

SIMPOSIO 29

MIGRACIONES Y SOCIEDAD DIGITAL

VIII CONGRESO MIGRACIONES INTERNACIONALES EN ESPAÑA
GRANADA 16-18 SEPTIEMBRE 2015



ugr

Universidad
de Granada





EL PAPEL DE LAS REDES VIRTUALES Y LAS EMOCIONES EN LA CONSTRUCCIÓN DEL ESPACIO TRANSNACIONAL ¹

Gustavo López Ángel* y **Sara Morán Domínguez****

*Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México y

**Universidad Nacional Autónoma de México

López Ángel, G., & Moran Domínguez, S. (2015). El papel de las redes virtuales y las emociones en la construcción del espacio transnacional. In F. J. García Castaño, A. Megías Megías, & J. Ortega Torres (Eds.), *Actas del VIII Congreso sobre Migraciones Internacionales en España (Granada, 16-18 de septiembre de 2015)* (pp. S29/3–S29/14). Granada: Instituto de Migraciones.

¹ Forma parte de una investigación y seguimiento a una comunidad translocal con prácticas transnacionales que desde 1989 hemos realizado. Así como de la tesis doctoral en curso de Sara Morán.

Contacto: mixteca_migration@hotmail.com, sara_moran1@yahoo.com.mx

Uno de los retos metodológicos de investigación en el terreno de la migración, es comprender la intersubjetividad como un tipo de acción afectiva que da paso al intercambio lingüístico, ideológico y emocional en el espacio social translocal. Autores como Goffman (1981) muestran las conductas externas de los encuentros sociales, desde la perspectiva del reconocimiento o negación del estatus de los participantes en la interacción social, proceso directamente asociado a los sentimientos de diferencia o respeto en unos casos, y de vergüenza en otros. En Giddens (2000) la estructuración social no es posible comprenderla sin un referente emocional. Comprender una emoción equivale a comprender la situación y la relación social que la produce. El sentimiento está íntimamente vinculado a su específica naturaleza social (Bericat, 2000). Las emociones secundarias, están condicionadas cultural y socialmente. La nostalgia, como la vergüenza, la decepción, el amor, la culpa o el resentimiento son emociones secundarias, vinculadas a las emociones primarias (el miedo, la ira, la tristeza). Algunos autores incluyen entre las emociones primarias el miedo, la ira, la depresión o la satisfacción (Kemper, 1978), mientras que otros incluyen la satisfacción-felicidad, la aversión-ira, la decepción-tristeza y el sobresalto-sorpresa (Bericat, 2000). En contextos migratorios, sentimientos como la añoranza, el miedo, la alegría son manifestados en el ciberespacio. Para algunas comunidades, las redes virtuales desempeñan un vigoroso papel en la reconfiguración del espacio social transnacional.

En la comunidad de El Rosario las autoridades civiles y religiosas se unen en una compleja actividad organizativa. La costumbre descansa sobre el principio básico de ayudas mutuas; mano vuelta, correspondencias (reciprocidad) y tequio (faena o trabajo colectivo de carácter obligatorio, no remunerado) de la comunidad indígena mixteca. Observar esta dinámica en un espacio no acotado por el territorio, es la peculiaridad, pues se trata de una práctica en condiciones de migración. Una nueva dimensión del espacio social comunitario no es solo el hecho de que la comunidad no esté reunida en una topografía, sino que acuerdos y reconocimientos sobre asuntos comunitarios (fiestas patronales, obra pública, entre otros) se exhiben y dirimen también en el ciberespacio que, pese a ser aún menos concreto que la noción espacial de territorio, da cohesión y ha aportado un elemento dinámico para preservar a la comunidad. El Facebook, YouTube, Whatsapp, Skype y un blog, son las plataformas del espacio virtual donde hay una reproducción de prácticas sociales, aún las más ancestrales y fundamentales para dar una nueva dimensión a una comunidad translocal, multisituada, ciberubicada.

En *N̄nu Savi* (pueblo de la lluvia), su nombre en lengua mixteca, las categorías de región sustentadas en delimitaciones físicas resultan insuficientes para definirla; un constante flujo multidireccional de relaciones sociales, económicas, culturales y políticas enlaza diversas comunidades tanto en México como en los Estados Unidos, da paso a una región multisituada con prácticas transnacionales. Este fenómeno, en parte, debe su emergencia a diversos procesos migratorios pero no puede reducirse a ello, es necesario construir marcos analíticos que den cuenta de la interconectividad de la migración.

La migración de los rosareños han redimensionado las prácticas sociales; la pertenencia es replanteada, la membresía es renegociada y contendida debiéndose generar estrategias para su sostenimiento. La comunidad translocal opera a través de relaciones multisituadas que revelan las formas en que los migrantes se van adecuando a las nuevas exigencias de la comunidad.

Nacer en un lugar, vivir la infancia en otro, construir la adolescencia en un nuevo espacio, casarse en uno más, imaginar las implicaciones de envejecer lejos, son los entramados de la existencia a la que se enfrentan los mixtecos migrantes de El Rosario. El mito de retorno al lugar de origen remite a la relación que los sujetos mantienen con sus sociedades. El lugar es la referencia al sitio donde nacemos, crecemos, estudiamos o construimos nuestro proyecto de vida, su persistencia en la memoria se nos impone como espacio de nostalgia a través de un conjunto de recuerdos y sensaciones. El lugar de origen se constituye como espacio tangible de la experiencia cultural en la construcción del sentido de pertenencia de los sujetos que han desarrollado sus trayectorias de vida de manera translocal.

Pero el lugar no es una entidad única y homogénea, pierde su consistencia al aplicarle una mirada histórica, en ese sentido, nociones como la localidad y comunidad de origen se fragmenta o redimensiona. Pensar en términos de puntos de origen y destino se convierte en una visión dualista que simplifica y poco revela al proceso migratorio. Las trayectorias de vida están engarzadas en diversos puntos de remembranza, lo que implica diversos mundos de significado y sentido en relación a los

demás. Las experiencias de vida conectan a los actores con múltiples lugares donde se reproduce el espacio social comunitario.

La construcción, consolidación y sostenimiento de actividades translocales son resultado de una combinación de procesos que involucran instituciones y prácticas generadas desde diversos ámbitos por actores individuales y colectivos. Irrumpen en la escena pública de diferentes formas y magnitud; gobiernos locales, municipales, estatales y federales, iglesias y sus diferentes denominaciones, congregaciones religiosas independientes, manifestaciones culturales de diverso tipo, entre otros.

Nuestro objetivo es compartir el caso de una comunidad mixteca translocal, cuya concurrencia al ciberespacio permea la reconfiguración del espacio social, donde emociones como la añoranza, el miedo, el amor, entre otros, son revelados. Nos detenemos en preocupaciones metodológicas de corte etnográfico para acercarnos a sujetos sociales que han integrado el ciberespacio como contexto de reformulación de la pertenencia, de renovación de los vínculos de amistad, parentesco, y construcción de formas virtuales de gobernanza. Una reflexión que nos interesa es la noción de comunidad a la luz de la migración de sus miembros y de sus permanentes acciones para garantizar su pertenencia.

1. EL CIBERESPACIO Y LOS RETOS METODOLÓGICOS DE LA ETNOGRAFÍA

Abordar aspectos como la reconfiguración del espacio social de los rosareños ha requerido de una etnografía móvil y un análisis descentrado para examinar las tramas de significación cultural, y así recuperar las trayectorias de los sujetos en diferentes formaciones culturales y diversos sitios de actividad (Marcus, 2001), con el fin de captar el *modus operandi* de la comunidad. Desde el año de 1989 hemos dado seguimiento a esta comunidad, lo que nos ha permitido recuperar las trayectorias de los sujetos. Esta estrategia fue impulsada por las mismas lógicas de movilidad de los rosareños: “seguir empíricamente el hilo conductor de procesos culturales lleva a la etnografía multilocal” (Marcus, 2001: 113), en la que incluimos la etnografía en el ciberespacio. Con la observación en las múltiples locaciones podemos dar cuenta de la complejidad de las conexiones que operan en la reconfiguración de la comunidad.

Ciberetnografía, webnografía, netnografía, etnografía virtual; digital, de la red, conectiva, mediada, son algunos de los nombres que se le han dado al análisis cualitativo del ciberespacio, hay una emergencia en virar a revisar las posibles implicaciones de la aplicación del clásico método etnográfico para tal, se cuestionan las características e importancia del trabajo “cara a cara”, se busca entre sus resquicios cómo se pueden observar los discursos textuales del cibernauta. Emergen legítimas preocupaciones metodológicas por preguntarse si lo digital altera las bases epistemológicas de la etnografía. Así como si con las premisas del método etnográfico se pueden estudiar fenómenos en contextos virtuales. El análisis en el ciberespacio, tiene impreso un dejo baladí pero a la vez innegable y contundente.

Con el método etnográfico clásico se intenta revelar los significados que sustentan las acciones e interacciones que constituyen la realidad social del grupo estudiado, cuestión a la que nos acercamos mediante la participación directa, la llamada observación participante, las entrevistas, todo ello mediante el imprescindible trabajo de campo.

¿Cómo nos acercamos al análisis del ciberespacio, contexto al parecer inasequible?

Hay quienes consideran que esta forma de hacer etnografía es más bien para los estudios de mercado, otros piensan que es una forma válida de hacer investigación, pero que no puede ser llamada etnografía. Uno de los aspectos que se le cuestiona a la observación en el ciberespacio es la poca relevancia que tiene por su “objeto de estudio”: la dimensión virtual, pero ese no es su objeto de estudio, su objeto serán las acciones de los sujetos sociales en este espacio, no la virtualidad en sí. La confusión quizá esté en que la virtualidad es una condición inherente del ciberespacio. Desde una perspectiva etnográfica clásica, los resultados que se desprenden del ciberespacio son de carácter “ficticio” e “irreal”, mientras que las investigaciones *in situ* y cara a cara, son “reales” y “verdaderas”. La palabra virtual puede entenderse al menos de tres maneras: en un sentido técnico ligado a la informática, un sentido corriente y un sentido filosófico:

La fascinación suscitada por la ‘realidad virtual’ viene en gran parte de la confusión entre estos tres sentidos. En la acepción filosófica, es virtual *lo que no existe más que en potencia y no en acto*, el campo de fuerzas y problemas que tienden a resolverse en una *actualización*. Lo virtual está más allá de la concreción efectiva o formal (el árbol está virtualmente presente en la semilla). En el sentido filosófico, lo virtual es evidentemente una dimensión muy importante de la realidad. Pero en el uso corriente, la palabra ‘virtual’ se emplea a menudo para significar la irrealidad, la ‘realidad’ que supone una efectuación material, una presencia tangible (Lévy, 2007: 32)

El ciberespacio ha sido considerado como un entorno de comunicación e información “endebles” en cuanto a valor social, como si lo que en él acontece no fuese asunto de la vida offline, como una actividad fuera de la corporeidad, fuera de la consideración de sujetos con un perfil étnico y de género. Las relaciones que en él se establecen llegan a lo sumo a ser consideradas, como “redes sociales de segundo orden”. Se entiende la distinción en términos metodológicos, pero las relaciones de las redes sociales del ciberespacio permean a la sociedad, constituyéndose en referente obligado de consulta y acceso. Para la comunidad de El Rosario la socialización online es una actitud cotidiana individual e institucional.

El ciberespacio tiene características específicas, que al igual que la vida online depende de los contextos en los que se desarrolle el problema de investigación. Un error es querer emular la vida offline al contexto del ciberespacio. Tiene sus propias lógicas y alcances, ante ello el investigador debe dotar de las coordenadas en las que sus actores sociales se relacionan.

Una acotación importante es destacar que la etnografía no es “virtual”, el contexto es el que hace la diferencia. Solo debemos enunciar desde el contexto donde el fenómeno es observado.

Se han interiorizado los dos espacios y los llevan a la vida cotidiana:

Contexto offline alude online

Carlos: -¿Quién dijo?

Iris: -Griselda

Carlos: -¿Vino? ¿o en face?

Iris: -En su muro

(Carlos 35 años, Iris 55 años. Santa María California. Agosto de 2014)

Uno de los trabajos sistematizados sobre etnografía en el ciberespacio es el intitulado “Etnografía virtual” de Cristine Hine que pone en la discusión la el trabajo de campo “cara a cara”:

[Observo a] “...la llamada crisis de la etnografía como una oportunidad para estudiar una nueva aproximación a Internet desde una perspectiva etnográfica replanteada. Una aproximación desde un tipo de interacción sin precedentes y desde un nuevo objeto de estudio (sin parangón dentro de la etnografía tradicional). Tomaremos la etnografía como una práctica textual y una destreza adquirida y como una experiencia artesanal que pone en entredicho los fundamentos tradicionales basados en la presencia prolongada del investigador en un espacio físico determinado” (Hine, 2000: 57)

Hine utiliza de manera inapropiada la metáfora para describir el trabajo que hacemos en el ciberespacio, el vergonzoso término “fisgonear” o “merodear”, deja mucho qué desear para quienes hacemos observación en el ciberespacio, lo que nos remite a principios éticos de observación:

El etnógrafo del ciberespacio puede, evidentemente, fisgonear de forma que el de a pie no puede. En un contexto físico, un observador está siempre marcado por su diferencia. Incluso aunque guarde total silencio. Caso radicalmente diferente del de los merodeadores del entorno virtual, quienes pueden pasar desapercibidos. Ahora bien, adoptar el merodeo equivale a renunciar al argumento de autoridad etnográfica basada en el análisis sustentado en la participación (Hine, 2000: 63)

A la misma autora le parece un problema conocer a la “audiencia” de estudio, así como lo “impráctico” de hacer trabajo de campo cara a cara durante largos periodos, su planteamiento hueco, nos hace suponer, que ha encontrado en el ciberespacio la veta para desentrañar la vida offline. Pero los mundos online y offline se conectan entre sí de maneras complejas, no se contraponen ni se excluyen. En nuestra investigación contamos con el beneficio de conocer a los sujetos que concurren al espacio virtual, de constatar el entrecruzamiento de acciones con una interpretación fundamentada en la observación de campo cara a cara. No utilizamos virtual como concepto antitético a real, con él

aludimos al espacio de observación: "es la búsqueda de la etnografía desde un imaginario multisituado" (Marcus, 2001: 3).

2. EL ESPACIO SOCIAL COMUNITARIO

Un impacto de la migración ha sido la extensión *del sentido de comunidad mucho más allá del territorio*. La comunidad es redefinida, puede ser entendida como una colectividad cultural basada en un conjunto de relaciones y pertenencias sociales significativas que permite a los migrantes residir fuera de la localidad, de la región o del país de origen. La migración construye espacios sociales de múltiples dimensiones, compuestos por acciones interrelacionadas de frecuencia continua o laxa, institucional o no institucional, sin límites territoriales.

Mantener sólidas prácticas socioculturales desde los diversos lugares donde se radique inclina a una redefinición de la concepción de comunidad, la que puede ser entendida como una colectividad fundamentada en un conjunto de relaciones socioculturales vinculantes, que permite a sus miembros la pertenencia, independientemente del lugar donde se radique. Pertenecer implica el reconocimiento de los miembros de una comunidad a partir de dos aspectos centrales: 1) compartir un núcleo de representaciones sociales; 2) desempeñar un rol dentro de la comunidad. "La comunidad indígena deja de ser pensada como una unidad territorial y jurídica para convertirse, fundamentalmente, en un constructo cultural, en una unidad de pertenencia y lealtades que implica criterios de membresía" (Oehmichen, 1999: 324).

Los mecanismos que producen las formas de acción que trascienden los límites espacio-temporales se despliegan para hacer frente a nuevas formas de socialización fuera de topografías determinadas. Los migrantes mixtecos se involucran en formas de negociación y la apropiación de espacios translocalizados. El concepto de translocalidad sugiere cambiar atributos temporales y espaciales que nos ayudan a superar los límites de la visión dualista: local-global (Ayora, 2002).

Harvey (1990) considera el espacio y el tiempo como construcciones sociales, son el resultado de acervos culturales de los grupos sociales. Al hacer referencia a un espacio socialmente producido, se tienen en cuenta los hechos objetivos a los que los individuos y las instituciones responden. Las representaciones tanto del espacio como del tiempo surgen de las prácticas sociales, los que son instrumentos de regulación de dichas prácticas. El tiempo y el espacio son constantemente creados y recreados, para ser amoldados a las características del momento actual.

Las instituciones modernas pueden aunar lo local con lo global, Giddens (1990) nos propone la idea del desanclaje de los sistemas sociales, el que entiende como "despegar" las relaciones sociales de sus contextos locales de interacción y reestructurarlas en indefinidos intervalos espacio-temporales. Internet aumenta las posibilidades de reestructuración en términos tiempo-espaciales. El agente de cambio no es la tecnología en sí misma, sino los usos y la construcción de sentido alrededor de ella.

