfiles han resaltado una mexicanización de redes sociales, representadas por varios casos de asociaciones y membresía en grupos que se refieren a la dualidad étnica, es decir, la condición de ser mexicano-americano, dentro de una postura y representación política y cultural. Grupos con nombres y representaciones de organizaciones universitarias de mexicano-americanos, de cultura musical, y de carácter político son una minoría de sus grupos, de los cuales todos tienen títulos en inglés.

Este elemento es importante de resaltar, ya que existen grupos de la misma naturaleza en español, por lo que la presencia de estos grupos en inglés resalta la interacción de las culturas y una expresión de la confluencia de las culturas de mexicano-americanos. Los grupos son claramente destinados a un público mexicano, pero el hecho de que se manejen en inglés, es un atributo propio de la dualidad de mexicano-americanos. Además, el uso del inglés abre las puertas de membresía por estar estructurado lingüísticamente en el idioma más común dentro de la red, en cambio,

¹²⁰ Los significados, rótulos y categorizaciones étnicas de nuestros informantes, será tratado en el apartado “4.4. CONSTRUCCIÓN DEL MEXICANO IMAGINADO”.

las redes que se manejen en español se cierran a la membresía de los que conozcan, entiendan, y/o hablen el español. La identificación dentro de redes intituladas y de contenidos en español, es un componente mucho más exclusivo para la articulación de la mexicanidad.

PÁGINAS VERDES BLANCAS Y ROJAS

El gesto de tornarse un fan de una página es significativo en la construcción de una presentación para nuestros informantes. Recordaremos que la diferencia entre una página y un grupo es la composición del objeto. Un grupo representa un ámbito creado para incentivar la interacción acerca de un tema, mientras que una página representa un elemento de asociación, como un negocio, una marca, un lugar, etc. Las páginas, por lo general, son representaciones simbólicas de elementos que el individuo identifica como asociativos a su persona. La gran mayoría de nuestros informantes se han identificado con páginas que remiten a la mexicanidad. Ejemplos de estas páginas,

- Páginas de la selección y clubes deportivos mexicanos.
- Páginas de “México” o lugares en México.
- Organizaciones universitarias¹²¹.
- Programas de televisión que articulan la mexicanidad.¹²²
- Páginas políticas que tratan temas raciales y de inmigración.
- Páginas que representan personalidades y comportamientos sociales en español en un lenguaje familiar.¹²³
- Grupos musicales mexicanos.

Estas asociaciones atribuyen un componente indirecto y saliente a las presentaciones de los perfiles, dándole un aspecto de hipertexto, de profundidad, donde estos elementos permiten indagar más allá de la visibilidad estática remitida solamente a los contenidos fijos del perfil. Estos grupos y páginas son invitaciones para conocer más acerca de los gustos, interacciones, pensamientos, humores, posiciones y valores

¹²¹ Ejemplo: La Raza, Trenza, y Mecha

¹²² Ejemplo: CNN en español

¹²³ Ejemplos: “¿qué me pongo?”; "Las Tapatías son las guapas de México!"

del usuario dentro de su perfil. Sin una exploración profunda de estos nodos que se adjunten a su red, podemos tener una mejor percepción de cómo se compone el individuo que a su vez se refleja dentro de su presentación en línea.

4.3.2. PARTICIPACIÓN E INTERACCIÓN CMC

Los nodos que se afilian a los perfiles de nuestros usuarios, también son expresiones de la inserción e interacción con esta nueva tecnología. Una red no aparece de la nada en el perfil, hay que buscarla elegirla, y agregarla de acuerdo con una identificación que uno tiene con los contenidos de las redes. Nuestros usuarios muestran que ellos han construido presentaciones fortalecidas por redes sociales que forjan una presentación con relación a ellos mismos. La asociación a redes sociales se agrupa dentro de su panorama presentacional, añadiendo un componente relacional a sus presentaciones.

La mayoría de los usuarios que no han presentado elementos significativos de una relación e interacción con la mexicanidad por este medio, aunque demuestran ser activos en la construcción de redes sociales en Facebook. Los casos que presentan poca interacción con las redes sociales, en su mayoría también demuestran un uso escaso de sus espacios interactivos semipúblicos, es decir, poca interactividad dentro de su “pared”. También se percibe la relación, por lo general, entre el uso de nuevas tecnologías y la interacción en el sitio. Es decir, el manejo, conocimiento y uso de herramientas que permiten exportar fotos automáticamente al sitio y otros medios de exportar noticias, comentarios, enunciados a facebook, implica un incremento de interacción en el sitio, que es facilitado por el manejo de estos otros elementos.

Además, el agregar otros sitios de redes sociales dentro de sus perfiles, nos habla no solamente de una actividad e interacción en el sitio, sino también de un grado de confianza en una actuación digital, además de demostrar indirectamente su dedicación a una construcción de un yo dentro de la Internet.

4.3.3. AUDIENCIA Y AMISTAD

La presentación que uno construye dentro de su perfil esta remitida a una construcción presentacional estratégica en relación con la configuración y composición de su audiencia. Recordaremos que Goffman discute la presentación

en el *frontstage* como remitida a la percepción que el actor tiene acerca de su audiencia. La audiencia, la red de amistades presentes en los perfiles, constituye el receptor de la presentación remitida en el perfil. Usando las entrevistas de nuestros informantes, fotos agregadas por sus redes a sus perfiles, y comentarios de sus amistades en Facebook, identificamos las composiciones de las audiencias para relacionarlos con una presentación.

FOTOS “ETIQUETADAS”

Las fotos “etiquetadas” de uno en el perfil, representan de un modo las formas en las que los demás conciben y construyen una presentación del usuario. Podemos decir que es la mirada del otro. Es la presentación no intencional del usuario que refleja una concepción de la presentación del usuario por sus audiencias. En casi todas las fotos “etiquetadas” encontramos una relación entre la cantidad de fotos y una presentación social, festiva o positiva. Por lo general, establecemos que una mayor cantidad de fotos “etiquetadas” en el perfil, se percibe de igual modo que un incremento de sociabilidad e interactividad dentro de la “pared” del perfil. Es decir, cuanto más representaciones del usuario por medio de su audiencia, mas interacción es evidente en sus espacios de interactividad.

Por medio de esta relación, se estipula que la agregación de fotos por parte de miembros de su audiencia, es una expresión de una interactividad con su audiencia, que estimula la interacción de ambos lados en los espacios interactivos de Facebook. La audiencia, en este caso, representa un catalizador y el componente fundamental de la creación de una presentación dentro de un ámbito social, asociando a él una presentación creada aparte del usuario, que lo refuerza por medio de comentarios y la pertenencia de las fotos en su perfil, o niega por los mismos mecanismos. La presentación saliente se obtiene por alimentar esta relación dialógica evolutiva. Solamente en tres casos se presentó el usuario por medio de la mexicanidad, por ejemplo usando un sombrero, en frente de un templo azteca, o con la bandera mexicana. Estos casos perdieron su fuerza por estar, en su mayoría, perdidos dentro de un mar de fotos que no explicitan estos elementos de la mexicanidad.