La pertenencia a la comunidad está en constante negociación y se inscribe en una arena de contienda. La filiación por nacimiento ha dejado de ser un referente, se puede ser reconocido como miembro de la comunidad aun sin haber nacido en ella o dejar de serlo pese a haber nacido en ella. El ejercicio del poder se manifiesta en la facultad de otorgar el estatus de pertenencia a la comunidad: vecinos, paisanos y ciudadanos, son categorías de adscripción que los rosareños han generado dadas las características de su comunidad. Existen profundas diferencias en los contenidos concretos y simbólicos en estas categorías, los cuales algunas veces son equiparados.

Nuestra referencia empírica es una comunidad mixteca cuya localidad de origen (Junta Auxiliar El Rosario Micaltepec) se encuentra en el Estado de Puebla, México. Entre los diversos puntos donde se han asentado los rosareños son: el Distrito Federal, la ciudad de Puebla, Nueva York y Santa Ana y Santa María California en los Estados Unidos. El espacio social translocal es la expresión de la construcción de un nuevo sentido de pertenencia. En los últimos años el ámbito de las decisiones comunitarias interactúa en un nuevo complejo de relaciones sociales, las cuales no se focalizan sólo en un punto, este ámbito es multilocal. Al ampliarse la comunidad sus miembros han debido adecuar estrategias para su sostenimiento. La comunidad aglutina a sus miembros a través de mecanismos (por

la vía institucional) como el nombramiento y/o colaboración en cargos civiles y religiosos. Otorga membresía a través de una serie de situaciones basadas en la inclusión/exclusión. Se encuentra inmersa en dinámicas de cambio que rebasan los límites territoriales y redefinen las acciones de sus miembros.

2.1 La comunidad en el ciberespacio

Mihaela Nedelcu (2009) en su trabajo sobre la diáspora rumana analiza acciones que cambiaron a través de Internet, descuellan las prácticas virtuales en la emergencia de un espacio transnacional multipolar en el que la copresencia de migrantes y no migrantes se reúnen y trabajan juntos en una nueva esfera pública transnacional. Las TIC (Tecnologías de la información y la comunicación) son modos intrínsecos de la vida cotidiana que han permitido formas relacionales sin parangón. Nedelcu (s/f) analiza las relaciones intergeneracionales de los migrantes rumanos, las que adquieren una dimensión “extraterritorial” novedosa, las que a su parecer, forman nuevos habitus transnacionales:

De la era digital emergen nuevas características en el migrante, es un actor social que se construye en la movilidad, que le permite echar raíces en todo el mundo, mediante la mezcla de referentes locales, nacionales y globales, la movilización en línea, la acción colectiva y la participación ciudadana ya que Internet también forma un espacio para movilizar a los migrantes, crea esferas públicas translocales. Se genera así un nuevo modelo participativo, en el que la localización de personas y recursos se convierte en secundario (Nedelcu, s/f: 3)

La constitución de una comunidad virtual se fundamenta en la interconexión, en la que se comparten elementos significativos básicos para un colectivo y se desempeña un rol dentro de la comunidad. El territorio se define por sus límites y su centro. Está organizado por sistemas de proximidades geográficas. Por el contrario, cada punto del ciberespacio está en principio copresente en cualquier otro. Howard Rheingold (2004) fue quien plantea por primera vez en su libro “La comunidad virtual. Una sociedad sin Fronteras”, el nacimiento de un nuevo tipo de comunidad, que reuniría a la gente online en torno a valores e intereses compartidos, los que generarán vínculos solidarios, amistosos los que en algún momento podrían –o no- interactuar “cara a cara”.

Los usos cotidianos de Internet y las relaciones espacio-temporales se tejen con su uso, como diría Giddens: “las dimensiones vacías del tiempo y del espacio”. Con la universalización del concepto del tiempo se hace posible la coordinación a pesar de las distancias. Estamos, como señala Barbero, en el “... descentramiento de tres órdenes, el de los saberes, los territorios y los relatos” (Martín-Barbero, 1998) y frente a transformaciones socioculturales que afectan las formas como se venían entretejiendo las tramas de las relaciones sociales y simbólicas.

Se ha atribuido a que la sociedad en red es producto de la tecnología, más bien, la tecnología ha posibilitado que las formas organizativas en red se desarrollen. El desarrollo tecnológico es uno de los factores que la han propiciado, pero no el único. “La red es el mensaje”, Castells (2001) lo enuncia para señalar que el contenido de un mensaje es indisociable de la forma en que se transmite: la red es el medio y es la forma organizativa de la sociedad.

Para Marshall MacLuhan (s/f) con la invención de la imprenta el mundo se hizo transportable, es la aparición del “*homo typographicus*”. Castells equipara la invención de la imprenta (la socialización de) con la concurrencia al ciberespacio, pero fundamentalmente seguimos siendo la galaxia Gutenberg.

3. ITINERARIOS DE LA AÑORANZA; LA MIGRACIÓN DE LOS ROSAREÑOS

Los antecedentes de la migración rosareña datan de 1930, fue interna y temporal, principalmente hacia el estado de Veracruz, como trabajadores agrícolas en el corte de caña y café y como trabajadores manuales en las empacadoras de piña, esta migración fue masculina. En los años cincuenta del siglo pasado, la migración fue principalmente hacia Cuautla, el trabajo también era estacional y masculino, la gente se dedicaba al corte de jitomate. Esta fase de migración interna hacia los centros de producción agrícola comercial, coincide también con la migración a los Estados Unidos dentro del Programa Bracero, el que en el pueblo tiene antecedentes desde 1961, es decir, tres años antes de la conclusión del programa.

Los mercados temporales de trabajo le permitieron a los rosareños desplazarse sin abandonar el único cultivo al año de sus tierras de temporal. De esta manera pudieron combinar el ciclo de cultivo local

con las estancias laborales temporales. La cría de animales y el tejido de sombreros de palma eran una parte importante en el sostenimiento de las familias ante la ausencia del jefe de familia.

Entre 1950 y 1955 trabajaron como albañiles en la construcción de la Presa Miguel Alemán en el estado de Oaxaca. Ahora ya tenían contratos de trabajo anuales, sus estancias fuera de la comunidad fueron más largas que como jornaleros agrícolas, donde la temporalidad de su ausencia dependía del cultivo en el que se trabajara. Su participación en las obras de construcción, incorporó a los varones en otras opciones laborales diferentes a la agrícola como la albañilería o como peones en la apertura de caminos. Aquí se sitúa un antecedente importante sobre los procesos organizativos del pueblo, ya que mientras estaban en la construcción de la presa se reunieron para captar recursos para la celebración de la fiesta patronal: “nos pusimos de acuerdo en cooperar y mandarlo para hacer algo, extrañábamos hartos, y uno lejos, siempre quiere uno hacer algo” (Delfino R, 60 años. El Rosario. Enero de 1990). El ingreso a los empleos urbanos, será el siguiente paso de los migrantes, a la par del establecimiento de una prolongación de la comunidad. Aquí la comunidad se translocaliza, las familias se dividen con la migración a la ciudad de México, surgen las categorías de adscripción: vecinos paisanos y ciudadanos.

El Programa Bracero repercutió en El Rosario incorporando a algunos sus miembros. Este proceso migratorio a los Estados Unidos no generó redes migratorias transnacionales que conectaran a El Rosario con los diferentes lugares hacia donde se dirigieron a trabajar. La temporalidad de los contratos les permitió reintegrarse a las labores de la cosecha, al igual que en la migración interna hacia Veracruz o Cuautla. La ambivalencia en la percepción sobre un contexto laboral ríspido con la posibilidad de mejoras en la situación económica ha acompañado el largo proceso migratorio de los rosareños. La demanda de gente en el norte era vista como una cuestión oficial del municipio. El amparo de un oficio emitido por el municipio daba alguna certeza. Poco se sabía del lugar de destino y las condiciones de trabajo, los contratistas o enganchadores enunciaban: “¿Quiénes quieren ir a aventurar la vida?”.

Los testimonios de los involucrados en el programa hablan de las dificultades de vivir en su pueblo, de la búsqueda por proveerse de lo mínimo indispensable para la subsistencia, pero no están exentos de los beneficios y el disfrute de tener una experiencia “por ir a ver qué hay allá”, esta les confiere prestigio en el grupo.

Con el desplazamiento al Distrito Federal hay un cambio en el patrón y dinámica migratoria, ya que se migra por periodos largos con el consecuente “abandono” de las labores agrícolas, en algunos casos se generaron estrategias como dar los terrenos “a medias”, el pago de jornales o dejar que los familiares se hicieran cargo. En la colonia 1ª. Ampliación Santiago Acahualtepec de la Delegación Iztapalapa, en el Distrito Federal están asentadas unas 100 familias procedentes de El Rosario. Actualmente las segundas generaciones han formado cerca de 300 familias (Estimación de la Asociación Micaltepecana). Al llegar, el lugar les ofrecía espacios, sus primeros habitantes llaman a otros miembros de la comunidad a vivir en este lugar. El flujo hacia Ampliación Santiago se alimenta de otros rosareños radicados en la misma ciudad de México o de los nuevos miembros que parten directamente de la comunidad de origen a vivir de manera temporal con sus amigos o parientes mientras construyen sus casas. La ausencia de recursos materiales es un fuerte impedimento para edificar, una opción es la reproducción de las prácticas comunitarias como la mano vuelta, donde entran en calidad de “préstamo” no sólo la mano de obra, también los materiales para la construcción. Otras prácticas comienzan a desarrollarse, una de ellas fue la vigilancia de las casas, frente a los robos que azotaban al barrio y la falta de seguridad. La migración a la ciudad de México incorpora a los diferentes géneros y grupos de edad, cuestión que no sucedía con el Programa Bracero o con los trabajos temporales en Veracruz y Cuautla o en la Presa Miguel Alemán. Algunas mujeres comenzaron a trabajar como empleadas domésticas. Las redes que los insertan en el circuito migratorio son integradas por familiares, amigos, conocidos y compadres, les brindan el espacio para vivir, los contactos para conseguir trabajo, es ahí donde se reproduce a la comunidad en sus nuevas dimensiones espaciales.

El aceleramiento del proceso migratorio en este periodo enfrenta a las familias de El Rosario a diversos problemas, uno de ellos será la ausencia de mano de obra para la realización de las tareas agrícolas y los nombramientos de los sustentantes del sistema de cargos. Es en esta etapa migratoria cuando en 1968

se forma la llamada Asociación Micaltepecana, organización cuyo principal objetivo es trabajar para mejoras del pueblo y de sus habitantes:

Fue en 1968 al 69 cuando organizamos la primera mesa directiva de paisanos que se vino al pueblo; entonces no había carretera y nosotros veníamos en una calle vieja que era la principal. Primero nos pusimos a platicar todos los que estábamos trabajando en México, fue un domingo que era cuando descansábamos, nos juntamos en un parque y platicamos que por qué no íbamos cada fiesta del pueblo (Beatriz Gómez, 58 años. Agosto de 1994. El Rosario)

La migración hacia la ciudad de México ha sido reemplazada por la migración hacia Estados Unidos, pasando a ocupar en esta generación el segundo lugar como punto de destino.

La migración se irá constituyendo a lo largo de las últimas décadas del siglo XX, hasta llegar a la migración a los Estados Unidos que inicia en los ochenta y se consolida en los noventa. El enorme peso de la migración interna, implicó para la comunidad transformaciones en los últimos cuarenta años en el conjunto de la organización social. El proceso de disminución alcanza su clímax a partir de la década de los noventa, en contraparte la migración internacional incrementó su importancia.

Nueva York se ha constituido en el principal destino. Viven en 16 casas, trece de ellas se ubican en Brooklyn, una en el Bronx, otra en Staten Island y una más en Nueva Jersey, en ellas habitan 44 familias, 79 son personas mayores de edad y 73 niños, todos nacidos en Nueva York, sus edades van de uno a los 17 años. Laboran en el sector servicios, principalmente en restaurantes de comida rápida como lavaplatos, cocinando o haciendo entregas a domicilio. Entre los mismos migrantes se llega a emplear a las mujeres como niñeras.

En Santa María California la actividad es agrícola, en la siembra y cosecha de fresa, brócoli y en las “nursurías” (viveros), salvo el caso de la primera pareja que llegó a este lugar cuya calidad migratoria es de residentes, el esposo es jubilado de una empresa de la construcción, la esposa trabaja como niñera y prepara alimentos para fiestas, ambas labores las realiza en su casa, eventualmente labora en las empacadoras locales. En lugares como Anaheim, Sana Ana y Orange los trabajos se diversifican, comerciantes informales y el sector servicios entre otros. A la par de los cambios en los patrones migratorios se va generando el retorno de un grupo de migrantes. Esta reinserción tiene como elementos causales no sólo los factores de orden estructural como la crisis económica. Influyen también en el peso de la decisión de los “retornados” diversos elementos, dentro de las cuales destaca la posición que ocupan dentro del grupo doméstico, y el ciclo vital por el cual éste atraviesa, el deseo de reincorporarse a la vida social de la comunidad después de una estancia cuya dimensión en el tiempo será variable, la añoranza, la familia, los conocidos, o conflictos de orden interétnico.

[...] se regresa, por varias razones, algunas veces se nos muere alguien, o nuestros papás están viejitos, y no hay quien se haga cargo de ellos ¡ni modo que el ahijado dé la cara!” (Rosario Mendoza, 45 años. Enero de 2010. Santa María California)

Algunos de los radicados en Estados Unidos o en el Distrito Federal externan su deseo por ver crecer a sus hijos, “sacarlos adelante”, acumular un capital que les permita poner un negocio o vivir cómodamente y regresar a su pueblo de origen. Saben que esta expresión de añoranza se contrapone con el nuevo tipo de vida, donde no quisieran perder ninguno de los dos espacios: “si aquí vivo de joven, cuando menos de viejo irme a mi pueblo, allá a morirme, aquí no” (Herni M., 33 años. Nueva York, 2007).

3.1 Prácticas comunitarias en el ciberespacio

En el lenguaje de la cibercomunicación “nativos digitales” son aquellas personas que “nacen” con las herramientas tecnológicas de acceso a los medios virtuales, los que les son inherentes. Aquellos que no nacimos en el mundo digital pero que adoptamos aspectos de la nueva tecnología somos “inmigrantes digitales” (Prensky, 2001). En la comunidad rosareña los nativos están representados por las segundas y terceras generaciones, los niños y los adolescentes. La mayoría de usuarios de las redes sociales son inmigrantes digitales, ellos han debido apropiarse de las tecnologías haciendo un esfuerzo mayor que aquellos que nacen con ellas, los principales usuarios del ciberespacio –contrario a lo que se argumenta en la literatura- no son los jóvenes, sino son aquellas personas que han migrado, ya sea a los Estados Unidos o a la Ciudad de México.

El antecedente de la concurrencia al ciberespacio es la creación del Blog de El Rosario en octubre de 2007 por parte de los radicados en el Distrito Federal, a la fecha (7 de mayo de 2015) cuenta con 1000 visitas.

La presentación de dicho blog describe de la siguiente manera aspectos de la localidad:

Ubicación: altitud 1209 metros sobre el nivel del mar. Población: 280 habitantes. 2 ferias al año. Servicios: una clínica del IMMSS. Un albergue. Instituciones: un jardín de niños. Y una escuela primaria. Además cuenta con una banda de música de viento, representado por el maestro Clemente Cruz. También existe un grupo de "maroma" orgullo de la comunidad del rosario a cargo del líder Salvador Mtz. <http://feriaelrosario.blogspot.mx/2007/10/torneo-de-futbol.html>

La comunicación en la plataforma de Facebook, desplazó la concurrencia del blog de El Rosario, como menciona Omar Carvajal de Anaheim, California: "como ya todos tienen Facebook, ya nadie escribe nada" (7 julio de 2011). A finales de este año la red de contactos se expande, es a partir de 2012 cuando en todos los lugares donde la comunidad se haya asentada se conectan.

Los contactos no tienen una selección generacional, adolescentes y adultos se agregan como amigos: "¿Y este quién es? ¡Ah! Ya vi, es el hijo de Tino López, el que está en California". Es en California donde inicia la red de contactos en Facebook, de ahí se expande a la ciudad de Nueva York, después a la Ciudad de México, para terminar en la localidad de origen.

La conexión a Internet la realizan principalmente por teléfono celular, una imagen común es ver a los usuarios consultando constantemente sus teléfonos "para ver qué publican" y comentarlo con la familia. Solo los estudiantes consultan mientras están haciendo tareas frente a la computadora o su iPad. En la Ciudad de México, cuentan con equipos de telefonía móvil de última generación de las más variadas marcas.

En la comunidad de origen el acceso también es por teléfono celular, los modelos van de los sofisticados de última generación a los simples, pero que cuentan con las herramientas de conexión a la red de Internet. No en todo el poblado se tiene la posibilidad de conectarse, la señal falla, así que hay que subir a las azoteas de las casas o buscar un punto en el parque "...una rayita... dos rayitas..." hasta encontrar la conexión adecuada para ver las noticias de sus contactos o algún video en YouTube. La otra opción es acudir al cibercafé, instalado en el centro del poblado en el año 2012. Los ancianos y adultos que no tienen posibilidades de manipular algún equipo se valen de alguien cercano que les pueda mostrar y/o leer lo que la comunidad publica, un ejemplo: "A ver, tú, enséñame el bautizo de María" refiriéndose a las fotos publicadas en Facebook.

Las principales publicaciones son sobre "lo bonito que es el pueblo", el "cómo se divierte la familia" (en ocasiones utilizan esta expresión para referirse a otros miembros del grupo con los que no tienen vínculos parentales, en lengua mixteca el término familia existe bajo la expresión *ñani estando* que significa "entre nosotros" o *ini indundo* "somos los mismos"), los alimentos que consumían en la comunidad de origen, con imágenes muestran que lo han replicado, argumentan de quién es la receta, los likes no se hacen esperar: "Invita Esmel!" esto ha sido motivo de provocación y reunión, así es como se han acordado encuentros, los que en Nueva York no tienen mayor novedad, pero en el estado de California, puede implicar desplazarse durante siete horas con los consiguientes riesgos de manejar sin documentos, y ser deportado.

La Asociación Micaltepecana y los diversos comités encontraron en Facebook, una de las maneras de solicitar, gestionar, consultar, exhibir apoyos o acciones comunitarias y así dar un claro rendimiento de cuentas: "Queridos paisanos, gracias por sus apoyos, que desde donde están, nunca se olvidan de su pueblo, que no se olvidan que aquí está enterrado su ombligo", texto acompañado de imágenes de las obras que fueron realizadas con recursos de los radicados en Estados Unidos y el Distrito Federal, con el consiguiente trabajo de los que se quedan en el pueblo.

En el año de 2012, se hizo llegar a Nueva York una imagen de bulto de la virgen de El Rosario, la que "han sacado a caminar", una familia la toma en custodia durante una semana, de ahí la llevan en peregrinación por las calles de Brooklyn a otra casa, hasta que llegue el día de su festividad, cuando la llevarán a la iglesia. En cada hogar, al recibirla, se hacen rezos y se ofrece una cena: "lo que sea, la

voluntad de la familia”, los asistentes dejan una cooperación en dólares, los que serán enviados al pueblo para alguna obra o aspecto de la celebración. A inicios de este año solicitaron les enviaran una imagen del Señor de la Salud, para tenerlo en custodia también, ambos son los santos patronos de la comunidad. Estos eventos son registrados en video y fotografías, los suben a Facebook, la comunidad multisituada comenta los eventos, comparte cómo han celebrado la festividad en el lugar donde se radique, y exaltan los beneficios de poder estar conectados.

En enero de 2015 las autoridades del pueblo nombraron a una radicada en Nueva York como la *representante legal* de los paisanos radicados en los Estados Unidos, esto fue notificado mediante un oficio con sellos y firmas, solicitaron se publicara en Facebook para el conocimiento de la comunidad. Esto viene a constituir la construcción de formas virtuales de gobernanza.

Los sentimientos de temor son evidentes, el miedo a no regresar al pueblo, el que sus hijos nacidos en la Unión Americana no quieran alguna vez vivir en México, a la relación a veces ríspida con otras minorías étnicas o la deportación, entre muchos otros. La permanente conexión ha ayudado para notificar (en California) el lugar donde están apostados los retenes, se publican fotografías, ubicación y mensajes como estos:

-Truchas (atentos, alertas), retén en harbor y la palma en Anaheim.

-Gracias amigo, yo vivo cerquita y no sabia.

-De la que se salvo roberto !!! otro poco y le toca a el.

-LUEGO SEGUN SE ECHO DOS CHELAS EL ESPINA YA ES D.U.I (Driving under the influence)

También es un espacio para la alianza matrimonial, los rosareños son endógamos, sus alianzas matrimoniales son con personas de la misma comunidad y a veces de la región de origen. Ante el recrudescimiento de las fronteras, sus posibilidades de viajar a las fiestas patronales, que era el contexto de encuentro de un posible noviazgo, se han visto nulificadas. El Facebook, Whatsapp y Skype han permitido la vinculación con posibles parejas. Tres radicados en Nueva York han establecido relaciones formales, uno de ellos la inició en Facebook, avanzaron con mensajes por Whatsapp, después formalizó la relación pidiendo matrimonio vía Skype, con una mujer que no ha tenido un encuentro físico desde hace ocho años, “pero nos vemos, todas las noches nos conectamos, y ya platicamos, le pedí que nos casáramos y aceptó, yo estoy juntando más dinero, en noviembre, si Dios quiere, estaré con ella. Ya me quiero regresar” (Juan F. 27 años. Nueva York. Abril de 2015).

4. CONCLUSIONES

La comunidad translocal mixteca rosareña es abordada desde la narrativa de los actores sociales, las motivaciones que descansan en sus acciones, las cuales se expresan en una agenda de corte translocal, mediante la cual sostienen vínculos comunitarios. Los migrantes mixtecos de El Rosario, crean, sostienen, reproducen y transforman un conjunto de prácticas que les permite renovar su pertenencia. Destacamos la pulsión emocional, la nostalgia, como uno de los vehículos de sostenimiento de la comunidad. La comunidad translocal es redefinida y comprendida en un conjunto de relaciones socioculturales, que generan sus miembros sin importar su lugar de localización. Frente a la ausencia de una reforma migratoria que otorgue certidumbre a los migrantes, y les permita desplazarse. La pertenencia y membresía se constituyen en ese entramado de relaciones que escapan al control del Estado nación y erigen su mundo de significados y sentido. Las redes sociales de El Rosario cuyo crecimiento y adaptación permite la recreación de la comunidad está permeada por el ciberespacio donde aspectos como el amor, la nostalgia, la alegría o el miedo son manifestaciones evidentes. La mirada recurrente para observar a la comunidad transnacional remitía al análisis de las acciones más visibles del campo social: la fiesta patronal, los apoyos para obra pública, las remesas económicas y culturales, sus participaciones en el sistema de cargos, la visión bifocal de “migrante temporal o definitivo”, entre otros. En los últimos años la concurrencia a los espacios virtuales nos demanda una nueva óptica para estos procesos sociales donde los individuos reproducen y dirimen asuntos y negocian su membresía y pertenencia, cuestión que revela las formas en que los actores sociales se van adecuando a las nuevas exigencias donde la localidad no es central, sino la conexión. Consideramos que

una perspectiva multilocal permite mostrar la complejidad del proceso, dejando atrás las visiones pendulares o bifocales, las que a la luz de las nuevas dinámicas sociales se diluyen.

Los contextos de constante cambio han generado diversos planteamientos a partir de los cuales se ha explicado las causas y consecuencias de la migración de mexicanos tanto al interior del país como fuera de las fronteras nacionales. Sin embargo, la naturaleza compleja de la migración ha hecho que gran parte de estos planteamientos sean insuficientes para entender de manera puntual los desplazamientos y acciones de hombres y mujeres, adultos y niños.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ayora Díaz, S. (2002). *Re/creaciones de la comunidad: Espacios translocales en la globalización*. Edición mimeografiada.
- Bericat, E. (2000). La sociología de la emoción y la emoción en la sociología. En: *Paper, Revista de Sociología*, N° 62, págs. 145-176.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Plaza & Janes Editores, S.A. Barcelona. Recuperado 21 abril de 2015 del sitio web:
<http://gestiondelainformacionylacomunicacion.wikispaces.com/file/view/Castells,+Manuel+-+La+galaxia+Internet.pdf>
- Giddens, A. (2000). *Modernidad e identidad del yo*. 3a. Edición. Barcelona: Península.
- Giddens, A. (1990) *Consecuencias de la modernidad*. Alianza Editorial. Recuperado el 28 de agosto de 2013 del sitio web: <http://es.scribd.com/doc/57706251/Giddens-Anthony-Consecuencias-de-la-modernidad>
- Giddens, A. (1993). *Las nuevas reglas del método sociológico*. Buenos Aires, Amorrortu.
- Goffman, I. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu Editores. Buenos Aires.
- Harvey, D. (1990). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Amorrortu Editores. Buenos Aires Argentina.
- Hine, C. (2000). *Etnografía virtual. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad*. Editorial UOC. Recuperado el 30 enero de 2015 del sitio web: <http://www.uoc.edu/dt/esp/hine0604/hine0604.pdf>
- Hirai, S. (2009). *Economía política de la nostalgia: un estudio sobre la transformación del paisaje urbano en la migración transnacional entre México y Estados Unidos*. Juan Pablos. Editorial Universidad Autónoma Metropolitana.
- Kemper, Th. (1978). *A Social Interactional Theory of Emotions*. New York: Wiley.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al Consejo de Europa*. Anthropos, Universidad Autónoma Metropolitana.
- McLuhan, M. (s/f). *La galaxia Gutenberg. Génesis del "homo typographicus"*. Recuperado el 21 de marzo de 2015 del sitio web: <http://www.ub.edu/procol/sites/default/files/La-Galaxia-Gutenberg-Marshall-Mcluhan-.pdf>
- Martín-Barbero, J. (1998). Hegemonía Comunicacional y descentramiento cultural. En: Follari, Roberto y Rigoberto, Lanz (Comp.). *Enfoque sobre postmodernidad en América Latina*. Colección Pensamiento Transdisciplinario. Caracas: Editorial Sentido.
- Marcus, G. (2001) Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal. En: *Revista Alteridades*. Año 11, Núm. 22, Julio Dic. 2001. Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa.
- Nedelcu, M. (2009). Du brain drain à l'e-diaspora : vers une nouvelle culture du lien à l'ère du numérique. En: *tic&société*. Vol. 3, n° 1-2 (2009) TIC et diásporas. Recuperado en diciembre de 2013 del sitio web: <http://ticetsociete.revues.org/675>
- Nedelcu, M. (2009). *Nouveaux moyens de communication, nouveaux espaces sociaux. Le transnationalisme à l'ère du migrant online*. Université Neuchâtel/Mobility Research Recuperado el 27 noviembre de 2013 del sitio web:
https://www.ekm.admin.ch/content/dam/data/ekm/aktuell/Veranstaltungen/Archiv%20Veranstaltungen/ref_nedelcu.pdf
- Oehmichen, M. (1999). La relación etnia género en la migración femenina rural-urbana: mazahuas en la ciudad de México. En *Iztapalapa* No. 45. Universidad Autónoma Metropolitana.

Prensky, M. (2001). *Nativos e Inmigrantes digitales*. Editorial Distribuidora SEK, S.A. Recuperado el 30 de enero de 2014 del sitio web: [http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)

Rheingold, H. (2004). *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa.



TRATAMIENTO DE DATOS DE ADN DE MENORES INMIGRANTES EN BASES POLICIALES: RETOS ÉTICOS Y JURÍDICOS¹

Joaquín Sarrión Esteve
Universitat de València

Sarrión Esteve, J., & Benloch Domènech, C. (2015). El tratamiento de datos de ADN de menores inmigrantes en bases policiales: retos éticos y jurídicos. In F. J. García Castaño, A. Megías Megías, & J. Ortega Torres (Eds.), *Actas del VIII Congreso sobre Migraciones Internacionales en España (Granada, 16-18 de septiembre de 2015)* (pp. S29/15–S29/24). Granada: Instituto de Migraciones.

¹El trabajo es una investigación que se enmarca dentro del Proyecto de Excelencia de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía SEJ2011-8163 "La intervención de las Administraciones Públicas para la protección de datos personales y otros derechos en riesgo de los menores de edad en la sociedad digital".

Contacto: joaquin.sarrion@uv.es

La utilización del ADN se ha convertido en un instrumento muy importante al servicio de la investigación criminal, y ha adquirido una relevancia especial con las nuevas tecnologías digitales. Para una utilización eficiente de la información genética es esencial su tratamiento automatizado en bases de datos. España aprobó la Ley Orgánica 10/2007 de 8 de octubre, reguladora de la base de datos policial sobre identificadores obtenidos a partir del ADN, que permitía la creación de una base de datos que ha incorporado los ficheros existentes hasta en ese momento de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado. A nivel de la Unión Europea la Decisión 2008/615/JAI del Consejo, de 23 de junio de 2008, incorporó de forma sustancial el Tratado de Prüm, que habían firmado en 2005 algunos países de la Unión para reforzar su colaboración en el intercambio de información, destacando el intercambio de datos de ADN.

En este contexto, el tratamiento automatizado de datos de ADN plantea una serie de retos éticos y jurídicos cuando hay involucrados menores, y especialmente si son inmigrantes. Así por ejemplo cabe preguntarse a quién corresponde el consentimiento o autorización de la toma de muestra para su tratamiento y en qué condiciones se debe realizar, cuánto tiempo se puede incorporar el dato de ADN en la base policial, y su duración; y finalmente cuáles son las condiciones para su cancelación.

El propósito de nuestro trabajo es precisamente contestar a estas cuestiones éticas y jurídicas vinculadas al tratamiento de datos de ADN de menores inmigrantes en el ámbito de una sociedad digital, donde la tecnología del ADN ha cobrado una especial importancia para la investigación, particularmente la investigación criminal. Y todo ello teniendo en consideración tanto el Derecho español como el Derecho de la Unión Europea

1. BASES POLICIALES DE DATOS DE ADN EN LA UNIÓN EUROPEA. CRITERIOS DE INTRODUCCIÓN Y CONSERVACIÓN Y LA PROTECCIÓN DE DERECHOS FUNDAMENTALES

El Derecho de la Unión Europea en materia de bases policiales de datos de ADN tiene una regulación que incorporó sustancialmente el Tratado de Prüm, que regulaba el intercambio automatizado de cierta información como los perfiles de ADN, a través de la Decisión 2008/615/JAI del Consejo, de 23 de junio de 2008 sobre la profundización de la cooperación transfronteriza, en particular en materia de lucha contra el terrorismo y la delincuencia transfronteriza (Decisión Prüm) y la Decisión 2008/616/JAI del Consejo de 23 de junio de 2008 relativa a la ejecución de la anterior.

Esta normativa tiene como objetivo mejorar el intercambio de información entre los Estados miembros de tal forma que “se concedan mutuamente derechos de acceso a sus respectivos ficheros automatizados de análisis de ADN” (entre otros)², lo que en última instancia debería permitir al Estado miembro que realice la consulta obtener en una segunda etapa los datos personales específicos correspondientes del Estado gestor del fichero (Considerando 10 Decisión Prüm). Consulta y transmisión de datos que están regulados en los arts. 4 y 5 de la misma.

Sin embargo, habría que ver que hay en esta normativa que delimite los criterios de introducción de los perfiles así como su conservación una vez introducidos, para determinar la libertad de configuración de los Estados miembros.

Esto es importante, porque al fin y al cabo, la validez de la prueba de ADN va a depender, como se ha apuntado acertadamente, del respeto en todo caso de los derechos fundamentales (así como también los requisitos legalmente establecidos), debiendo darse dichos requisitos en las distintas fases que integran lo que se ha llamado el “uso forense de la tecnología del ADN”: obtención de la muestra, extracción del perfil, y su tratamiento en la base de datos; que junto con la garantía de la cadena de custodia posibilitarán una prueba válida y eficaz. (Cabezudo Bajo, 2011, 2012).

² El objetivo de intercambio de información alcanza no sólo a los datos de ADN, sino también a los sistemas automatizados de identificación dactiloscópica, y los datos de registros de matriculación de vehículos.

Así, el tratamiento de los datos, y esto incluye que su inclusión y conservación debe garantizar el máximo respeto de los derechos fundamentales, y en particular el derecho fundamental a la protección de datos.

1.1 El derecho fundamental a la protección de datos y bases policiales de ADN

La técnica de extracción del ADN en el ámbito de una investigación policial fue utilizada por primera vez, como hemos anticipado, por parte de Alec Jeffreys en Inglaterra, en 1985. Así, gracias a esta técnica se exculpó al primer sospechoso que había confesado el crimen, al no existir correspondencia en la prueba de ADN, el 21 de noviembre de 1986 en el Crown Court de Leicester; y finalmente se condenaría al verdadero culpable gracias precisamente a la prueba de ADN

la toma de una muestra biológica o de ADN con el objetivo de su análisis para extraer un perfil de ADN puede afectar a ciertos derechos fundamentales, cuya tutela se reduce en aras de la investigación criminal.