AUDIENCIA Y LENGUAJE

En los casos que presentan características de la mexicanidad, por el vínculo visual como también por el vínculo de redes sociales, presentan altos grados de interactividad con sus audiencias, de los cuales un 40% demuestra una retroalimentación por parte de los miembros de su red en español. Comentarios acerca de las fotos en español, y acerca de “posts” en la “pared” son las actividades que representan la mayor concentración del uso del español y *spanglish* por parte de la audiencia. Este elemento es significativo para resaltar la mexicanidad de la presentación del usuario, ya que la audiencia alimenta y fomenta una presentación remitida a un rescate de la mexicanidad en el perfil del usuario. Se establece que dentro de este 40%, se percibe la presencia de elementos culturales de la mexicanidad. La presentación entonces se remite a una relación con la configuración de la audiencia.

Los demás casos no siguieron con una relación adecuada a sus presentaciones, es decir, dentro de sus construcciones ausentes o mezcladas de la mexicanidad, la audiencia se mostró en sintonía con esta presentación. En los casos de la ausencia de la mexicanidad dentro de sus presentaciones, la audiencia no mostro ningún incentivo, o motivador para la interacción con tal.

4.4. EXPLICANDO LAS PRESENTACIONES: RELACIONES DEL *BACKSTAGE*

Hemos recorrido las presentaciones de los perfiles de nuestros informantes mexicano-americanos universitarios, estableciendo elementos y evidencias entre las formas de articular los elementos constitutivos de la etnicidad dentro de sus presentaciones, dentro de un entorno digital mediado por una estructura temporal-espacial novedosa. Identificamos los elementos que configuran las presentaciones dentro de pautas étnicas mirándolo desde el *frontstage*. Pero no hemos considerado ¿porque algunos articulan la mexicanidad y otros no? Por medio de las entrevistas, hemos identificado elementos que facilitan y promueven una presentación que atraviesa la mexicanidad, así como también elementos y relaciones que explican la ocultación de la mexicanidad dentro de las presentaciones. Estas relaciones y explicaciones son parte de un *backstage* que no se

presenta en las presentaciones del perfil, pero constituye elementos de gran interés acerca de la relación de la mexicanidad en las vidas de nuestros usuarios.

A partir de las entrevistas, pudimos identificar las siguientes relaciones que afectan la expresión de la mexicanidad en las presentaciones de nuestros informantes. Explicaremos la presentación con un desarrollo de estas relaciones en la sección que sigue.

a) Explicando la presentación ausente de la mexicanidad

Encontramos que los usuarios que no articularon una mexicanidad dentro de sus presentaciones, evidenciaron las siguientes relaciones:

- Los entrevistados que no fueron incentivados, o expuestos a los *modus vivendi* mexicanos, tampoco establecieron una fuerte identificación con la cultura y semiología mexicana. La presentación ausente de la mexicanidad esta remitida a una **relación pasiva con la cultura mexicana**.
- En estos casos hay evidencia de una **asimilación** de las **normas y costumbres estadounidenses** por encima de lo mexicano.

La falta de una interacción con el sistema simbólico de la cultura mexicana hace que los usuarios empiecen a construir sus identidades con base en las referencias presentes en su entorno social. La falta de interacción con las tradiciones, ritos, y expresiones culturales de la mexicanidad, transforma este elemento en algo latente, flojo y escaso, sin poder suficiente para influenciar la configuración de un yo que considera este aspecto como fundamental. La interacción es comunicación por definición. La interacción social supone un intercambio de símbolos que permiten el flujo de la acción. Podemos entender la interacción como “el intercambio y la negociación del sentido entre dos o más participantes situados en contextos sociales” (O’Sullivan, et al., 1997: 196). Sin una interacción con elementos que articulan la mexicanidad, sea individuos o contextos sociales, no hay un intercambio de sentido que impacte el yo. Por otro lado, la interacción social se continúa manifestando tanto en la vida social de los usuarios en su

desarrollo cotidiano, como también en las interacciones digitales de los usuarios. Estos informantes han decidido interactuar con los referentes y símbolos culturales, sociales y políticos de una faceta de la cultura estadounidense dentro de lo que constituye “la cultura popular” de dicho lugar. Dentro de esta relación interactiva de estos informantes, el *Self* como producto de la interacción social, se mantiene dentro de una concepción ausente de la mexicanidad. Esto lleva a una adaptación de un modelo cultural, social y político que no contempla la mexicanidad.

Conjuntamente, encontramos algunas relaciones interesantes e inesperadas acerca de un desapego a una expresión presentacional de la mexicanidad. Un elemento recurrente en estas entrevistas fueron relatos de abusos físicos por parte de sus padres (en esta caso hacemos referencia al “padre”, y no “los padres”) dentro de un ámbito socioeconómico bajo.

- Los que pasaron por momentos **muy difíciles** en sus vidas, y principalmente abusos por parte de **padres alcohólicos no sostuvieron** una fuerte relación con **la cultura mexicana**.

Estos antecedentes demuestran ser grandes marcadores de simbología negativa para estos informantes. El abuso en el hogar puesto dentro de un ámbito de escasez económica, termina siendo la asociación que los informantes hacen de la mexicanidad. De la misma forma que incorporamos elementos de nuestro entorno simbólico dentro de nuestras interacciones sociales en la vida cotidiana, delimitamos lo “bueno” de lo “malo”. En este caso, la mexicanidad se transforma en algo no deseable por los usuarios, que también es expresado dentro de sus presentaciones en sus perfiles de Facebook.

La falta de interacción con la cultura mexicana no consolidó ninguna relación de tradición y hábito que forjara la percepción de un yo mediante la mexicanidad. Además, las experiencias traumáticas de estos informantes, generan una percepción asociativa de la mexicanidad con la negatividad. La ausencia de la mexicanidad y sus atributos es un proceso social, en el cual, los traumas infantiles pueden ser suficientemente fuertes para establecer una ruptura de interacción positiva con este elemento que se manifiesta

dentro de sus presentaciones digitales además de condicionar sus yo's.

b) Explicando la presentación mexicanizada

Por otro lado, las presentaciones que resaltaron elementos constitutivos de la mexicanidad, demostraron antecedentes positivos con las representaciones de la mexicanidad en sus comunidades y vidas. Las entrevistas con los usuarios resaltaron las siguientes relaciones:

- La **superación socioeconómica con el apoyo familiar fortaleció el sentimiento de “ser mexicano”**, fortaleciendo los sentimientos de pertenencia en la comunidad.
- La **discriminación escolar** fue determinante en la **consolidación** de una concepción del **“mexicano”**. Los que fueron discriminados y lo consideran como momentos importantes en sus vidas, demostraron una voluntad y determinación fuerte para superar y cambiar estereotipos acerca de mexicanos.
- La Influencia y cultivo de los padres para **participar activamente en la cultura mexicana y superar estereotipos del mexicano** por el medio de la **educación** fomenta una identificación chicano/a.