Ahora bien, esto no supone en ningún caso que no se respete su contenido esencial, y que la toma de muestras se deba realizar con todas las garantías. De otra forma, si la toma de muestras se realiza vulnerando los derechos fundamentales o las garantías establecidas legalmente, entonces quedaría afectada la licitud de prueba, esencial junto con la fiabilidad como elementos que sirvan para que la prueba sea valorable en un futuro proceso penal, para lo que se requiere su licitud. Por supuesto, entendiendo por prueba lícita aquella que “ha sido obtenida con el máximo respeto a los derechos fundamentales afectados” y “según las garantías previstas en normas de rango legal, en particular, las incluidas en normas procesales sobre la obtención y práctica de la prueba”; y por prueba fiable aquella que se haya obtenido con la utilización de “los métodos científicos y tecnológicos adecuados” todo ello en las tres fases que conforman el uso forense de la tecnología del ADN (Cabezudo Bajo, 2011, 2012)

En la toma de muestras, podríamos delimitar diferentes clasificaciones en relación a la recogida de

En relación a la forma de obtención o toma de la muestra de ADN, como hemos comentado, podemos distinguir fundamentalmente entre recogida de material biológico o genético externo e intervenciones corporales.

¿Qué derechos fundamentales entran en juego?

En este sentido, la toma de muestras de ADN y su tratamiento va a afectar necesariamente a una serie de derechos fundamentales que debemos identificar, pues como veremos pueden verse afectados:

- el derecho a la intimidad
- la integridad física
- la inviolabilidad del domicilio
- el derecho de defensa
- protección de datos de carácter personal

Así como las garantías que en relación a éstos derechos fundamentales, junto con las exigencias legales en cada caso se puedan exigir.

Entendemos que en todo caso, entraría en juego derecho a la intimidad. En efecto, toda toma de una muestra biológica, con independencia de la forma en que se realice, afectará indudablemente al derecho a la intimidad, en la medida en que se realiza dicha toma para un posterior análisis y extracción del perfil de ADN que contendrá datos, que si bien no sensibles, afectan a la intimidad de la persona

En el caso de las inspecciones corporales, se produce no sólo una limitación del derecho fundamental a la intimidad, sino también del derecho a la integridad física; mientras que la toma o recogida de material biológico externo no afecta a dicho derecho fundamental.

Por otro lado, el derecho de defensa entrará en juego cuando hablemos de inspecciones corporales, pues será necesaria la asistencia de abogado para el otorgamiento del consentimiento de la persona a la que se vaya a intervenir con objeto de la toma de muestra biológica.

El fundamento de la tutela de los datos de carácter personal debemos buscarlo en la intimidad y la vida privada, pero está plenamente justificada la configuración de la protección de datos como un derecho fundamental.

Ahora bien, vivimos en un sistema multinivel que requiere una interpretación de la conexión entre diferentes niveles. Por ello consideramos imprescindible partir de la perspectiva del constitucionalismo multinivel. Así, el ordenamiento español, se constituye como un ordenamiento complejo e integrado, diferentes niveles, con normativa de producción externa e interna, que sería aplicable a la materia objeto de estudio (Gómez Sánchez, 2011).

El derecho fundamental a la protección de datos tiene su fundamento en el art. 8 del Convenio Europeo de Derechos Humanos (CEDH), el art. 8 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (CDFUE), así como en las diferentes Constituciones nacionales de los Estados miembros.

El art. 2 de la Decisión Prüm regula la creación de los ficheros nacionales de análisis de ADN “para los fines de la persecución de delitos” estableciendo que el tratamiento de los datos almacenados en los mismos conforme a la Decisión “se llevará a cabo de conformidad con la presente Decisión y con arreglo al Derecho interno aplicable al tratamiento” (art. 2.1), y garantizando que se contendrán exclusivamente perfiles de AN “obtenidos a partir de la parte no codificante de ADN” (art.2.2)

El capítulo 6 de la Decisión Prüm se ocupa de las garantías de protección de los datos, regulando no sólo el nivel de protección (art. 25) sino también las finalidades de la utilización de los datos (art. 26), las autoridades competentes (art. 27), la exactitud, actualidad y duración del almacenamiento de los datos (art. 28), entre otros extremos.³

Pues bien, art. 25 de la Decisión Prüm se refiere al nivel de protección de los datos, sometiendo, en el apartado primero de dicho artículo, el tratamiento de los mismos, así como su transmisión en virtud de la misma, a una garantía como mínimo equivalente a la que resulta del Convenio del Consejo de Europa de 28 de enero de 1981 para la protección de las personas con respecto al tratamiento automatizado de datos de carácter personal, y del Protocolo adicional de 8 de noviembre de 2001; debiendo atender asimismo a la Recomendación nº R(87) 15, de 17 de septiembre de 1987, del Comité de Ministros del Consejo de Europa respecto a la utilización policial de los datos (aún cuando la utilización policial no supusiera tratamiento automatizado).

Esto recoge la previsión del art. 34 del Tratado de Prüm, y supone la asunción material del nivel de protección del CEDH tal y como resulta de la jurisprudencia del TEDH (Cámara Villar, 2007: 99) como un mínimo estándar de protección, compatible, no obstante, con un nivel superior de protección, pero nunca más bajo.

Ahora bien, nos encontramos con un problema de partida, y es que esta normativa UE se refiere específicamente a los datos que son objeto de intercambio.

De ahí, como se apuntó tempranamente, se derivan una serie de problemas, pues no se van a garantizar de forma plena la protección para todos los datos de ADN, sino que nos encontraríamos con dos sistemas de protección en función de si estamos ante datos objeto de intercambio o no (Cabezudo Bajo, 2008: 335-336, 2011), que necesariamente debería llevar a los Estados miembros a asumir la protección establecida a nivel UE, aunque sería conveniente una agnominación del nivel de protección (Sarrión Esteve y Cabezudo Bajo, 2012)

³ También se regulan en dicho capítulo las medidas técnicas y organizativas para garantizar la protección de los datos y su seguridad (art. 29), la documentación y registro y las disposiciones especiales relativas a la transmisión automatizada y no automatizada (art. 30), los derechos del interesado en materia de información en indemnización de daños y perjuicios (art. 31), y la información solicitada por los Estados miembros transmisores de los datos (art. 32).

Ahora bien, deberíamos preguntarnos por la delimitación de las garantías de la protección de datos, y para ello es esencial acudir a STEDH Marper, en la que queda claro que la conservación general e indiscriminada de los perfiles de ADN vulnera el derecho fundamental a la protección de datos.⁴

El Tribunal no parece condenar la introducción de datos de ADN de sospechosos, sino su conservación tras no haber sido condenados. El criterio clave es pues la búsqueda de un justo equilibrio entre los intereses en juego, por lo que nos obliga a diferenciar entre los sujetos de los que se obtiene la muestra que sirve para extraer el perfil de ADN objeto de tratamiento en bases de datos (Sarrión Esteve, 2013) y determinar el plazo de conservación conforme a unos criterios proporcionales.

Ciertamente la heterogeneidad de criterios a la hora de regular la introducción y el plazo de conservación de datos de ADN es muy amplia,⁵ cuya causa habría que buscar en diferentes razones históricas y culturales (Martin et al., 2001: 229) y en las propias características de los diferentes sistemas jurídicos nacionales existentes (Sarrión Esteve, 2013).

1.2 Criterios de introducción y conservación en la Unión Europea

En todo caso, si acudimos a la normativa prevista a nivel UE, en primer lugar cabe destacar que nada se dice sobre los criterios de introducción, más allá de que el objetivo de la creación de los ficheros es la persecución de los delitos, y que exclusivamente se pueden introducir datos de ADN no codificantes. Por tanto, podríamos excluir la introducción de datos de ADN en casos de faltas, pero no hay ningún otro tipo de criterio que determine cuando los datos de ADN se van a poder introducir en las bases policiales, por lo que habrá libertad por parte de los Estados miembros en ese sentido.

En segundo lugar, sí bien está regulado, aunque sea de forma muy parca, la duración del almacenamiento de datos en los arts. 27 y 28 de la Decisión Prüm, este mandato se refiere exclusivamente a los datos objeto de transmisión e intercambio entre Estados miembros, dirigido a los Estados receptores de los datos que deberán cancelarlos “una vez finalizada la comparación de datos u obtenida la respuesta automatizada a su consulta” salvo que se requiera un ulterior tratamiento para la preparación de una solicitud de asistencia administrativa o judicial en caso de concordancia, o se necesite el registro conforme al art. 30 que regula la conservación durante 18 meses para fines de supervisión (art. 26.2 Decisión Prüm); y en todo caso “cuando no sean necesarios o hayan dejado de serlo para el fin para el que se transmitieron”; así como “una vez transcurrido el plazo máximo de conservación de los datos previsto en el Derecho nacional del Estado miembro transmisor, siempre y cuando en el momento de la transmisión el servicio transmisor haya informado de dicho plazo máximo al servicio receptor” (art. 28. 3 a) y b) Decisión Prüm).

Sin embargo, esta regulación no garantiza realmente el derecho fundamental a la protección de datos intercambiados, pues como hemos apuntado “podría perfectamente ocurrir que o bien no exista un plazo máximo de conservación previsto en la legislación del Estado transmisor, o de existir dicho plazo, el servicio transmisor no hubiera informado del mismo en el momento de la transmisión.” (Sarrión Esteve, 2013). Y desde luego, nada impone o delimita a los Estados respecto al plazo de conservación de los datos de sus ficheros o bases policiales nacionales.

Por tanto, podríamos decir que la normativa europea no impone unos criterios claros y precisos respecto a la introducción de los datos de ADN más allá de que no se usen datos codificantes, y de que se trate de delitos, y por tanto, los Estados miembros son libres a la hora de determinar en qué casos para la persecución de delitos introducen los datos de ADN en sus bases policiales y el tiempo de conservación de los mismos.

⁴ “En conclusión, el Tribunal estima que el carácter general e indiferenciado del poder de conservación de las huellas dactilares, muestras biológicas y perfiles de ADN de las personas sospechosas de haber cometido infracciones pero no condenadas(...) no refleja un justo equilibrio entre los intereses públicos y privados concurrentes en juego y que el Estado defensor ha sobrepasado cualquier margen de apreciación aceptable en la materia” Fundamento Jurídico 125, STEDH Marper

⁵ Se puede acudir al Informe realizado por Thierebau en el que analiza 54 bases nacionales de datos de ADN (Thierebau, 2011)

Es claro que con independencia de cuales sean los criterios por los que se opte por parte del Estado miembro, se debe garantizar el derecho fundamental a la protección de datos. Pero como hemos dicho antes, el problema estriba precisamente en determinar las garantías derivadas del derecho fundamental, y para ello es esencial acudir a la delimitación de las mismas en la STEDH Marper, en la que queda claro que la conservación general e indiscriminada de los perfiles de ADN vulnera el derecho fundamental a la protección de datos, como hemos visto antes.⁶

2. CRITERIOS DE INTRODUCCIÓN Y CONSERVACIÓN EN ESPAÑA

En España es la Ley Orgánica 10/2007, reguladora de las bases de datos policiales sobre identificadores obtenidos a partir del ADN la que regula la materia.

En cuanto a la introducción de perfiles de ADN, la Disposición Adicional Tercera de la ley que nos remite al art. 3.1 a) de la ley que se refiere a la obtención de perfiles de sospechosos, detenidos, imputados y del lugar del delito, con un criterio basado en la gravedad de los delitos, disponiendo que la inscripción procederá respecto de delitos graves y

en todo caso, los que afecten a la vida, la libertad, la indemnidad o la libertad sexual, la integridad de las personas, el patrimonio siempre que fuesen realizados con fuerza en las cosas, o violencia o intimidación en las personas, así como en los casos de la delincuencia organizada (...).

Por tanto, hay una delimitación clara de los delitos graves como los únicos que pueden implicar una inscripción de datos de ADN, identificando una lista de algunos de ellos que no es cerrada, por eso, la Comisión Nacional para el Uso Forense del ADN (CNUFADN), ha elaborado una lista con todos los delitos que deben considerarse graves a dichos efectos, y que se delimitan en su Memoria de actividades de 2009-2010.⁷

Respecto a la cancelación de los perfiles de ADN introducidos en la base de datos policiales, el art. 9 nos remite al procedimiento previsto para el acceso, rectificación y cancelación en la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal; salvo en lo referente al plazo de conservación, que queda regulado en el mismo art. 9, y donde se diferencia claramente entre perfiles dubitados e indubitados.

Así, respecto a los perfiles dubitados, permanecerán inscritos en la medida en que se mantenga el anonimato (art. 9.4)

En cambio, la regulación de la conservación de los perfiles indubitados es más compleja. En este sentido, conforme al art. 9.1 no superará el plazo de prescripción del delito; ni el plazo previsto por la ley para la cancelación de antecedentes penales en caso de sentencia condenatoria firme, o absolutoria por la concurrencia de causas eximentes, por falta de imputabilidad o culpabilidad, salvo que haya una resolución judicial en contrario. Además, hay que tener en consideración también el art. 9.2, que prevé que en caso de fallecimiento los datos se cancelarán una vez que el encargado de la base de datos tenga conocimiento del fallecimiento.

Así, se establece como plazo de conservación de los perfiles de ADN extraídos de muestras obtenidas de sospechosos, o de personas que siendo sospechosas y después imputadas son absueltas por razones distintas a las previstas en el art. 9.1, así como de los sospechosos no imputados, el plazo de la prescripción del delito, lo que trasvasa en exceso el equilibrio que debería existir entre los intereses en juego, y podría implicar una vulneración del derecho fundamental a la protección de datos teniendo en consideración la jurisprudencia del TEDH.

⁶ “En conclusión, el Tribunal estima que el carácter general e indiferenciado del poder de conservación de las huellas dactilares, muestras biológicas y perfiles de ADN de las personas sospechosas de haber cometido infracciones pero no condenadas(...) no refleja un justo equilibrio entre los intereses públicos y privados concurrentes en juego y que el Estado defensor ha sobrepasado cualquier margen de apreciación aceptable en la materia” Fundamento Jurídico 125, SEDH Marper

⁷Vease CNUFADN, Activiades 2009-2010, https://www.administraciondejusticia.gob.es/paj/PA_WebApp_SGNTJ_NPAJ/descarga/Memoria_ADN.pdf?idFile=799b00f0-33d2-482c-8b66-f38c78c99f5f, pp. 35-43.

3. ATENCIÓN ESPECIAL AL TRATAMIENTO DE DATOS DE MENORES

En este apartado pretendemos centrarnos en las particularidades del tratamiento de datos de menores inmigrantes.

Una vez vista la normativa general a nivel UE, y a nivel español, cabe preguntarse si hay particularidades aplicables a los menores inmigrantes, es decir, tanto en la toma de muestras (a quién corresponde el consentimiento o autorización de la toma de muestra para su tratamiento) y en qué condiciones se debe realizar, así como respecto a la conservación y cancelación de datos de ADN.

Lo primero que hay que decir es que no cabe discriminación alguna en esta materia por razón de la nacionalidad (art. 14 CE), y por tanto, tendremos que hablar de menores en general, puesto que a los menores inmigrantes les será de aplicación el mismo régimen.

Ciertamente vamos a poder aplicar la normativa general a nivel de la UE, así como su normativa de desarrollo a nivel nacional, la Ley Orgánica 10/2007, reguladora de las bases de datos policiales sobre identificadores obtenidos a partir del ADN, en la medida en que la Disposición Final Primera de la Ley Orgánica 5/2000, de 12 de enero, reguladora de la responsabilidad penal de los menores, se remite a la LECrim, y debemos entender también aplicable la L.O. 10/2007 que regula con detalle las bases policiales en España.

Ahora bien, tendremos que aplicar las particularidades de la L.O. 5/2000, y en este sentido será el Ministerio Fiscal el que se ocupará de la defensa de los derechos que corresponden a los menores, así como también la vigilancia de las actuaciones que deban efectuarse en su interés y la observancia de las garantías del procedimiento, dirigiendo personalmente la investigación y ordenando a la Policía Judicial la práctica de las actuaciones necesarias (art. 6).

No obstante, para poder llevar a cabo actuaciones restrictivas de derechos fundamentales será esencial la autorización judicial por parte del Juez de menores (art. 23.3).

Congruentemente, el art. 2.2. del Real Decreto 1774/2004, de 30 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de la L.O. 5/2000, dispone que excepto la detención "toda diligencia policial restrictiva de derechos fundamentales será interesada al Ministerio Fiscal para que, por su conducto, se realice la oportuna solicitud al juez de Menores competente"; de tal forma que se entiende perfectamente que la Policía no puede solicitar las diligencias de forma directa al Juez de Menores, aunque sea éste el competente para otorgar la autorización (Navarro-Michel, 2014).

Ahora bien, en nuestra opinión sería conveniente una reforma de la legislación sobre bases policiales de datos, que introdujera en este ámbito una regulación específica, siendo conveniente permitir que la solicitud de autorización judicial al Juez de Menores la realice directamente la Policía, sin que sea esencial que la realice directamente el Ministerio Fiscal, puesto que la exigencia de informe preceptivo del mismo, o incluso si se prefiere para ser más garantista incluir un informe preceptivo y vinculante, serían suficiente en aras de garantizar el interés del menor.

Junto a la toma de muestras biológicas con orden o autorización judicial solicitada por el Ministerio Fiscal, cabe la posibilidad de la toma de muestras abandonadas, o bien con el consentimiento del menor.