Muchos de los informantes describieron contextos socioeconómicos iniciales bajos, pero con familias consolidadas y referentes positivos y politizados del ser mexicano. Dentro de muchas de las entrevistas que se asociaron con los perfiles que articulan la mexicanidad, se enfatizó la superación de los problemas, una concientización de los derechos ciudadanos y una enseñanza acerca de la lucha contra el racismo. Además, estos usuarios dijeron tener una vida que incorporaba la cultura y tradiciones mexicanas, con un contacto con la culinaria mexicana, las fiestas patrias de México y los ritos y símbolos de la mexicanidad. En muchos casos la concientización política estaba acompañada con las relaciones escolares de los usuarios, de los cuales los momentos de discriminación fortalecieron el camino de superación de estereotipos

mexicanos, especialmente por medio de la educación. La discriminación es un elemento importante en la formación de una consciencia étnica, ya que se base en un explicitación de tratamiento diferencial con base en una consideración étnica. Este elemento juega como un estalo de percepción acerca de las diferencias visuales que existen en una sociedad tan saturada por relaciones raciales como la de Estados Unidos. Es así que vemos un posible origen a las expresiones políticas de las presentaciones de los perfiles que articulan la mexicanidad.

- Los que se identificaron como **chicanos** están **presentes y activos en organizaciones** de carácter académico en sus universidades con un fuerte lema de **superación académica** y avance de mexicanos en sus comunidades.

Hemos visto que los perfiles en los cuales la mexicanidad está más agudamente expresada, la presencia de la consciencia política de los usuarios es evidente, además de su inserción en organizaciones de temas mexicanos universitarios. Así, el concepto de chicano, con lo cual muchos de éstos se identificaron, representa un elemento central de sus yo's. Podemos rescatar estos antecedentes de sus vidas y sus experiencias e interacciones sociales mediante la educación para ver cómo el puzzle de la presentación étnica empieza a tener coherencia.

Además de que nuestras observaciones afirman resultados de estudios anteriores, encontramos que dentro de este espejo digital que es Facebook, las presentaciones actúan en un *fronstage* del escenario digital. Además, nuestros informantes han declarado explícitamente que la presentación es un acto estratégico, elegido e idealizado, que representa una faceta de su ser; digamos que la mejor faceta. La presentación digital del yo en el laberinto teatral de espejos digitales, se adecúa a la teoría del interaccionismo simbólico, dentro de una nueva perspectiva y adaptación de la teoría, considerando los cambios espacio-temporales, además de concepciones identitarias. Aunque los fundamentos del interaccionismo simbólico, la fenomenología y la psicología social que articulamos en este trabajo se basaron en referentes distintos a los que fueron adaptados en esta investigación, vemos la transversalidad temporal de estos conceptos por la exitosa adaptación e incorporación dentro de un ambiente (casi) totalmente distinto a los referentes encontrados en estos autores.

5. REFLEXIONES FINALES: EL CIERRE DE LA PRESENTACIÓN

Los tiempos han cambiado. Las formas de concebirse se han desplazado dentro de un mundo fluido y postmoderno dentro de ruptura de tradiciones y normas. Los referentes que permiten la constitución de identidades se fragmentan y multiplican constituyendo un mundo saturado por la tecnología dentro de un proceso globalizador que deshace las raíces tradicionales de la identidad. La identidad se molda a partir de nuevos referentes y auto concepciones, lo cual Giddens ha llamado un acto reflexivo. Giddens escribe que

“In traditional societies, roles and identities were more-or-less given to people. But in post-traditional (modern) societies, people have to make their own identity. Everyone necessarily has to face the questions, ‘Who am I? What do I want from life? Where am I going?’”(Giddens, 1991: 102).

La Internet ha tocado nervios sociales que han cambiado las formas de interactuar con el mundo y con nosotros mismos. Esta extensión de la vida agrega un nuevo espacio para la interacción. Sin mucho esfuerzo, esta pantalla que se abre dentro de un laberinto digital, nos permite explorar nuevas formas de interacción y presentación. Los muros de este laberinto son las páginas web, siendo este laberinto digital profundo y largo, sumando redes y redes de canales y caminos a explorar. El mundo se refleja dentro de este laberinto digital como un espejo, una imagen recíproca de los varios ámbitos de la sociedad, dentro de una red telaraña de sinapsis electrónicos que intercambian información y comunicación todo el tiempo¹²⁴. Dentro de los infinitos rincones de esta estructura nebulosa, encontramos el espacio y tiempo transformado. Podemos averiguar el pasado dentro de textos y huellas digitales de noticias de ayer, e interacciones de tiempos pasados.

La evidencia de que la Internet transforma el espacio y tiempo, se percibe dentro de espacios designados a la interacción mediada por textos. Encontramos comentarios en los periódicos digitales de la semana pasada, acerca de libros comprados hace más de un año, sobre un evento que ya tiene más de 10 años. Los espacios interactivos de la red son

¹²⁴ Diviani (2003) describe la naturaleza la Internet no como “la saturación de la imagen del mundo posmoderno, de los simulacros en los que no hay “nada que representar”, sino su pura autorreferencialidad” (Diviani, 2003: 4).

la Internet de hoy; una Internet constituida por blogs, twitteres¹²⁵, y facebook. Es ésta la característica de la realidad que encontramos hoy en este laberintito digital, pero no es solamente un laberintito digital como lo fue en su infancia. Internet no es más que solamente un red de redes, pero son vínculos de comunicación extensa, donde las actuaciones en línea representan la mayoría de las actividades que ocurren en este espacio. No estamos solamente mirando un espejo digital de nuestra realidad, sino que estamos actuando dentro de este espacio, como si este espacio fuera un gigantesco teatro. Somos actores, conscientes o no, cuando intercambiamos información en este espacio. La descentralización de la Internet implica que no hay forma de encontrar espacios específicamente privados, además, no tiene mucho sentido, solamente cierras la computadora y te encuentras dentro de tu *backstage*. Pero al momento que incorporamos la interacción mediada por la computadora dentro de nuestras vidas, alejándonos de las interacciones cara a cara, estamos dejando nuestro *Self* dentro de un vacío de referencias físicas¹²⁶.