En realidad, el consentimiento debe ser la regla general de la toma de muestras biológicas para su tratamiento. En el caso de los menores, la cuestión es si puede consentir por sí mismo, y en dicho caso a partir de qué edad, siendo aceptado que dado que la L.O. 5/2000 fija como punto de partida para la responsabilidad penal la edad de 14 (art. 1.1), que es a partir de la misma siempre que reúna las condiciones de madurez necesarias (Navarro-Michel, 2014: 181).

En el caso de los menores con edad inferior a 14 quedaría excluida la posibilidad de la toma de muestras, al tratarse de inimputables (art. 1.1. L.O. 5/2000), y aunque cabe la investigación de los hechos, no se prevén tales medidas de toma de muestras, al tratarse de medidas restrictivas de derechos fundamentales, para menores de 14 años en la Instrucción 11/2007, de 12 de Septiembre, de la Secretaría de Estado de Seguridad, por la que se aprueba el Protocolo de actuación policial con menores.

Parte de la doctrina sí ha considerado la posibilidad para evitar falsas autoinculpaciones (Dolz Lago, 2008:7), mientras que otra lo rechaza porque considera que

incluso en estos casos resulta desproporcionado proceder a la toma de muestras del menor pues generalmente existen otros indicios que permitirán aclarar la falta de participación del menor, y si hay otros sospechosos, deberá procederse a la obtención de muestras de esas otras personas, no del menor (Navarro-Michel, 2014: 182).

En nuestra opinión lo esencial sería introducir una regulación específica debería tener en consideración las características de los menores y adecuar el régimen a los menores, quizá distinguiendo conforme al criterio de la edad. Pero no nos parece que la regla de inimputabilidad de los menores de 14 años tuviera que jugar con carácter general a efectos de excluir la toma de muestras, y quizá sería conveniente regular la toma de muestras incluso de menores de 14 años, aunque sigan siendo inimputables, con el objetivo puesto en la resolución de la investigación criminal, lo que no sólo permitiría luchar contra falsas auto-inculpaciones, sino que también permitiría que las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado se enfrentaran con más efectividad.

Ello, por supuesto requeriría contemplar que en todo caso fuera necesario o bien el consentimiento de los padres tutores legales del menor de 14 años, o en su defecto de la debida autorización judicial, siempre con el debido informe del Ministerio Fiscal.

De otra forma, la única solución que quedará para llevar a cabo la investigación de muchos delitos donde no puedan tomarse muestras de familiares, como se puede dar en muchos casos de menores inmigrantes, será la de esperar que el menor de 14 años abandone una muestra biológica para poder tomar la muestra y realizar el oportuno descarte que abra nuevas vías de investigación.

Sobre la introducción de los datos de ADN del menor en las bases policiales, así como su conservación y cancelación no se prevé una regulación específica de tal forma que habría que aplicar las reglas generales.

La falta de previsión de una normativa específica es muy discutible. Ciertamente, en materia de cancelación implica una reducción de los plazos, puesto que los plazos de prescripción de los delitos cometidos por menores son más reducidos conforme al art. 15.1 L.O. 5/2000; y la regla de los antecedentes penales no sería aplicable en la medida en que en el caso de menores no se generan, lo que lleva a aplicar los criterios de las medidas de seguridad, conforme a una aplicación supletoria del CP, conforme a la Circular de la Fiscalía General del Estado 1/2000, de 18 de diciembre sobre criterios de aplicación de la L.O. 5/2000, y por tanto a la cancelación una vez cumplida la pena (Navarro-Michel, 2014: 188).

Lo que pasa es que aplicar toda la normativa general, con dicha salvedad, no contempla con las debidas garantías el principio del interés superior del menor y el principio de proporcionalidad, que requerirían de una regulación específica.

4. CONCLUSIONES

Como hemos dicho al principio del trabajo, la utilización del ADN se ha convertido en un instrumento muy importante al servicio de la investigación criminal, y ha adquirido una relevancia especial con las nuevas tecnologías digitales.

Para una utilización eficiente de la información genética es esencial su tratamiento automatizado en bases de datos. España aprobó la Ley Orgánica 10/2007 de 8 de octubre, reguladora de la base de datos policial sobre identificadores obtenidos a partir del ADN, que permitía la creación de una base de datos que ha incorporado los ficheros existentes hasta en ese momento de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado. A nivel de la Unión Europea la Decisión 2008/615/JAI del Consejo, de 23 de junio de 2008, incorporó de forma sustancial el Tratado de Prüm, que habían firmado en 2005 algunos países de la Unión para reforzar su colaboración en el intercambio de información, destacando el intercambio de datos de ADN.

En este contexto, el tratamiento automatizado de datos de ADN plantea una serie de retos éticos y jurídicos cuando hay involucrados menores, y especialmente si son inmigrantes.

El propósito de nuestro trabajo era precisamente contestar a estas cuestiones éticas y jurídicas vinculadas al tratamiento de datos de ADN de menores inmigrantes en el ámbito de una sociedad digital, donde la tecnología del ADN ha cobrado una especial importancia para la investigación, particularmente la investigación criminal. Y todo ello teniendo en consideración tanto el Derecho español como el Derecho de la Unión Europea

Y como hemos visto, vamos a poder aplicar la normativa general a nivel de la UE, así como su normativa de desarrollo a nivel nacional, la Ley Orgánica 10/2007, reguladora de las bases de datos policiales sobre identificadores obtenidos a partir del ADN, en la medida en que la Disposición Final Primera de la Ley Orgánica 5/2000, de 12 de enero, reguladora de la responsabilidad penal de los menores, se remite a la LECrim, y debemos entender también aplicable la L.O. 10/2007 que regula con detalle las bases policiales en España.

Ahora bien, tendremos que aplicar las particularidades de la L.O. 5/2000, respecto a los menores.

Ciertamente, no cabe discriminación alguna en esta materia por razón de la nacionalidad (art. 14 CE), y por tanto, tendremos que hablar de menores en general, puesto que a los menores inmigrantes les será de aplicación el mismo régimen.

En relación a la toma de muestras, como hemos visto, la particularidad más relevante es ciertamente que los menores de 14 años, como imputables de conformidad con la L.O. 5/2000, no pueden ser objeto de la diligencia de toma de muestras. Hay discusión doctrinal al respecto, en la medida en que se viene considerando que en aras de proteger al menor sería preferible utilizar otras medidas que no fueran restrictivas de derechos fundamentales de menores. Algún autor en cambio considera que cabría la posibilidad de esta medida en aras de evitar falsas autoinculpaciones, como es el caso de Dolz.

En nuestra humilde opinión, desde el punto de vista del Derecho positivo está claro que hoy en día no cabría la toma de muestras de menores de 14 años a los efectos de investigación criminal. Ahora bien, quizá habría que reflexionar sobre la conveniencia de llevarlo a cabo. Hay que considerar que los derechos fundamentales, incluidos los de los menores, no pueden ser entendidos en un sentido absoluto, y deben ser ponderados conforme al principio de proporcionalidad con otros derechos fundamentales en juego.

Además, en el caso de los menores, juega el principio del interés del menor, que debe también ser tenido en cuenta, y podría ser que fuera mejor una toma de muestras para luchar contra falsas autoinculpaciones que pretenden salvaguardar los intereses de otras personas. Ciertamente, existen otras medidas para la investigación como pueden ser la toma de muestras de familiares, por ejemplo. Pero la pregunta que cabe hacerse es en qué medida una toma de muestra perjudica al menor, si se realiza con todas las garantías.

Por otro lado, siempre cabría la toma de muestras abandonadas, de tal forma que si el menor abandona una muestra biológica, su recogida se podría realizar, aunque fuera a los efectos de la investigación penal, y verificar en su caso si existía o no una autoinculpación.

Junto a ello, hay que considerar, respecto de los menores mayores de 14 años, la necesidad de que la solicitud de autorización judicial para la toma de muestras parta del Ministerio Fiscal.

La otra particularidad se refiere a los plazos de conservación y la cancelación, puesto que aunque se aplica el régimen general, es cierto que en materia de cancelación implica una reducción de los plazos, puesto que los plazos de prescripción de los delitos cometidos por menores son más reducidos (art. 15.1 L.O. 5/2000) y la regla de los antecedentes penales no juega, por lo que se llegaría a la cancelación con el cumplimiento de la pena.

Realizado el trabajo, se puede concluir que el régimen del tratamiento de datos de ADN de menores con fines de investigación criminal es sensiblemente equiparable al régimen general, con las salvedades expuestas de que no se prevé la toma de muestras para menores de 14 años, y que para mayores deberá valorarse su madurez para que puedan consentir; y que en su caso la autorización del Juez de Menores debe ser solicitada por el Ministerio Fiscal (que tiene la misión de salvaguardar el interés del menor) en todo caso; así como la reducción de plazos respecto de la conservación y cancelación por aplicación de

la L.O. 5/2000, y por tanto, la adecuación de los plazos de prescripción, y la no aplicación de los plazos de antecedentes penales.

Sobre los retos éticos que esto plantea, parece que sería conveniente una reflexión para introducir en la L.O. 10/2007 una regulación específica de la toma de muestras y tratamiento y conservación de datos de los menores, de forma que no fuera una cuestión de aplicación por remisión de la L.O. 5/2000 e interpretación. Dicha regulación específica debería tener en consideración las características de los menores y adecuar el régimen a los menores, quizá distinguiendo conforme al criterio de la edad.

No obstante, no parece que la regla de inimputabilidad de los menores de 14 años tuviera que jugar con carácter general a efectos de excluir la toma de muestras, y quizá sería conveniente regular la toma de muestras incluso de menores de 14 años, aunque sigan siendo inimputables, con el objetivo puesto en la resolución de la investigación criminal, lo que no sólo permitiría luchar contra falsas auto-inculpaciones, sino que también permitiría que las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado se enfrentaran con más efectividad.

Ello, por supuesto requeriría contemplar que en todo caso fuera necesario o bien el consentimiento de los padres tutores legales del menor de 14 años, o en su defecto de la debida autorización judicial, siempre con el debido informe del Ministerio Fiscal. En mi opinión, también sería conveniente permitir que la solicitud de autorización judicial al Juez de Menores la realice directamente la Policía, sin que sea esencial que la realice directamente el Ministerio Fiscal, puesto que la exigencia de informe preceptivo del mismo, o incluso si se prefiere para ser más garantista incluir un informe preceptivo y vinculante, serían suficiente en aras de garantizar el interés del menor.

De otra forma, la única solución que quedará para llevar a cabo la investigación de muchos delitos donde no puedan tomarse muestras de familiares, como se puede dar en muchos casos de menores inmigrantes, será la de esperar que el menor de 14 años abandone una muestra biológica para poder tomar la muestra y realizar el oportuno descarte que abra nuevas vías de investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Dolz Lago, (2008). Problemática de la toma de muestras de ADN a los menores y su tratamiento legal, *La Ley Penal*, 14.
- Navarro-Michel, M. (2014). L'enseignement aux élèves marocains de la deuxième génération dans le pays d'accueil. En M. Casado y M. Guillén (coord.). *ADN forense: problemas éticos y jurídicos*. Observatori de Bioètica i Dret (pp. 169-190)
- Cabezudo Bajo, M. J. (2011). Valoración del sistema de protección del dato de ADN en el ámbito europeo. *Revista General de Derecho Europeo*, 25, 2011.
- Cabezudo Bajo, M. J. (2012). La regulación del “uso forense de la tecnología del ADN” en España y en la UE: Identificación de cinco nuevas cuestiones controvertidas», *Revista General de Derecho Procesal*, 26-
- Cabezudo Bajo, M. J. (Dir.) (2013). *Las bases de datos policiales de ADN ¿Son una herramienta eficaz en la lucha contra la criminalidad grave nacional y transfronteriza?*, Madrid, Dykinson, España, 2013.
- Cámara Villar, G. (2007). La garantía de los derechos fundamentales afectados por la Convención de Prüm. *Revista de Derecho Constitucional Europeo*, 7.
- Gómez Sánchez, Y. (2011). *Constitucionalismo multinivel. Derechos Fundamentales*, Sanz y Torres, 2011
- Martin, Peter et al. (2001). A brief history of the formation of DNA databases in forensic science within Europe. *Forensic Science International*, 119.
- Sarrión Esteve, J., Cabezudo Bajo, M.J. (2012). El intercambio de perfiles de ADN en la UE y la armonización de su nivel de protección: el plazo de cancelación de los perfiles en la base de datos. En J. Pérez Gil (coord.). *El proceso penal en la sociedad de la información. Las nuevas tecnologías para investigar y probar el delito*. (pp. 437-460). La Ley.
- Sarrión Esteve, J. (2013). La garantía del plazo de cancelación de datos en el intercambio de perfiles de ADN en la Unión Europea. En M. J. Cabezudo Bajo (Dir.). *Las bases de datos policiales de ADN ¿Son una herramienta eficaz en la lucha contra la criminalidad grave nacional y transfronteriza?*, Dykinson.



FACTORES QUE INFLUYEN EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS TIC POR PARTE DE LAS ASOCIACIONES DE INMIGRANTES¹

María Esther Aretxabala, Xabier Riezu Arregui y
María Luisa Setién Santamaría
Universidad de Deusto

Aretxabala, M. E., Riezu Arregui, X., & Setién Santamaría, M. L. (2015). Factores que influyen en el aprovechamiento de las TIC por parte de las asociaciones de inmigrantes. In F. J. García Castaño, A. Megías Megías, & J. Ortega Torres (Eds.), *Actas del VIII Congreso sobre Migraciones Internacionales en España (Granada, 16-18 de septiembre de 2015)* (pp. S29/25–S29/36). Granada: Instituto de Migraciones.

¹ El trabajo forma parte de la investigación AsITIC (MINECO ref. CSO2012-31999). Queda totalmente prohibido copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra sin previa autorización por escrito de los autores. Artículo preparado para su presentación en el VIII Congreso sobre Migraciones Internacionales en España - Simposio: Migraciones y sociedad digital. Universidad de Granada. Granada, 16-18 de septiembre de 2015.

Contacto: esther.aretxabala@gmail.com, xriezu@deusto.es, marialuisa.setien@deusto.es

La oleada de transformaciones sociales, económicas, culturales y tecnológicas de gran calado experimentadas en las últimas décadas parece estar afectando al funcionamiento básico de nuestra sociedad de una forma muy significativa. Por un lado, el surgimiento y el acelerado ritmo de renovación de los dispositivos tecnológicos conocidos como las modernas *Tecnologías de la Información y Comunicación* (TIC) están suponiendo una modificación radical en el acceso a y tratamiento de la información y la comunicación (Castells, 2000). La llamada *sociedad de la información* que emerge de la posibilidad de utilización de esa amplia serie de mecanismos que ayudan a la adquisición, almacenamiento, procesamiento, evaluación, transmisión, distribución, diseminación e intercambio de información y comunicación entre las personas ha contribuido a mejorar la vida de muchos ciudadanos (Comisión Europea, 1993). Esto pone de relieve la necesidad de establecer los medios para que toda la población en su conjunto se pueda beneficiar de las potencialidades de dichas tecnologías gracias a un uso extensivo de sus diversos instrumentos que van desde la radio hasta el teléfono móvil, pasando por la televisión vía satélite, el correo electrónico e internet. Sin embargo, el riesgo de una brecha digital permanente por la cual un segmento de la población puede quedarse marginado en el acceso a las TIC ha generado una enorme inquietud como ha quedado de manifiesto tanto en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información celebrada en Ginebra en 2003 como en la de Túnez en 2005 (UIT, 2006). La ciudadanía digital y las estrategias de e-inclusión son, por tanto, aspectos indisociables del desarrollo en la sociedad actual por su carácter propiamente instrumental, y porque, además, pueden impulsar la participación ciudadana y la economía mundial (Tapscott y Williams, 2011).

Por otro lado, el contingente mundial generado por los *flujos migratorios* de personas no ha disminuido en los últimos años como podía pensarse por motivos de la crisis a nivel global. Así, en 2010 se estimaba que uno de cada siete habitantes de la población mundial - alrededor de mil millones de personas - era migrante, englobando tanto migrantes internacionales, unos 214 millones -23 millones más que en el lustro anterior - como los internos, en torno a los 740 millones (OIM, 2011). Tal volumen de migrantes evidencia la importante trascendencia que encarnan los flujos migratorios para la discusión pública actual, así como para el debate político sobre el desarrollo al tratarse de un fenómeno social comprehensivo (Martiniello, 1999) y global. A medida que la cuestión en torno a la inmigración repunta diariamente, la integración económica, social y cultural de los inmigrantes en las sociedades de llegada representa a la vez un reto y una oportunidad para todos los territorios. De hecho, en relación a las TIC y al contrario de lo que se acostumbra a pensar sobre que las personas que emigraban dejaban de pertenecer a su sociedad de origen por estar condenadas al olvido impuesto por la lejanía y la falta de recursos para establecer un mínimo grado de contacto y de comunicación con sus allegados (Morley y Robins, 1995), numerosos estudios evidencian que los migrantes han sido, y son, agentes activos en el uso de los más variados dispositivos tecnológicos para superar las diferentes barreras temporales y geográficas de cara a mantener sus contactos, también con sus países de origen (Alonso y Oiarzabal, 2010; Haythornthwaite, 2007). El impacto de las TIC sobre la migración tanto interna como internacional resulta incuestionable porque facilita el flujo de personas entre regiones, países y continentes, y de igual forma posibilita la formación, crecimiento y mantenimiento de comunidades de migrantes y diásporas (Cohen, 1997). Por lo tanto, resultan imprescindibles medidas e iniciativas cuya finalidad sea alentar a los inmigrantes a participar en su nueva comunidad de residencia tratando de ayudar a eliminar desigualdades sociales y discriminación y a articular una inmigración más segura y más productiva. Entre tales esfuerzos se observan los generados en el ámbito de la sociedad civil donde parece interesante detenerse en las *organizaciones de inmigrantes* como vehículos para la integración de las personas de origen extranjero al ser estructuras que juegan un papel destacable por promover el empoderamiento de las personas migrantes e impulsar su participación en el territorio donde residen. Se trata de entidades que ejercen su actividad en condiciones algo precarias que se han visto agravadas por la situación de crisis que ha conllevado la reducción y el retraso de recursos públicos destinados a las mismas. En el actual contexto de reconfiguraciones, las asociaciones de inmigrantes han de convertirse en un objeto privilegiado del análisis científico-social dado que ha sido un fenómeno exiguamente estudiado a pesar de su relevancia teórica y política (Toral, 2010; Vermeulen, 2005) y el análisis de su potencial digitalización, sin duda, es uno de los puntos interesantes a abordar. Estas herramientas tecnológicas son entendidas, en términos generales, como un antídoto para paliar el desarraigo espacial y temporal que se produce con el hecho migratorio. Sin embargo pocos han sido los

trabajos destinados a conocer el uso e impacto que las nuevas tecnologías tienen sobre el desarrollo del propio mundo asociativo migrante (Allievi y Nielsen, 2003).

Las asociaciones de inmigrantes también pueden beneficiarse de múltiples maneras de las oportunidades que les ofrecen las TIC. Estas pueden servir para cuestiones tan dispares como la gestión interna de las asociaciones, la comunicación y captación de recursos; la sensibilización e incidencia; el desarrollo de proyectos; o la participación, transparencia y rendición de cuentas. En resumen, las TIC pueden resultar de enorme ayuda para que estas organizaciones cumplan su misión social, asuman una cultura más participativa y colaborativa, y mejoren su imagen. Sin embargo, las organizaciones no lucrativas en general y las asociaciones de inmigrantes en particular, están todavía lejos de aprovechar todo el potencial de las TIC.

Consiguientemente, se considera un desafío delicado y necesario el examinar los factores que influyen en el grado de adopción de las TIC por parte de las asociaciones de inmigrantes y cómo valoran las mismas. Ya no sólo porque su desarrollo es decisivo en los procesos de integración de las personas inmigrantes, y por tanto en los sistemas democráticos de hoy en día, sino también porque las organizaciones de inmigrantes constituyen, cada vez más, lugares privilegiados desde los que observar la realidad de un mundo global e interconectado en rápida y constante transformación.

En concreto, en esta comunicación pondremos el foco en la cuestión de las asociaciones de inmigrantes y los elementos que contribuyen al aprovechamiento de los dispositivos tecnológicos y su valoración. Este trabajo forma parte de una investigación en marcha relativa a las implicaciones de las TIC en la integración y participación de las asociaciones de inmigrantes en la sociedad de la información española, que combina métodos cuantitativos y cualitativos para la obtención de datos primarios (AsITIC, MINECO Ref. CSO2012-31999). Han participado en la misma 85 asociaciones de personas de Bolivia, Colombia, Ecuador, Marruecos y Rumanía, principales nacionalidades de los extranjeros en España en el momento de programación del estudio (INE, 2011). Durante el trabajo de campo realizado entre Abril y Julio de 2014, se recogió información en 23 municipios de 5 Comunidades Autónomas (Andalucía, Cataluña, Madrid, País Vasco y Valencia) a través de 78 cuestionarios y 56 entrevistas en profundidad. Se presenta en un primer momento la relación que se establece entre las asociaciones y las TIC. Posteriormente, daremos cuenta de los factores que inciden en su utilización por parte de las Asociaciones de Inmigrantes en España. En un siguiente apartado abordaremos la valoración de las TIC por partes de tales organizaciones sociales y, por último, presentamos algunas consideraciones finales del trabajo.

1. LAS ASOCIACIONES Y LAS TIC

Existe un evidente déficit de estudios empíricos sobre el uso de las TIC por parte del mundo asociativo. En los estudios que periódicamente se publican sobre las nuevas tecnologías por parte de instituciones como el Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información del gobierno de España, el Eustat —Instituto Vasco de Estadística— o por parte de las fundaciones promovidas por las compañías telefónicas, la atención prestada a las organizaciones no gubernamentales y al mundo asociativo es prácticamente nula. Lo habitual es que los datos se centren en los ámbitos de la empresa y el hogar. Por analogía, se concluye que el impacto positivo de la inversión digital acreditada en los estudios típicos sobre los resultados de la actividad empresarial (Brynjoflsson y Hitt, 2000; Brynjoflsson y Hitt, 2003; Pilat, 2006) ha de tener su equivalente también en el mundo asociativo. Pero apenas existen datos para sustentarlo.

En la literatura empresarial, se afirma que el éxito de una empresa depende hoy de su capacidad de «disponer de los mejores procesos, utilizar la información, generar conocimiento y emplear las mejores tecnologías» (Ferrer Abelló y Rey Tapia, 2004: 21). En el mundo asociativo también, por tanto, cabe esperar que aquellas que sean capaces de sacar provecho a las oportunidades que ofrecen las tecnologías de la información para mejorar sus procesos, utilizar la información y generar y compartir conocimiento serán las que conseguirán tener influencia sobre sus grupos de interés y sobre la sociedad en general.

¿Para qué sirven las TIC en una asociación? En realidad para lo mismo que sirven en cualquier otro tipo de organización. Si en el ámbito empresarial la adaptación al nuevo entorno digital se constata cuando

la empresa «realiza toda o gran parte de su actividad, funcional o comercial, en la red» y es una organización «flexible, orientada al cliente, que se relaciona con su medio de forma electrónica» (Ferrer Abelló y Rey Tapia, 2004: 21), igualmente puede decirse que una asociación adaptada al entorno de las nuevas tecnologías, es aquella que realiza gran parte de su actividad interna y externa en la red, orientada a sus miembros y a la sociedad, y que se relaciona con su medio de forma electrónica.

Las TIC pueden ser útiles en prácticamente todos los ámbitos de trabajo de una organización. En el mundo de la empresa es habitual referirse a tres aspectos sobre los que las TIC ejercerían un impacto positivo (Ontiveros Baeza, Manzano y Rodríguez Teubal, 2004: 46).

1. La acumulación y puesta a disposición de información.
2. La mayor interacción entre todos los agentes en el seno de la empresa.
3. La mejor asignación de recursos y la toma de decisiones más fundamentadas y rápidas.

Estas tres mejoras no se desarrollan de igual manera. Lo habitual es que la primera etapa del proceso de implantación de las TIC se centre en aspectos que permiten mejoras en la información y en la comunicación, pero normalmente no son generadores de valor añadido (García Olea, 2002: 249).

Refiriéndose a las ONG, Jaume Albaigès (2008) agrupa en seis grandes áreas los aspectos en los que las TIC pueden resultar útiles: proyectos relacionados con los objetivos de la organización; comunicación y captación de recursos; sensibilización e incidencia política; fomento de la participación; transparencia y rendición de cuentas; y gestión interna.

Uniendo las dos aportaciones a las que se ha aludido, no sería difícil distribuir estas últimas áreas en los tres grandes apartados a los que se ha hecho referencia para el mundo de la empresa:

- 1 Información: transparencia y rendición de cuentas
- 2 Mejores decisiones: proyectos relacionados con los objetivos de la organización, gestión interna, fomento de la participación
- 3 Comunicación: comunicación y captación de recursos, sensibilización e incidencia política.

Por otro lado, diversos autores señalan que la web 2.0 implica potencialmente unas dinámicas democráticas, participativas y colaborativas que, de hecho, forman parte, al menos como desiderátum, de la vocación de muchas asociaciones, por lo que las TIC pueden ser una enorme ayuda para que estas organizaciones, además de cumplir su misión social de forma más eficaz, asuman una cultura más participativa y colaborativa, y mejoren su imagen (Giner, González Gago y Pupo, 2009; Torres-Coronas, Vidal-Blasco y Monclús-Guitart, 2010).

Las organizaciones del tercer sector han tomado cada vez mayor conciencia de la importancia de integrarse en la sociedad de la información. Según Víctor Manuel Marí Sáez (2011: 157), históricamente la relación de las ONG con al tecnología ha venido caracterizada por una actitud «tecnofóbica» dado que muchos movimientos sociales consideraban que las tecnologías eran dispositivos al servicio de la lógica dominadora del sistema social imperante. Sin embargo, en la actualidad la relación ha pasado a ser la contraria, advirtiéndose una actitud más bien «tecnofílica», es decir, de exceso de optimismo respecto a las tecnologías de la información y comunicación.

Hay que tener en cuenta que las TIC son herramientas de apoyo para las organizaciones y no un fin en sí mismas, y sólo serán efectivas si las organizaciones escogen las infraestructuras y servicios adaptados a sus necesidades en función de muchos factores: tamaño de la asociación, complejidad de sus procesos internos, modelo de relación con sus asociados y con la sociedad, la cultura participativa que tienen, etc.

Muy particularmente habrán de tenerse en cuenta los objetivos de la asociación, a fin de poder decidir cuáles son las mejores herramientas para facilitar la consecución de los mismos. Lo normal es que las asociaciones señalen varios objetivos, pero varían mucho entre ellas. En su estudio sobre el mundo asociativo inmigrante en España, Rosa Aparicio y Andrés Tornos (2010: 42) señalan que los objetivos más habituales suelen ser los siguientes: mantenimiento y difusión de su cultura de origen, ofrecer servicios a grupos de personas, actividades políticas de incidencia o participación, actividades de integración, actividades recreativas, cooperación con el país de origen y actividades religiosas.

Los responsables de la asociación han de acertar en una estrategia en la que se incorporen de manera eficaz las TIC para sus características y objetivos específicos, porque no es lo mismo una asociación dedicada a la incidencia social o una asociación dedicada a la promoción cultural, a la integración social o a la asistencia a un colectivo. Marí Sáez (2011: 158) señala que se deben llevar a cabo «procesos de planificación de la comunicación que estén conectados con los proyectos estratégicos globales y con la cultura organizativa de las entidades». Los resultados del presente estudio atestiguan que en cierta medida es lo que está sucediendo, aunque dada la reducida cantidad de asociaciones en cada una de las categorías estudiadas, se deben tomar los datos con cautela. Así, las asociaciones que están principalmente orientadas a objetivos sociopolíticos utilizan las TIC más que las demás asociaciones para publicar información —dos tercios lo hacen varias veces a la semana, muy por encima del resto de asociaciones que no llegan a la mitad—. Sin embargo, a la hora de utilizar las TIC para, por ejemplo, la gestión de la asociación —elaborar documentación, llevar contabilidad, etc.—, se invierten las tornas y aquellas que se dedican a la cooperación lo hacen en mucha mayor medida que el resto —la mitad de ellas lo hace a diario—. En definitiva, no se trata de utilizar las TIC, sino de hacerlo de la manera más conveniente para cada caso.

2. FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS TIC

Diversos autores han venido constatando que, en general, las organizaciones no lucrativas están todavía lejos de aprovechar todo el potencial de las TIC (Albaigès, 2007; Giner et al., 2009; Torres-Coronas et al., 2010). ¿Qué factores pueden influir en ese aprovechamiento? Lo que aquí se pretende es una aproximación preliminar a la cuestión, partiendo de algunos de los resultados de la presente investigación y de la literatura académica existente sobre el tema. En concreto se mencionarán cuatro factores: tamaño y recursos; destrezas y competencias de los responsables de la asociación; cultura organizativa de la asociación; y, por último, características del público al que la asociación se dirige.

2.1 Tamaño y recursos

Un factor fundamental es el de la falta de recursos. Dicha falta de recursos es la que provoca, en gran medida, que las asociaciones de inmigrantes estén a la cola dentro del mundo asociativo, ya de por sí bastante retrasado, en el uso de TIC. La falta de recursos, formación y financiación características del mundo asociativo son debilidades particularmente notables en este tipo de asociaciones. La mayoría de las asociaciones estudiadas en esta investigación —aproximadamente 8 de cada 10— no disponen de presupuesto o es muy bajo, carecen de personal contratado o, a lo sumo, realizan contratos laborales discontinuos. Muchas de estas asociaciones padecen una imposibilidad material de adquirir equipos y medios necesarios. Por ejemplo, casi la mitad de las asociaciones estudiadas no tienen acceso a internet en su sede, pero es que la mitad de esas asociaciones, sencillamente, no tienen sede. Además, una tercera parte de las asociaciones sin internet afirman que no tienen internet por no poder afrontar los costes, ya sean costes de los equipos o costes de conexión.

Tal y como cabía esperar, el presente estudio señala que las asociaciones con presupuestos altos, con más recursos humanos y materiales, tienen un mayor acceso a recursos tecnológicos y hacen un mayor uso de las TIC —en cuanto a frecuencia, diversificación y cantidad de plataformas online—. Esto no es algo que afecte exclusivamente a este tipo de asociaciones. En la literatura empresarial se constata que existe «una fuerte correlación entre el tamaño de la empresa y el uso de las nuevas tecnologías, por encima de cualquier otro aspecto que se considere» (García Olea, 2002: 234).

Por otro lado, conviene advertir que un error común en instituciones sin dimensión o recursos es la de adquirir o crear herramientas —a veces haciendo un importante esfuerzo de tiempo y dinero— y luego no tener capacidad de darles uso o dinamizarlas. A la hora de plantearse un proyecto es siempre fundamental calcular qué capacidad y recursos van a existir después para gestionar y dinamizar la participación a través de esas herramientas (Odriozola Celaya, 2008: 149).

2.2 Destrezas y competencias

El propio desconocimiento que muchas asociaciones tienen de las aplicaciones existentes influye en la capacidad de las asociaciones de adaptarse al entorno de las TIC. En muchas organizaciones, la falta de familiaridad con las TIC y de conocimientos hacen imposible que sus responsables puedan percatarse siquiera de los usos posibles de las TIC y de sus potenciales beneficios. Por ejemplo, el presente estudio señala que la mitad de los responsables de las asociaciones que han sido entrevistados no saben nada de *crowdsourcing* y sólo 1 de cada 10 afirma saber utilizar «perfectamente» esta forma de propiciar aportaciones online.

En este sentido, resulta significativo recordar cómo las instituciones públicas han considerado necesario en los últimos años implementar iniciativas de asesoramiento y sensibilización en el ámbito de las PYMES para que estas tomaran conciencia de las posibilidades que las nuevas tecnologías les ofrecen en tareas de gestión y producción a fin de ganar en competitividad. La visión de estas políticas de difusión «sobre las bondades de las TIC» partía, precisamente, de la consideración de que muchas empresas, sobre todo las pequeñas, no eran conscientes de la necesidad que tenían (García Olea, 2002: 239). Pues bien, lo mismo parece estar ocurriendo en parte del mundo asociativo.

Los resultados de este trabajo señalan que cuanto más joven es el o la representante de la asociación, esta tiende a utilizar más las TIC, tanto en términos de frecuencia como en diversificación de los usos. Existe una divisoria digital entre generaciones, y los jóvenes, socializados de forma natural en el entorno de los medios digitales y las TIC, saben sacar mayor provecho de las potencialidades de estas herramientas.

Es evidente que las asociaciones de inmigrantes no pueden incorporar personal contratado cualificado para encargarse de las TIC, pero tampoco esto es necesario para hacer uso de herramientas de hardware y software muy extendidas y útiles. Cualquier persona con mínimas destrezas puede adquirir las competencias necesarias. Esto sin olvidar, además, que estas asociaciones muchas veces tienen la posibilidad de contar con la colaboración de voluntarios cualificados.

2.3 Cultura organizativa

Para sacar todo el rendimiento posible a las TIC se hacen necesarios determinados rasgos en la cultura de cualquier organización. En el ámbito empresarial, eficacia y cultura corporativa son dos elementos tradicionalmente unidos, y es algo constatado que únicamente pueden sacar el máximo rendimiento a las herramientas tecnológicas, aquellas empresas que son capaces de afrontar las reformas internas que ellas comportan «en las habilidades de los trabajadores, en las actitudes de los directivos, en los procedimientos de toma de decisiones e incluso en la organización de las empresas» (Ontiveros Baeza et al., 2004: 57). Las organizaciones rígidamente jerárquicas tienen desventajas a la hora de aprovechar las potencialidades de las TIC, porque estas tecnologías «cuestionan seriamente la validez universal de los modelos tradicionales de organización, jerarquizados y racionalizadores de la información» (Ontiveros Baeza et al., 2004: 58).