Por definición, la Internet es un *frontstage*, que dependiendo de donde estamos dentro de este laberinto teatral, tiene diferentes composiciones y posturas. No todos los *frontstages* son los mismos, pero en su gran mayoría comparten el mismo elemento: el social. Todos se ubican en relaciones y tensiones sociales, poniendo el énfasis en la expresión, o dentro de una reclusión semipública. De igual forma, la interacción en la red es un instinto que define nuestro comportamiento como seres humanos. Somos sociales por naturaleza. Buscamos la interacción, especialmente dentro de una fragmentación de referentes y sentidos, donde elaboramos tentativas de acercarnos a nuevas configuraciones de referentes, de encontrar nuevos grupos para tornarnos miembros, de encontrar nuevas formas de concebirnos. Beck (1992) sostiene que la concretización de la individualización en las vidas modernas (y postmodernas) implica

¹²⁵ “Twitter es una red de información de tiempo real motorizada por gente alrededor del mundo que permite compartir y descubrir lo que está pasando en este momento” del sitio web: <http://twitter.com/about>

¹²⁶ Matthew Adams, author del libro “Self and Social Change” escribe que: “*new technologies have allowed mobility and communication at a distance but this has in fact pushed people further and further apart in their everyday lives; face-to-face communication becomes rarer or at least rationalized and commodified, leaving the self-dislocated and alone.* (Adams, 2007: 16)

una individualización de los procesos sociales que consecuentemente “*means that biographies become self-reflexive; socially prescribed biography is transformed into biography that is self-produced and continues to be produced*” (Beck, 1992: 135). El yo se diluye dentro de este laberinto teatral, dándole una particularidad poco común en su esfera natural: la posibilidad de simultáneamente presentarse distintamente y ocupar dos espacios distintos e interactivos; el espacio geográfico y el ciberespacio.

La sociedad física en la cual nos manejamos la mayor parte del tiempo, nos impide cambiar muchos de los elementos que constituyen nuestro *Self*. La forma en la cual caminamos; el sonido de la voz; las expresiones faciales y no verbales dentro de un intercambio social; nuestra altura; el color de la piel, etc. Estos elementos hacen parte de una presentación esencial de nuestro *Self*. Es el núcleo de nuestra presentación, que por medio de astucia, estrategia, y objetivos modelamos, resaltamos, ocultamos estos elementos dependiendo de la situación y el objetivo inmediato. La presentación se torna una estrategia relacionada con logros frente a su entorno por medio de convencer a sus audiencias del propósito de la presentación. Un recién graduado que se viste de traje para su primera entrevista laboral, entiende la diferencia entre su presentación en el momento de la entrevista, con su presentación con sus amigos de la universidad. Puede ser que su presentación no cambie en términos visuales, pero la presentación se desvela por muchos otros caminos. Los hábitos nerviosos de la manos, el cruzar o no la piernas, mantener los brazos cruzados, desviar la mirada durante la entrevista, pueden influir en la decisión de tener o no el trabajo. Puede ser que “algo no le cayó bien” a la persona que lo entrevistaba. La presentación como todo lo que encontramos en el ámbito social, se base en tipificaciones previamente hechas; tipificaciones que nos permiten vivir en el mundo distinguiendo una cosa de la otra. A partir de la interacción social, estas tipificaciones van cambiando y apropiándose de los aprendizajes de la vida. Las patologías tienen mucho que ver con experiencias negativas acerca de algunos elementos, objetos o eventos. La personas que tienen miedo a los perros probablemente tuvieron una mala experiencia con perros, o construyen esta característica de este objeto por parte de su interacción con el mundo, donde la exposición a documentales acerca de ataques de perros, o fotos etc. fue suficiente para manchar este objeto con esta característica. Es así que vemos que la cultura americana se presenta históricamente

inmersa dentro de relaciones raciales, donde el color de la piel se tornó polémico e importante. Las relaciones étnicas en un país categorizado por su mezcla étnica, son puestas a pruebas y condicionadas a referentes contruados con base en tipificaciones formadas. Los periódicos, películas, música y tendencias sociales, son todos elementos que influyen dentro de la construcción de una tipificación cada vez más detallada de asociaciones subjetivas. El afro descendiente es un ladrón, el asiático es un especialista en computadoras, y el mexicano es ilegal. Todas estas formas de concebir al otro, que no vas más allá de su color de piel, son puestas en tensión en esta gran olla multicultural. Y es por estas tensiones que se desvela un ser saturado por una consciencia étnica. Mead nos recuerda que:

“unless the individual has thus become an object to himself he would not be self-conscious or have a self at all. Apart from his social interaction with other individuals, he would not be able to relate the private or ‘subjective’ contents of his experience to himself and he could not become aware of himself as such, that is, as an individual, a person, merely by means or in terms of these contents of his experience; for in order to become aware of himself as such, he must, to repeat, become an object to himself, or enter his own experience as an object, and only by social means – only by taking the attitude of others towards himself – is he able to become an object to himself” (Mead, 1934: 246).

La configuración de mexicano-americanos representa una fusión de dos culturas que históricamente han tenido una relación complicada y espinosa. El flujo migratorio de mexicanos que llegan a Estados Unidos, ha sido un proceso demonizado en los periódicos gringos, caracterizando al mexicano como barato, sucio, ignorante y peligroso¹²⁷. La Estatua de la Libertad en la isla Ellis de Estados Unidos, no representa más un santuario para buscadores de libertades y posibilidades, sino más bien un estado de complacencia y aceptación de las normas culturales y sociales¹²⁸. Esta realidad es más bien representativa de los padres de nuestros informantes, que llegaron con el sudor de sus sueños y determinación a plantar una nueva vida, una vida mejor para sus hijos.

¹²⁷ Ver el artículo de Massey, Douglas S. (2008). “The Racialization of Mexicans in the United States? Racial Stratification in Theory and Practice” *Migración y Desarrollo*, Office of Population Research, Princeton University, Princeton, NJ 08544 (págs. 59-85).

¹²⁸ Hochschild (1995) escribiendo en meado del fin del siglo pasado logro sintetizar la ruda realidad de muchos de los que fueron hacer una vida en estados unidos:

“Millions of immigrants and internal migrants have moved to America, and around within it, to fulfill their version of the American dream. By objective measures and their own accounts, many have achieved success. Probably just as many [however,] have been defeated and disillusioned. [...] The emotional potency of the American dream has made people who were able to identify with it the norm for everyone else. [...] Those who do not fit the model [therefore] disappear from the collective self-portrait” (1995: 15-26).

Sus hijos crecieron en un ámbito preso dentro de referentes de la mexicanidad y la americanidad, y sus procesos evolutivos de autoidentificación pasa por transformaciones a lo largo de sus vidas, con un *Self* que intenta encontrarse dentro de un acto reflexivo del mexicano-americano. Es así que los yos de mexicano-americanos pasan por momentos de configuraciones reflexivas de sus propias biografías, en búsqueda de un mejor entendimiento de quiénes son, de dónde están, y cómo quieren presentarse (Giddens, 1991: 53). El tiempo ha pasado y sus hijos han crecido y ahora se encuentran en la universidad en una fase estratégica de presentación de sus yos.

La universidad representa un espacio especialmente interesante e importante para el análisis del yo, y consecuentemente para su presentación. La universidad representa un espacio académico que fomenta y cultiva el pensamiento crítico, en el cual individuos de varias partes de la sociedad se encuentran, interactúan y se comunican. Además de esto, la universidad representa una etapa de ruptura con lo familiar en su sentido estricto. Es un momento de ruptura con su familia, en el cual, por lo general, los recién ingresados a la universidades gringas terminan viviendo en el campus. Esta dislocación con su referente claro de la mexicanidad, su familia, expresa un momento estratégico para una reconstitución de la presentación. Como todo universitario en Estados Unidos, su relación con Internet es de amor y odio, de intimidad y arduo trabajo. Internet se torna más que nada en el vínculo de investigación para las tareas, el medio de comunicación con sus amigos y familiares dispersos en el mundo, con sus compañeros de clase desplazados alrededor de la ciudad. En suma, Internet, más que nunca, se torna una extensión de su ser, una herramienta indispensable para su convivencia social. Esta dislocación permite que implementen nuevas estrategias de presentación relacionadas con su nuevo entorno, que a su vez se consolida dentro de una presentación digital en el laberinto teatral que es Internet, y específicamente, que representa los sitios de redes sociales.

No hay duda que un elemento significativo de la popularidad y penetración del sitio de redes sociales, Facebook, es su capacidad de entrelazar y conectar gente. Facebook se torna un punto de aglomeración dentro del laberinto digital. Es en Facebook que uno encuentra a sus amigos, conocidos, bandas, grupos, colegas y familiares, permitiendo un balance de los eventos en sus vidas, sus pensamientos y

actividades con facilidad y velocidad. No es necesario pasar mucho tiempo en Facebook con un perfil consolidado, para averiguar en minutos las actividades recientes de los individuos de su red. La estructura de la vida social contemporánea no permite mucho tiempo libre, y además, la facilidad de interactuar desde la comodidad de la casa, cuarto, dormitorio, o apartamento lo hace mucho más atractivo. Además, la actuación en línea tiene un componente de fantasía. La sustitución de una interacción cara a cara por una interacción dentro de una CMC, construye una dialéctica interactiva de protección y exposición. Por un lado estamos protegidos dentro de la interacción por no estar presentes físicamente, y por el otro lado estamos presentes en el mayor escenario público del mundo. Adams (2007) expresa esta cualidad cuando escribe que la

“proliferating communication and information structures, increased contact with others leads us to a kind of constant cultural summit, where differences are acknowledged, explored, and melded into innovative hybrids” (Adams, 2007: 5).

Es esta relación que configura nuevas formas de presentación, dándonos un formato y medio novedoso de experimentar con nuestra propia realidad. El teclado nos permite crear y modificar quien somos dependiendo de lo que queremos. Por medio de perfiles falsos, de fotos robadas, de información inventada, podemos crear una presentación en un sitio de redes sociales y experimentar. Muchos estudios han apuntado a la experimentación de género en los chats, donde hombres entran con pseudónimos femeninos e interactúan adecuadamente, y mujeres con pseudónimos de hombres¹²⁹. Estos juegos de género son un ejemplo de las formas en las cuales uno puede experimentar con las interacciones sociales en este laberinto. Pero Facebook es un poco diferente. Basándose en nombres reales, con direcciones de correo electrónico verificables, el sitio intenta mantener un cierto grado de autenticidad acerca de la

¹²⁹ Para un panorama acerca de la experimentación de género en la Internet yo sugiero las siguientes referencias: 1. Schouten, Alexander., Valkenburg, Patti. y Peter, Jochen. "Precursors and Underlying Processes of Adolescents' Online Self-Disclosure: Developing and Testingan "Internet-Attribute-Perception" Model Top Paper (2)" Paper presentado en encuentro anual la Asociación Internacional de Comunicación. Dresden International Congress Centre, Dresden, Germany, Jun 16, 2006 <Not Available>. Disponible ne: http://www.allacademic.com/meta/p90118_index.html. 2. Roberts, Lynne D. y Parks, Malcolm R. (1999) "The Social Geography of Gender-Switching in Virtual Environmentson the Internet." *Information, Communication, and Society*, 2: 521-540, 1999.; 3. Bruckman, Amy S. (1996). "GenderSwappingon the Internet," *High Noon: On the ElectronicFrontier* Cambridge, Massachusetts: The MIT Press; Suler, J.R. (2004). "Do boys (and girls) justwannahavefun?" En A. Kunkel (Ed.), *Gendercommunication* (pp. 149-153). Dubuque: Kendall/Hunt Publishing.

información incluida. Es claro que podemos encontrar casos en los cuales los usuarios con sagacidad tecnológica pueden crear cuentas de correos electrónicos falsos e ingresar como impostores en el sitio. Pero la gran mayoría de los usuarios no son “hackers” ni consideran la intención de engañar al otro. A final de cuentas, lo importante en Facebook, es crear una presencia y presentación de su yo, para poder interactuar con otros conocidos o forjar relaciones anteriormente ausentes. La estrategia que uno implementa en la forma en la cual se presenta, tiene consecuencias distintas. Logramos identificar las variables que juegan dentro de las estrategias de las presentaciones, además de caracterizar las presentaciones de nuestros mexicano-americanos.

Facebook es un escenario teatral, y los perfiles representan escenarios de presentación estratégica acerca del uso de la mexicanidad. En primera instancia, se averiguó que la gran mayoría de nuestra muestra quiere presentarse de forma positiva en este escenario. Goffman diría que la actuación en el escenario social del *frontstage* implica mostrar la mejor apariencia posible, especialmente cuando se requiere lograr aceptación de los otros. Dentro de estas presentaciones y actuaciones positivas y selectivas, hemos encontrado que la presencia de la mexicanidad penetra la presentación cuando se tuvo una relación positiva con esta representación en sus formas simbólicas, culturales y sociales a lo largo de sus vidas. Es decir, la presentación expresa la mexicanidad cuando la mexicanidad se torna un recurso mediado por tipificaciones positivas. La mexicanidad entonces se constituye como un capital social, un elemento que no hemos tocado en este trabajo¹³⁰.