En el ámbito de las organizaciones sociales ocurre otro tanto. Las TIC despliegan su máximo potencial cuando convergen con una cultura participativa y, en muchos casos, el aprovechamiento de las TIC se ve lastrado por una cultura organizacional reacia a la participación (Albaigès, 2007: 9; Marí Sáez, 2011: 158). Las herramientas están ahí —webs, redes, intranet, extranet, etc.—, pero en muchas organizaciones las decisiones se toman en pequeños grupos o incluso por el líder del mismo. Es por ello que resulta necesario fomentar una cultura participativa que convierta la participación en una fuente de riqueza y fortaleza para la asociación.

En el ámbito de la literatura empresarial se ha analizado profusamente la existencia de aspectos de cultura organizativa relacionados con el origen de las personas. Trabajos como los de Geert Hofstede (1999) vienen a señalar que existen dimensiones culturales que determinan comportamientos sociales y afectan a las organizaciones. Sin embargo, no parece que estos rasgos culturales más profundos estén determinando el uso de las TIC por parte de las asociaciones. Este estudio al menos no ha encontrado diferencias significativas en cuanto a uso de las TIC por parte de las asociaciones de inmigrantes según

origen de las mismas. Pero eso no significa que la cultura organizativa, a otro nivel, no deba tenerse en cuenta. Por ejemplo, significativamente, se observa que el uso de las TIC para convocar encuentros o reuniones entre socios o para participar en discusiones online está más extendido entre las asociaciones dedicadas a fines sociopolíticos y entre las dedicadas a la cooperación que en otras asociaciones. Intuitivamente, cabe suponer que, por los temas que tratan, entre las primeras será más habitual hallar una cultura democrática y participativa.

2.4 Características del público

En algunos casos el factor que más influye en el aprovechamiento o no de las TIC no está en la propia asociación sino en el grupo de interés al que se dirige la asociación, que puede condicionar en gran medida el proceso de incorporación de algunas TIC, produciéndose una paradoja similar a la del huevo y la gallina: la motivación para adquirir las habilidades para las TIC depende en gran medida de los usos prácticos y beneficios tangibles; pero al mismo tiempo, la utilidad de las herramientas depende en gran medida de un alto nivel de participación en el grupo de interés al que uno se dirige, algo que muchas veces no ocurre por diversos motivos (Zinnbauer, 2007: 34). Poco provecho podrán sacar de las TIC aquellas asociaciones cuyos principales grupos de interés no utilizan las TIC.

Tal y como se ha dicho, no existen diferencias entre las asociaciones debido a los países de origen de las mismas. Sin embargo, resulta significativo comprobar que según los resultados de esta investigación, las asociaciones de inmigrantes en España, en general, realizan principalmente a través de internet su relación con otras instituciones —con otras ONG y con la administración pública—, mientras que la relación con sus propios socios sigue siendo cara a cara. Una de cada cuatro asociaciones tiene un contacto presencial diario con sus socios. Esto podría deberse, sencillamente, a los objetivos de las asociaciones. Téngase en cuenta que el objetivo más repetido por estas asociaciones es el de ofrecer servicios directamente a sus asociados, por lo que puede suponerse que la relación con ellos se teje principalmente en el contacto cara a cara de unos servicios que no pueden ofrecerse de forma virtual. Sin embargo, también podría estar sucediendo que los colectivos a los que estas asociaciones se dirigen no disponen de acceso a internet u otras TIC, lo cual impide un aprovechamiento de estas posibilidades, que sin embargo se están generalizando en la relación de las asociaciones con instituciones u otras organizaciones. Harán falta nuevas investigaciones que incluyan a los propios asociados, para responder a este tipo de interrogantes.

3. VALORACIÓN DE LAS TIC

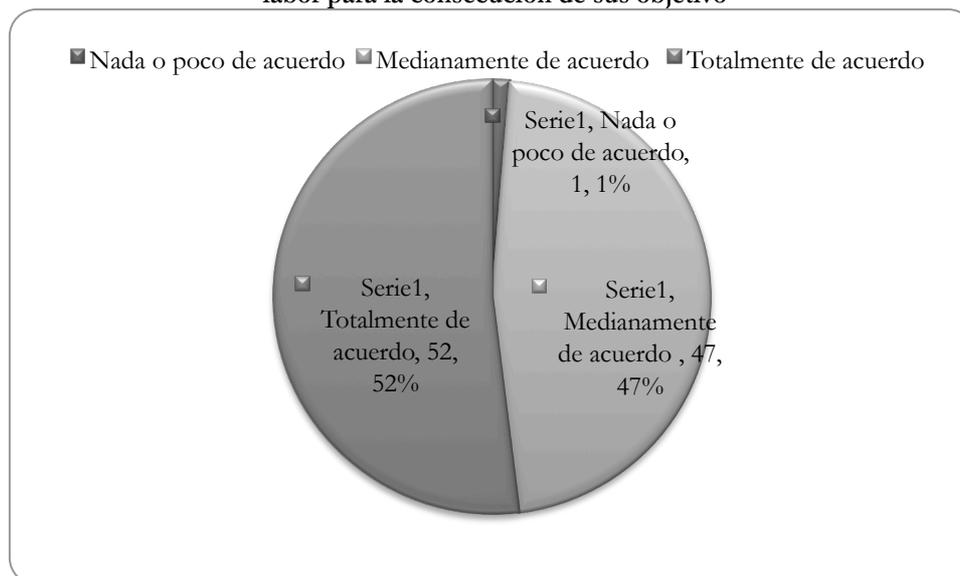
Otro importante ingrediente que influye en el hecho del uso de las TIC por parte de las asociaciones de inmigrantes —además de los factores mencionados— viene dado por el valor que se da a estas herramientas como generadoras de participación y desarrollo asociativo. Los factores ya analizados sobre recursos, competencias, cultura organizativa y características de los miembros, constituyen aspectos objetivos mientras que el valor que se da a algo constituye un aspecto inmaterial, simbólico, que influye subjetivamente en las actuaciones de las personas. Nos referimos en concreto, a cómo valoran este aspecto de las tecnologías de la información y la comunicación las personas que lideran y movilizan el movimiento asociativo de migrantes.

La inclusión de las TIC en las asociaciones de inmigrantes, como recursos de apoyo a su labor, forma parte de la cotidianidad, ya que 7 de cada 10 asociaciones estudiadas utiliza internet a diario, principalmente en tres actividades como son el correo electrónico, el acceso a información y su publicación y para elaborar documentación interna. Evidentemente, la utilización de las TIC en las nuevas formas de gestionar, comunicar e informar requiere un cambio de mentalidad que, pese a su complejidad, puede ser valorado como una transición obligatoria e irreversible en el contexto actual. Según los datos recogidos en nuestro estudio, la gran mayoría de las asociaciones de inmigrantes en España está presente en internet (82%) con algún tipo de plataforma propia de la organización (página web y/o perfil de la asociación en las redes sociales) y utiliza una cuenta de correo de la asociación (81%). La red social online más utilizada es Facebook (71%). Así por ejemplo, como manifiestan algunos de sus representantes en las entrevistas realizadas durante el trabajo de campo respecto a la presencia en internet: “Hoy en día si tú no existes en internet, es que no existes ¿no?” (Representante

de una asociación rumana). “Hoy en día, si no estás vivo a nivel digital es que estás muerto” (Representante de una asociación marroquí).

Por otra parte, destaca que 40 de las 78 asociaciones de inmigrantes estudiadas consideran en grado máximo que el uso de las TIC facilita la labor de la asociación para la consecución de sus objetivos (ver Gráfico 1). Por lo tanto, su valoración respecto de las tecnologías es altamente importante. Pero también aparecen algunas sombras, ya que el 47% se muestra medianamente de acuerdo. Es decir, que más de la mitad ven sin reservas que la utilización de estas tecnologías es capaz de mejorar la tarea asociativa. Pero una parte importante de ellas, el 47% no muestra una adhesión sin reservas. Más bien se trata de una valoración condicionada. Aparecen ciertas reservas respecto a su bondad para el funcionamiento asociativo.

Gráfico 1: Grado en que las Asociaciones de inmigrantes en España consideran que el uso de las TIC facilita su labor para la consecución de sus objetivo



Fuente: Elaboración propia a partir del tratamiento de datos primarios de la investigación.

La valoración positiva está relacionada con distintos tipo de ventajas que se asocian a las TIC:

Resultan económicas y proporcionan un amplio alcance. Al analizar la valoración que hacen las asociaciones de las TIC, se observa que en general sus representantes las consideran como una herramienta esencial que no resulta excesivamente cara. Como se desprende de las palabras de algunos de sus representantes: «Yo creo que el uso de las nuevas tecnologías es fundamental para que uno mismo pueda hacer difusión y en muchos ámbitos, de todo lo que está haciendo, de darse a conocer y de una manera muy económica» (representante de asociación colombiana); «Es práctico, cuesta menos dinero, no tienes que echar publicidad» (representante de asociación rumana). Por lo tanto, las TIC parecen ser entendidas como buenos instrumentos para dar difusión a las actividades de las asociaciones, ayudando a aumentar su repercusión en el número de participantes en las actividades que organiza una asociación.

Permiten difundir un mensaje y una imagen positiva de los colectivos migrantes. Principalmente en el caso de los colectivos marroquí y rumano, los representantes de las asociaciones han valorado el potencial comunicativo de las TIC. Estas tecnologías dan la oportunidad de producir o al menos contribuir al mensaje y a la imagen de su comunidad: «[El blog pretende] darnos a conocer a la sociedad... no solamente lo que se oye en los medios de comunicación. Queremos intentar cambiar esa imagen... es muy difícil. Tienes que tener muchos medios para hacerlo» (responsable de asociación marroquí); «Formas la página [web] y escribes un poquito todo eso, “somos de Rumanía, hacemos eso”, das a conocer mejor. Porque antes había mala fama y todo eso, cuando llegaron, los que vinieron primero vinieron haciendo cosas malas, y claro ahora tienes que fomentar la realidad: qué es un ciudadano de Rumanía» (responsable de asociación rumana).

Mejoran la productividad asociativa. Como opina una líder asociativa en relación a las transformaciones que experimentan las asociaciones al utilizar de forma intensa las TIC: “Son capaces de trabajar mejor y más eficientemente” (representante asociación en Madrid).

Facilitan la coordinación entre asociaciones y el desarrollo de redes asociativas. Por otra parte, también se valora de forma positiva que las TIC conectan a las asociaciones entre sí permitiendo el aprendizaje mutuo, ofrece posibilidades de acceso a recursos y facilita la búsqueda de socios/voluntarios para la asociación.

En general, las asociaciones piensan que son más las luces que las sombras en relación a las TIC, pero también expresan que el uso de las TIC conlleva ciertos obstáculos o aspectos negativos, o al menos, menos positivos:

Disminución de las relaciones cara a cara. Como declaran algunos líderes asociativos, las TIC pueden reducir las relaciones cara a cara con la consiguiente pérdida de espontaneidad: « ... La desventaja es que al final termina siendo como muy frío el tema, no? Las redes sociales y los medios electrónicos ayudan por un lado, por otro lado nosotros somos conscientes de que no por mandar un mail el otro ya se va a movilizar, no dejamos de hacer las visitas, llamar por teléfono, organizar reuniones. No creemos que la vía electrónica sea la que mueva el mundo, es decir, siempre necesitaremos de relaciones humanas... si no nos vemos la cara no lo podemos hacer» (representante de asociación colombiana).

Exposición al mal uso de las redes. Asimismo, consideran que las TIC pueden dar una imagen distorsionada de la representatividad de las asociaciones, puede existir el riesgo de copia y pirateo de contenidos. Además, la super informatización de las entidades públicas para los trámites puede generar una brecha entre las distintas asociaciones y provocar un exceso de trabajo debido a las necesidades del colectivo que atienden. “... Disminuye el nivel de la confianza, en relación con la seguridad informática. Por ejemplo, la tecnología tiene problemas con la confidencialidad y con la seguridad, y por tanto la confianza para conservar una información o algo que está corriendo a nivel de la nube de internet, por ejemplo.” (representante de asociación colombiana).

Las TIC no son tan imprescindibles. Por otra parte, también existe la idea de que, pese a la notoriedad que otorgan a las TIC, éstas no son herramientas tan decisivas. En palabras de uno de los representantes entrevistados: «Si las TIC dejaran de existir, la asociación seguiría funcionando... Internet no es determinante» (representante de asociación rumana).

Por tanto, dentro del movimiento asociativo migrante la valoración de las TIC es mayoritariamente positiva, pero no por ello dejan de manifestar ciertas dudas y sombras, que indudablemente van a incidir en el uso que se hace de las mismas. Y estas valoraciones acaban repercutiendo en las actuaciones. Por ello, más del 80% de las asociaciones estudiadas utilizan de una manera u otra estas tecnologías, pero el resto no hace uso de ellas, lo cual va a repercutir en sus posibilidades de darse a conocer, de incidir en la opinión pública y de hacer crecer el número de miembros más allá del entorno cercano que posibilitan las relaciones cara a cara, derivadas del conocimiento y de la cercanía.

4. CONCLUSIONES

Como se mencionó al inicio de esta comunicación, el análisis sobre los factores que influyen en el uso de las TIC por parte de las asociaciones de inmigrantes en España resulta un indicador clave para aproximarnos al grado en que estas organizaciones sociales se encuentran sumergidas en la actual sociedad de la información.

Los datos sugieren que el nivel de ese uso no está relacionado con el país de origen, la región en la que la asociación se ubica, el número de miembros de la asociación, ni con el sexo de los representantes o la edad. Entre los factores que se han observado relevantes para explicar el grado y la modalidad de incorporación de las TIC y su aprovechamiento en este tipo de organizaciones destacan cuatro: su tamaño y recursos (presupuesto general, posesión de recursos tecnológicos como ordenadores, acceso a internet desde la asociación, etc.); las destrezas y competencias de los responsables de la asociación (conocimientos y actividad en internet); la cultura organizativa de la asociación; y, por último, las características del público al que la asociación se dirige.

Las organizaciones no lucrativas en general, y las asociaciones de inmigrantes en particular, están todavía lejos de aprovechar todo el potencial de las TIC. Algo que, teniendo en cuenta los mencionados factores, no resulta sorprendente, dado que en general, el conjunto del mundo asociativo migrante adolece de una debilidad estructural, a la que no pocas veces se añaden una cultura poco participativa y dificultades para integrarse en la sociedad de la información por parte de los colectivos a los que se dirigen.

Pero esto no se debe a un rechazo hacia las TIC. El trabajo de campo realizado, junto con el posterior tratamiento que se le ha dado a los datos obtenidos, permitió comprobar que la mayoría de las asociaciones de inmigrantes opina que las TIC resultan muy necesarias para su labor y consideran imprescindible tener una presencia en internet. Más de la mitad de las asociaciones analizadas ven sin reservas que la utilización de estas tecnologías es capaz de mejorar la tarea asociativa. La valoración positiva de las TIC está relacionada con distintos tipos de ventajas que se vinculan a las mismas, como su rentabilidad y gran impacto; la posibilidad de difundir una imagen positiva de los colectivos migrantes; la oportunidad que ofrecen para crear redes con otras asociaciones, además de su condición de herramientas eficaces para el trabajo.

De las tres áreas organizacionales mencionadas anteriormente en las que las TIC pueden resultar positivas —información, mejores decisiones y comunicación— los responsables de las asociaciones estudiadas muestran una conciencia más definida en torno a la tercera. Las TIC son vistas principalmente como herramientas útiles para visibilizar a la asociación o al colectivo del que se trate, ofrecer una imagen positiva y generar redes. Se trata de objetivos muy importantes para las asociaciones, pero no son las únicas áreas en las que las TIC pueden resultar eficaces en una organización. Esto no resulta sorprendente. También en otras esferas sociales, y en particular en el mundo empresarial, es habitual que los aspectos relacionados con la imagen y la comunicación sean las primeras dimensiones de las TIC en ser incorporadas. Sólo posteriormente se implementan procesos organizativos que integran las TIC en otras áreas que pueden ayudar en la toma de decisiones y aportar valor a sus actividades.

Por tanto, aunque todavía queda camino por recorrer en el ámbito de la sensibilización, en general se puede decir, que no existe un rechazo a las TIC que pudiera lastrar la incorporación de las asociaciones a la sociedad de la información. Ese valor positivo que se atribuye a estas herramientas influye subjetivamente en las actuaciones, como aspecto de tipo inmaterial y simbólico, y tiene consecuencias constatables, ya que aquellas asociaciones que estiman las TIC como muy necesarias son más consecuentes con sus objetivos, empleando las estrategias más adecuadas.