Para lograr estas tipificaciones positivas, hemos visto que la influencia de la familia acerca de la conformación de una consciencia mexicana, fue indispensable como también la interacción sostenida por el tiempo con el español, culinaria mexicana y participación en tradiciones mexicanas. Pero la consolidación de la mexicanidad también demostró cierta congruencia con motivaciones de superación de estereotipos, concientización política y determinación académica. Hemos visto que la discriminación escolar es un elemento importante que posiciona a los individuos en tensiones de estereotipos. La evidencia de una discriminación en la infancia y adolescencia concretiza

¹³⁰ Hay varias definiciones pero rescato la definición de Portes que es clara y concisa. Para Portes, el capital social es “*the ability of actors to secure benefits by virtue of membership in social networks or other social structures*” (Portes, 1998: 6).

la diferencia individual. La discriminación es un momento de separación, que pone en evidencia la división entre el individuo y los demás por causa, en este caso, de su etnicidad. Esto se relaciona con la conceptualización de Mead acerca del *Self* como objeto. En un proceso como la discriminación, hay una apertura de autoconciencia, que crea la percepción del “otro”. Así, el individuo

“becomes an object to himself only by taking the attitudes of other individuals towards himself within a social environment or context of experience and behaviour in which both he and they are involved” (Mead, 1934: 201).

Esta percepción pone el acento en una concepción identitaria redefinida y articulada, en parte, por una consciencia de ser diferente, y especialmente, de ser inferior. La superación de esta relación y situación se vincula con sensaciones de victoria y autoestima, que a su vez, fortalecen la presencia de la etnicidad en el yo.

Una consecuencia visible de la discriminación es la aparición y construcción de una consciencia politizada del mexicano. En gran parte de las presentaciones que enfatizaron la mexicanidad, se evidenció un componente político asociado a la educación. La promoción de la educación para mexicanos expresada en la presencia de organizaciones en el perfil, en grupos, menciones y dentro de las interacciones comunicativas en el escenario interactivo del perfil, construye una presentación de los usuarios vinculados con una consciencia de los problemas sociales que mexicano-americanos enfrentan en sus vidas escolares. Esta recuperación de empoderamiento de los usuarios se vincula con la concepción identitaria de chicano. La mexicanidad para estos usuarios, no es solamente un recurso que se maneja, sino es una autoafirmación de lucha contra los elementos sociales y culturales que discriminan a los mexicanos. Son presentaciones que contienen elementos de una postura contra hegemónica, solidificando la mexicanidad de una narrativa del yo¹³¹.

Por lo general, concebimos que en la continuación de una narrativa de la mexicanidad sostenida del yo por medio de las presentaciones de los perfiles, usaron

¹³¹ *“A person's identity is not to be found in behaviour, nor - important though this is - in the reactions of others, but in the capacity to keep a particular narrative going. The individual's biography, if she is to maintain regular interaction with others in the day-to-day world, cannot be wholly fictive. It must continually integrate events which occur in the external world, and sort them into the ongoing 'story' about the self.”* (Giddens 1991: 54).

referentes visuales estereotípicos y populares de la cultura mexicana. Encontramos la presencia del sombrero, la virgen de Guadalupe, los colores de la bandera, la calavera, e imágenes de la cultura popular mexicana: la chilindrina de la serie “El chavo del ocho”. Tomando en cuenta que los usuarios han señalado que se presentan de forma positiva en los perfiles, la presencia de estos elementos son constitutivos de una concepción de la mexicanidad positiva, y dentro del conjunto de elementos de la semiología mexicana, estos estereotipos representan símbolos y referentes neutrales, es decir, sin connotaciones políticas o negativas. Para estos usuarios, estos símbolos son parte de una expresión del grado de asimilación que ellos tienen con la cultura mexicana. Inferimos que además de ser elementos estereotipados de la mexicanidad, estos elementos presentan un aspecto “bueno” de la mexicanidad.

Pero una “buena” representación no se considera sin referentes. La presentación del yo del usuario dentro de una interacción dialógica con su entorno, que presenta y negocia su actuación dramática, necesita de la aprobación y validación de sus audiencias para mantener la presentación. Nuestros usuarios han expuesto que quieren presentarse de forma adecuada a sus audiencias, lo que a su vez refleja la postura de los constituyentes de su audiencia. Indagamos un poco más acerca del papel de la audiencia dentro de una construcción de la presentación.

Los elementos expuestos en una actuación teatral necesitan la aprobación de la audiencia para validar la presentación. Conocemos muchas estrategias que hemos revisado en este trabajo acerca de lograr una actuación presentacional exitosa, pero resulta importante recatar algunas posturas de la teoría dramática. Las audiencias configuran tanto la actuación del usuario como al usuario, por el hecho de que ambos dependen de una interacción exitosa para mantenerse consolidados. Sin una audiencia favorable a una presentación, la presentación se deshace y a su vez genera tensiones entre la audiencia y la presentación, consolidando una interacción comunicativa mal sucedida. Dentro del *networked public* que constituye la audiencia digital de la red de las presentaciones teatrales en Facebook, la comunicación social exitosa implica la buena recepción de los medios representados y articulados en la presentación del actor. Consolidando esto, se infiere que tanto el actor como su audiencia, comparten sentimientos favorables de los elementos emitidos y articulados en la presentación.

Consideramos un caso que refuerza esta concepción de compartimiento de semiologías.

Un usuario construyó su presentación con el aporte de una aplicación que identificaba qué tanto eres mexicano. La foto que apareció como resultado de esta aplicación fue de un charro, típicamente representado, con el sombrero característico de esta representación, incluyendo el bigote asociado a una constitución masculina del mexicano, vestido de forma tradicional, con la corbata en forma de moños, en suma, una representación sumamente fiel a los estereotipos de los charros. Su aparición dentro del perfil, aporta que su presentación se remite a una connotación de la mexicanidad, pero también es apoyada por las interacciones en su espacio interactivo del perfil por parte de la audiencia. Comentarios acerca de la cultura mexicana, uso de *spanglish* y español dentro de sus intercambios textuales, referencias y videos musicales de estilo banda, están todos presentes en su presentación tanto textual como visual y su audiencia interactúa con esto. La presentación se transforma en una representación de un yo consolidado, dentro de una narrativa fluida y entrelazada, que termina siendo una *“individual reflection of the general systematic pattern of social or group behaviour in which it and the others are all involved”* (Mead, 1934: 207).

La interacción de la audiencia confirma que la presentación elegida por el usuario sucedió exitosamente y que puede seguir articulando estos elementos mientras la configuración o actitudes de la audiencia no cambien. Es plausible pensar que si sus amigos y personas íntimas salen de su red, y en su espacio entran sus colegas de trabajos, o profesores universitarios, que posiblemente cambiarían su presentación un poco. Esto lo dejo para estudios posteriores.

Las audiencias constituyen un tipo de red social que podemos encontrar en los perfiles. Es cierto que constituyen la red más predominante en la configuración de una presentación, dándole sustancia por medio de interacción, y siendo un vehículo espectacular de la presentación del usuario. Pero encontramos la presencia y penetración de otras redes en Facebook bajo las tipologías de “páginas” y “grupos”. Casi todos los perfiles demostraron tener vínculos con páginas y grupos de Facebook. Es una tendencia de la red de redes; es una característica de interacción comunicativa que envuelve este sitio de redes sociales; es una extensión natural del usuario. En todos los casos en los cuales la mexicanidad resultó ser un elemento constitutivo de las presentaciones de

nuestros informantes, percibimos su inserción paralela en redes con temas o relacionados a la mexicanidad. Redes establecidas por medio de “paginas” y “grupos” con temas relacionado a la culinaria, música y cultura en general, atribuidos o teniendo un enlace acerca de la mexicanidad. A su lado encontramos muchas redes de carácter político, tratando temas de migración, raza, y discriminación. La membresía en estas redes es un paso de fortalecimiento de la presentación que define el yo dentro de un “looking glass”.

Este concepto que acuñó Cooley (1922), expresa la relación de la conformación de un yo-objeto pero explicitando el reflejo y penetración del entorno simbólico dentro de la configuración del yo. Es decir, dentro de una relación de creación de una consciencia del yo por el camino de ver al otro mirándole, construyamos las categorías simbólicas que formaron parte de cómo lo concebimos. Dentro de la asociación que permiten las redes en Facebook, la membresía y la inserción en un espacio que permite verse a sí mismo por medio de los demás, fortalece un yo que se apropia de los elementos de este entorno. La difusión de la esencia política en los perfiles de nuestros usuarios, demostró una gran penetración en redes sociales digitales, con el efecto de impulsar una presentación guiada por una consciencia política, ya que su audiencia también incorpora la presencia de páginas y grupos. La membresía también es un componente fuerte de asociación que remite a un significado de pertenencia e identificación con los elementos y postura del grupo o página. El yo se forma y se consolida dentro de esta asociación, reforzando la articulación de este elemento o eje de pensamiento dentro de sus presentaciones. Así, la mexicanidad, en muchos casos, se tornó politizada en sus presentaciones.

Otros elementos que remiten a una constitución de la mexicanidad en sus presentaciones, son el uso de citas. En primera instancia, el uso de citas también se concibe como un efecto del “*looking glass*”, por lo cual los contenidos y representaciones expresadas en las citas son un reflejo de un pensamiento asociativo del yo, acerca de la construcción que se hace en las citas. En suma, las citas representan un “*looking glass*” textual simbólico para la presentación. Las citas son oportunidades para la expresión de la mexicanidad, donde casi todos hicieron referencia a algún elemento que estimula la presentación de la misma. Las citas que expresaban algún concepto de la

mexicanidad, como reflejos y espejos de una internalización de ideas, se mantuvieron dentro de una fusión de la mexicanidad en el contexto de los Estados Unidos. Una cita, por ejemplo, menciona a Cesar Chávez, mientras que otras contienen elementos raciales, explicitando el color dentro de sus citas. Además, la configuración lingüística de las citas remiten a una constitución de la mexicanidad, donde vemos el uso del *spanglish* por ejemplo, lo cual representa la perfecta fusión entre ambas culturas.

La mexicanidad está presente en algunos de los perfiles de nuestra muestra siendo articulada por medio de menciones de bandas mexicanas, videos musicales, referencias culinarias, el uso y manejo del idioma, con el aporte visual de elementos y símbolos constitutivos de la cultura mexicana. En su conjunto, la presencia visual del sombrero, la virgen de Guadalupe, y una calavera, por ejemplo, es reforzada en la evidencia de una interacción comunicativa que resalta el idioma, o presencia en su forma híbrida como un reflejo de sí mismo, un reflejo de ser no totalmente mexicano pero tampoco americano; ser ambos a la vez.

Hemos enfocado nuestra atención en las presentaciones que han formado y presentando facetas de la mexicanidad en el sitio. No despreciamos las presentaciones que se remitieron a una cultura americanizada o cosmopolita, pero dentro de una afirmación de las razones por las cuales se articula la mexicanidad, también están implícitas las razones por las cuales no se incluye. Rescatemos ahora las relaciones que influenciaron en las presentaciones que articularon la americanidad y las que se presentaron dentro de una postura cosmopolita.

Las presentaciones dentro de los rasgos de la cultura estadounidense, demostraron relaciones flojas con la cultura y tradiciones mexicanas. Los entrevistados que se encuadraron dentro de presentaciones americanizadas, evidenciaron no tener contacto frecuente con la mexicanidad, sea el idioma, las festividades o la comida. Todos ellos expresaron una escasez de interacción con las representaciones de la mexicanidad en sus ubicaciones respectivas, en las cuales, a lo largo del tiempo, sus yos fueron conformados por las relaciones que sí tuvieron con sus entornos, los cuales en este caso, implican una interacción principalmente con la cultura americana. El desarrollo del yo no elige su configuración; es un elemento que está directamente relacionado con una interacción dialógica con su entorno y las interacciones sociales.

Los perfiles que evidenciaron la americanidad, se presentaron bajo los mismos formatos que los que resaltaron la mexicanidad. Es decir, la americanidad estuvo presente bajo símbolos y representaciones relativamente estereotipadas de la cultura popular americana, tanto en los ámbitos visuales como dentro de los diálogos textuales en el escenario interactivo del perfil. Identificamos la presencia de la bandera americana, iconos de la cultura popular americana, referencias a temas sociales y políticos no migratorios estadounidenses, referencias a la culinaria *fastfood* típica de la cultura americana, con un énfasis en la presentación de elementos deportivos que consideramos parte de la cultura americana como el beisbol, el futbol americano y el basquetbol. En estos casos, los usuarios presentaron experiencias negativas con la mexicanidad, especialmente con sus familias. En varios casos, se señala un padre alcohólico abusivo, que se consolidó como un evento traumático. Este elemento es el elemento más significativo de las explicaciones acerca de alejar sus yo de la mexicanidad. Consecuentemente, se evidencia la ausencia casi completa de cualquier elemento asociativo a la cultura mexicana en la totalidad de sus presentaciones digitales.

Las presentaciones que se quedaron afuera de la tensión mexicano-americana aparecieron bajo una categorización nuestra de cosmopolitas. Estos perfiles no articularon ningún elemento significativo de ambas culturas. Sus presentaciones se remitieron a una proyección de la cultura universal, sin ningún uso fuerte de semiologías característico de la cultura americana o mexicana. En estos casos, los usuarios han expresado no haber tenido un contacto continuo con la cultura mexicana en sus vidas, y nunca tuvieron la necesidad de resaltar su etnicidad, es decir, no tuvieron experiencias discriminatorias en sus vidas. En su mayoría, estos usuarios crecieron en localidades diversificadas donde la imposición de una asociación étnica, o la necesidad de resaltarla nunca fue un elemento decisivo en el transcurso de sus vidas.

Por último concluyamos que comprobamos nuestras hipótesis. Recordaremos que habíamos planteado que:

1. Mexicano-americanos universitarios se presentan de forma idealizada en Facebook utilizando la mexicanidad sólo cuando sirve para reforzar una imagen positiva de sí mismo, o cuando se requiere incorporar, recuperar, y/o reforzar la

herencia étnica en su presentación del *Self*. Esto es así cuando la audiencia, en su mayoría, evidencia elementos de la mexicanidad.

Se evidencia que el uso estratégico de las semiologías de la mexicanidad tiene una estricta relación con la conformación de una tipificación positiva de esto, por medio de relaciones constantes con la cultura mexicana. La presentación idealizada de mexicano-americanos que tuvieron seguimiento con la narrativa simbólica de la mexicanidad a lo largo de sus vidas, la incorporan en sus perfiles por medio simbólicos en los espacios visuales, lingüísticos, en el espacio interactivo y asociativo en las redes de sus perfiles. Las redes de los perfiles reforzaron la presencia de la mexicanidad en sus presentaciones, así como también fueron instigadores de la presencia de tales elementos en sus presentaciones.

2. La mexicanidad se articula principalmente a través de fotos y las imágenes simbólicas, y menos en la comunicación textual.

La presencia más llamativa de una articulación de la mexicanidad fue remitida por los símbolos estereotipados de la cultura mexicana, por medio de incorporaciones dentro de sus presentaciones visuales. Recordemos la presencia del sombrero, la virgen de Guadalupe, la chilindrina y la calavera, como emblemáticos de una expresión presentacional de la mexicanidad.

3. La intención de articular una mexicanidad se remite a 1) rescatar una identidad perdida ubicada en el imaginario familiar y personal 2) reforzar un elemento étnico dentro de una pluricultura 3) articular una imagen positiva de sí mismo 4) reforzar el elemento multicultural del yo del usuario.

Dentro de nuestras respuestas tentativas acerca de los motivos de la presencia de la mexicanidad en sus perfiles, encontramos que:

En un primer instante, constatamos que los usuarios rescatan una identidad de la mexicanidad cuando sostienen interacciones con la cultura mexicana a lo largo de sus vidas, impulsados por sus familias. La participación de los padres en el desarrollo de una

consciencia política acerca de las relaciones étnicas de sus vidas, fomenta la concretización de su mexicanidad, que consecuentemente, se ve expresada en un yo presentado en sus perfiles.

Segundo, identificamos que la convivencia positiva con la primera representación de la mexicanidad de nuestros usuarios, sus familias, consolida la mexicanidad en su conformación identitaria. Esta concientización lleva la apertura de una sensibilidad y percepción de relaciones étnicas dentro de una cultura segmentada por diferencias que fortalece el sentimiento de resaltar, con orgullo, el elemento penetrante de las relaciones sociales estadounidenses, la conceptualización étnica del yo.

Tercero, la asociación positiva con la cultura mexicana a lo largo de la vida, consolida el que este elemento se encuadre dentro de una “buena” presentación que es rescatada en sus perfiles.

Por último, la presencia de elementos híbridos, compuestos de elementos fusionados entre el mexicano y el americano, constituye una internalización de los dos lados de la tensión cultural en la cual se encuentran. Por medio del uso del *spanglish*, la presencia de elementos de ambas culturas dentro de sus presentaciones representa la fusión de multiculturalidad de sus yo en sus presentaciones. Es lo que Homi Baba articula en su discusión sobre la relación entre la cultura americana con la mexicana: “no es ni mexicana ni americana, sino más bien mexicana y americana al mismo tiempo” (Martí-Olivella et al. 1998: iii).

4. Los motivos *para* se remiten a las explicaciones de Goffman acerca de la presentación del yo y los motivos *porque* son referidos al imaginario del mexicano construido a través de su relación biográfica con su entorno social, que tiene como explicación rescatar un elemento significativo de la sustancia del yo.
5. La constitución de la audiencia es fundamental en la articulación o no de elementos constituyentes de una mexicanidad. La interacción con la audiencia influye en la explicitación de una mexicanidad, como también la inhibe.

Finalmente, las hipótesis que quedan, representan elementos que hemos trabajado

con profundidad en la conclusión de esta investigación, así como dentro de todo el cuerpo de este trabajo.

La presentación de mexicano-americanos representan las formas en las cuales, individuos presos en tensiones culturales, ubicados en contextos sociales que resaltan y enfatizan la etnicidad, en un plano inmediato de cultivo para el pensamiento crítico, con un acceso sin precedente de explosión de la presentación por el uso tecnológico, configuran sus presentaciones en sitios de redes sociales. Las relaciones sociales de sus vidas cotidianas, consisten en el elemento definidor y con mayor poder explicativo acerca de la presencia o ausencia de un elemento étnico en sus presentaciones. Es así, que se consolidan la continuidad y validez de las teorías del interaccionismo simbólico, fenomenología y psicología social, dentro de nuevas configuraciones y modificaciones de la estructura social. Sugerimos la necesidad de profundizar en el uso de la etnicidad como un elemento contra hegemónico en los sitios sociales en estudios posteriores. Además, sugerimos estudios que aproximen la presentación étnica con el capital social. Finalmente, hacemos una última sugerencia, debido a que identificamos la necesidad de trabajos que traten con mayor grado explicativo, la penetración de Internet dentro de una configuración identitaria postmoderna.

El ciberespacio, tiempo y estructura a final de cuentas, contiene elementos suficientes para incorporar la tecnología dentro de estas perspectivas clásicas. Los fundamentos de Schütz, Mead, Goffman y Cooley, todavía son relevantes y pasan por un momento increíble de la fusión entre el hombre y la máquina. La Internet todavía no nos ha mostrado toda su capacidad y sus impactos, pero dentro de su constante evolución, sólo los autores de ciencia ficción podrán describir lo que vendrá en un futuro no tan lejano. La incorporación de herramientas digitales corporales de interacción, llevarán la interacción digital a un nivel reservado hasta el momento a los autores de ciencia ficción. De igual forma que fue imposible pensar en llegar a luna, hoy es difícil pensar en una actuación total sensorial dentro de este laberinto teatral de espejos digitales.