Eso no significa que esta actitud positiva lleve a las asociaciones a ignorar determinados riesgos de las TIC. La postura tecnófila que impera en parte del tercer sector en la actualidad parece muy atemperada en el mundo de las asociaciones de inmigrantes, donde se aprecia una valoración más ponderada sobre ventajas y riesgos de las TIC. Las reservas respecto las TIC están relacionadas principalmente con la disminución de las relaciones cara a cara; el riesgo de que las redes sociales reflejen una imagen distorsionada de la representatividad de las asociaciones, y la capacidad de propiciar la copia y pirateo de contenidos. Además se señala que las TIC no son tan imprescindibles, dado que este tipo de organizaciones sociales seguirían realizando su labor aunque no existiesen tales recursos tecnológicos.

En conclusión, la mayoría de las asociaciones de migrantes muestran una buena disposición hacia la sociedad de la información en España. En un contexto en el que la crisis económica está cambiando el mapa de las asociaciones, la brecha digital se produce por dos motivos: la falta de experiencia o destrezas por un lado, y la escasez de recursos por otro.

Cabe considerar la conveniencia de iniciativas públicas y privadas que contribuyan a que el conjunto del sector social avance en la sociedad de la información, a fin de garantizar que las asociaciones, y en particular las de personas migrantes, se aprovechan de las ventajas que las TIC les ofrecen para cumplir con su función social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allievi, Stefano y Nielsen, Jørgen. (2003) (Eds.) *Muslim Networks and Transnational Communities in and across Europe*, Leiden y Boston, Brill.
- Alonso, Andoni y Oiarzabal, Pedro J. (2010) (Eds.) *Diasporas in the New Media Age: Identity, Politics, and Community*, Reno, University of Nevada Press.
- Albaigès, J. (2007). *Usos y retos de las TIC en las organizaciones no lucrativas*. Barcelona: Observatori del Tercer Sector.
- Albaigès, J. (2008). Usos y retos de las TIC en las organizaciones sociales. *Quaderns d'Educació Social. Educació Social i Tecnologies de la Informació i la Comunicació*, 12.
- Aparicio, R. y Tornos, A. (2010). *Las asociaciones de inmigrantes en España*. Madrid: Ministerio de Trabajo e Inmigración.
- Brynjofsson, E. y Hitt, L. M. (2000). Beyond computation: Information technology, organizational transformation, and business performance. *Journal of Economic Perspectives*, 14 (4), 23-48.
- Brynjofsson, E. y Hitt, L. M. (2003). Computing productivity: Firm-level evidence. *Review of Economics and Statistics*, 85 (4), 793-808.
- Castells, Manuel (2000) *La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura*, Madrid, Alianza.
- Comisión Europea (1993) *Growth, competitiveness, employment. The challenges and ways forward into the 21st century*. White Paper COM(93)700_ 5 diciembre 1993. Disponible en: http://europa.eu/documentation/official-docs/white-papers/pdf/growth_wp_com_93_700_parts_a_b.pdf
- Cohen, Robin. (1997) *Global Diasporas: An Introduction*. Seattle: University of Washington Press.
- Ferrer Abelló, A. M. y Rey Tapia, J. d. (2004). *Gestionando empresas en la sociedad de la información: Pymes e internet*. Madrid: Fundación EOI.
- García Olea, M. V. (2002). La implantación de las TIC en las empresas vascas. En J. Aramberri Miranda, I. Beristain Etxabe, P. Martínez de Alegría Pinedo y M. Sanromá Lucía (eds.), *La revolución digital: Nueva economía e integración social* (pp. 231-250). Vitoria-Gasteiz: Federación de Cajas de Ahorros Vasco-Navarras.
- Giner, F., González Gago, E. y Pupo, O. M. (2009). *¿Cómo utilizamos las TIC desde las organizaciones no lucrativas en España?* Madrid: Fundación Chandra y Centro de Estudios Económicos Tomillo.
- Haythornthwaite, Caroline (2007) Social networks and online community en Joinson, Adam, McKenna, Katelyn, Reips, Ulf-Dietrich y Postmes, Tom (eds) *Oxford Handbook of Internet Psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- Hofstede, G. (1999). *Culturas y organizaciones*. Madrid: Alianza Editorial.
- INE-Instituto Nacional de Estadística- (2011) Avance del padrón municipal a 1 de enero 2011 Nota de Prensa de 4 de abril. Nota de Prensa n. 648. Disponible en: <http://www.ine.es/prensa/np648.pdf>
- Marí Sáez, V. M. (2011). *Comunicar para transformar, transformar para comunicar*. Madrid: Editorial Popular.
- Martiniello, Marco (1999) "The limits of consultative politics for immigrants and ethnic immigrant minorities, en *Political and Social Participation of Immigrants Through Consultative Bodies*, Estrasburgo, Consejo de Europa, pp. 77-89.
- Morley, David y Robins, Kevin. (1995). *Spaces of identity: global media, electronic landscapes and cultural boundaries*. London: Routledge.
- Odrizola Celaya, J. (2008). *La empresa en la web 2.0*. Barcelona: Gestión 2000.
- OIM- Organización Internacional para las Migraciones (2011) *Informe sobre las migraciones en el mundo 2011: Comunicar eficazmente sobre la migración*, Ginebra, Organización Internacional para las Migraciones.
- Ontiveros Baeza, E., Manzano, D. y Rodríguez Teubal, I. (2004). *Tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC), crecimiento económico y actividad empresarial*. Madrid: Círculo de Empresarios.
- Pilat, D. (2006). The impacts of ICT on productivity growth: Perspectives from the aggregate, industry and firm level. En R. M. Albers, M. Mas y P. Schreyer (eds.), *Growth, capital and new technologies* (pp. 113-147). Bilbao: Fundación BBVA.
- Tapscott, D. y A. D. Williams (2011) *MacroWikinomics. Nuevas fórmulas para impulsar la economía mundial*. Barcelona, Paidós.
- Toral, Guillermo (2010) Las asociaciones de inmigrantes como sociedad civil: un análisis tridimensional, en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* (Reis) n. 132, pp. 105-130

- Torres-Coronas, T., Vidal-Blasco, A. y Monclús-Guitart, R. (2010). Moving forward? The use of ICT and web 2.0 tools in the Catalan third social sector. *SIGCAS Computer and Society*, 40 (2), 12-24.
- UIT - Unión Internacional de Telecomunicaciones- (2006) *Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Ginebra 2003-Túnez 2005*. Documento de trabajo Documento WSIS-05/TUNIS/DOC/6(Rev.1)-S. 28 de junio de 2006. Naciones Unidas. Disponible en: <http://www.itu.int/wsis/docs2/tunis/off/6rev1-es.pdf>
- Vermeulen, Floris (2005) *The immigrant organising process: the emergence and persistence of Turkish immigrant organizations in Amsterdam and Berlin and Surinamese organizations in Amsterdam*, Tesis doctoral, Universidad de Amsterdam. Disponible en: <http://dare.uva.nl/document/12781>.
- Zinnbauer, D. (2007). *What can social capital and ICT do for inclusion*. Sevilla: Joint Research Centre, Institute for Prospective Technological Studies



INMIGRACIÓN Y LA BRECHA DIGITAL DE GÉNERO¹

María Jesús Santiago Segura
Universidad de Granada

Santiago Segura, M. J. (2015). Inmigración y brecha digital de género. In F. J. García Castaño, A. Megías Megías, & J. Ortega Torres (Eds.), *Actas del VIII Congreso sobre Migraciones Internacionales en España (Granada, 16-18 de septiembre de 2015)* (pp. S29/37–S29/51). Granada: Instituto de Migraciones.

¹ El presente trabajo forma parte de una Tesis Doctoral en curso.
Contacto: msantiagosegura@gmail.com

A continuación se presenta una perspectiva del fenómeno migratorio como un fenómeno digital. Las personas necesitan comunicarse en su día a día, se relacionan con familiares, compañeros/as de trabajo, con personas que conocen y que no conocen...pero no solo comunicarse sino conocer su entorno, es decir, informarse. Actualmente, los escenarios comunicativos están cambiando, los procesos comunicativos son otros y, son en esos procesos en donde debemos ser partícipes o corremos el riesgo de caer en la e-marginación social. Esta necesidad se incrementa cuando estamos fuera de nuestro ambiente, lejos de la familia, amigos...

Ahora bien, si por las razones que sea, decidimos salir de nuestro país de origen ¿qué ocurre si supuestamente, el país de acogida es tecnológicamente más complejo? Las diferencias digitales que se pueden encontrar la población inmigrante se traducen en desigualdades sociales, es decir, en Brechas Digitales. Si a esta suposición de diferencia en el uso de tecnología le sumamos que históricamente, la mujer ha venido sufriendo desigualdades sociales por razón de género, como por ejemplo en las oportunidades de trabajo, salarios más bajos, en oportunidades de acceso a la formación, autonomía económica... ¿Puede existir Brechas Digitales por razones de género?

La investigación que se presenta a continuación, es un análisis de resultados de la encuesta sobre “Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares” realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE). A través de ellos, estudiamos las diferencias y desigualdades de la población inmigrante en el país de acogida, en este caso España. Concretamente está centrada en la Brecha Digital, la Segunda Brecha Digital y la Brecha Digital de Género.

1. LA INMIGRACIÓN COMO UN FENÓMENO DIGITAL

Si bien la inmigración, no es un fenómeno nuevo, la inmigración como un fenómeno global y más aún como un fenómeno digital, sí podemos considerar que lo es. La forma de migrar ha cambiado a lo largo de la historia y el hecho de ser y estar en el país de origen, aún más. Si bien, la idea de inmigrar con el objetivo de retornar al país de origen ya no es el objetivo. Como nos dice Fernández (2011), la reagrupación familiar es un segundo paso del proceso de migratorio. Este proceso empieza en un primer momento, por ser una “inmigración individual” en donde una vez la persona se siente estable en el lugar escogido de acogida, comienza a realizar la tramitación para el proceso migratorio familiar.

Hoy en día, se contempla la inmigración desde la perspectiva de formar una nueva vida allí donde se elija, la de la reagrupación familiar y la de envejecer en el país de acogida.

La palabra inmigrante trae connotaciones peyorativas, personas de bajo status, personas en condiciones de pobreza, etc., idea que se ha asociado al hecho de que los movimientos migratorios se producen de forma general por una precariedad económica-social-política del país de salida.

Independientemente de lo ya expuesto con anterioridad como factor motor por el que las personas emigran de sus países, la inmigración en España no se caracteriza por su homogeneidad sino más bien, por la diversidad de personas de distintos países que deciden que sea este su país de acogida. Un ejemplo de ello, se puede ver en la tabla a continuación, que en el primer semestre del 2014, existían en España personas de más de 50 países diferentes.

Tabla 1. Población inmigrante en España 2014

Bélgica	1.187	Mauritania	306
Bulgaria	2.379	Nigeria	726
Dinamarca	345	Otros países de África	2.139
Finlandia	471	Estados Unidos de América	1.802
Francia	3.716	México	1.917
Irlanda	565	Otros países de América del Norte	262
Italia	5.968	Cuba	3.909
Países Bajos	1.476	Honduras	3.349

Polonia	1.178	Nicaragua	1.642
Portugal	1.999	República Dominicana	4.515
Reino Unido	7.106	Otros países de Centro América y Caribe	1.403
Alemania	3.482	Argentina	3.792
Rumanía	15.689	Bolivia	2.292
Suecia	762	Brasil	3.271
Lituania	385	Colombia	5.169
Otros países de la Unión Europa	2.086	Chile	1.131
Noruega	638	Ecuador	3.114
Suiza	661	Paraguay	2.623
Ucrania	2.060	Perú	2.967
Moldavia	457	Uruguay	827
Rusia	4.258	Venezuela	4.820
Otros países del resto de Europa	1.584	Otros países de Sudamérica	14
Argelia	2.454	Bangladesh	689
Gambia	623	China	4.484
Ghana	541	Filipinas	1.070
Guinea	308	India	1.575
Guinea Ecuatorial	586	Pakistán	3.590
Mali	677	Otros países de Asia	3.391
Marruecos	11.581	Otros países de Oceanía	316
Senegal	1.543		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística.

Si las Tecnologías de la Información y la Comunicación han provocado en la sociedad española saltos cualitativos en múltiple ámbitos socioculturales y no solos económicos, podemos entender que estos saltos puedan ser para muchas personas más bien negativos que positivos. El apostar a nivel global por la e-administración, e-banca, e-formación...hace aún más una separación entre las personas que puedan acceder a estos servicios y los que no. Problema que no sólo provoca desigualdades y, en este caso no sólo desigualdades digitales, sino que excluyen a las personas a la hora de poder optar por estos servicios. Si lo concretamos en la población inmigrante, observamos cómo nos ha mostrado la tabla, los dos países de los que más personas existen en España son, Rumanía y Marruecos, si cruzamos esos datos con el último estudio realizado por Connectivity Scorecar en el 2013², sobre la conectividad que existe a nivel mundial, analizamos que, sobre una puntuación máxima de 10, Marruecos obtiene 2,2. Lo que nos lleva a plantearnos que otro factor de desigualdad a la hora de la inmigración es el avance tecnológico existente en el país de origen, (España 4,3 de puntuación), que junto al lenguaje pueden ser los dos factores fundamentales de exclusión social. Si cambiamos nuestra mirada y la focalizamos en países del Sur de América, encontramos por ejemplo, como en España existen unas 5.164 personas de Colombia con una conectividad de 3,3 puntos de origen. Aunque es algo general que cuando la inmigración se realiza por las razones citadas de mejora política-social-económica el país de origen tenga una mejor conectividad que el de salida, encontramos casos puntuales como el de Argentina que con 3.792 personas en España, posee una conectividad de 4,5.

² Los datos presentados son del 2013 al no haber un estudio realizado por Connectivity Scorecar más actual.

Pero no sólo las desigualdades digitales pueden llevar a exclusión a las personas inmigrantes en el país de acogida sino que estas desigualdades van mucho más allá. Otro caso concreto lo tenemos cuando analizamos la comunicación que es parte esencial del ser humano. La necesidad de información se hace más imprescindible cuanto más alejado estamos de nuestra cultura, de nuestras raíces y, más aún cuando en el país de origen hemos dejado familia y amigos. La tecnología se vuelve la herramienta necesaria para poder seguir teniendo vínculos, enlaces con la vida que quedó atrás. El nivel tecnológico de origen, como hemos apuntado, va a hacer que esta comunicación sea más o menos fluida y en algunos casos incluso puedan o no llevarse a cabo. Por ejemplo, las personas de países como Argentina van a tener una mejor comunicación que personas de países como Marruecos. Pero no sólo la comunicación es importante sino la información del país de origen también es considerada como parte fundamental de la población inmigrante, de esta forma, el poder conocer y mantenerse informados de cosas que están pasando en su país hace que no tengan sensación de perder su identidad. Por tanto, no sólo el hecho de utilizar el teléfono y poder oír la voz de los familiares y amigos, sino el poder verlos por medio de cam vía internet o el poder leer un periódico, hace la separación de origen mucho menos frustrantes emocionalmente.

2. BRECHAS DIGITALES DE GÉNERO

La transmisión de información y conocimiento de forma global, enriquece al mundo. El hecho de no existir tiempo ni espacio rompe las barreras físicas de comunicación al no tener que estar presente en un mismo lugar ni en el mismo momento para poder transmitir información. Para Castells (2001), toda la información y todo el conocimiento está en la red, pero ese conocimiento se encuentra codificado, de esta forma lo que hay que hacer es un proceso de descodificación que se basa en, saber dónde está la información, saber buscarla, procesarla, es decir, cambiar la información por conocimiento específico. La capacidad de saber y hacer esto está basada en una desigualdad al estar relacionada con nuestro origen social, familiar, nivel cultural, educativo, etc.

Actualmente se considera el medio tecnológico cómo parte integradora y minimizadora de desigualdad.

¿Pero, como se puede considerar que el uso de Tecnologías de la Información y el Conocimiento pueden minimizar una desigualdad, cuando existe desigualdad de acceso en la misma?. Para autores como Travieso y Planella (2008, p.2), “la Brecha Digital es también Brecha Social”. Se entiende como Brecha Digital, la diferencia de acceso a las Tecnologías de la Información y el Conocimiento, entendiendo como diferencia, la desigualdad entre las personas en el uso de estas.

En este sentido, es en donde se han encaminado las políticas públicas, que con sus infraestructuras han intentado minimizar estas diferencias dentro la población. Pero, no se puede considerar que exista una sola desigualdad, el hecho de tener en un hogar acceso por ejemplo a internet no es la garantía del poseer una cierta calidad y habilidad de uso tecnológico.

En este sentido, se ha dado un salto cualitativo y, se ha entendido por tanto, que realmente el “saber usar”, es la base de la adquisición del conocimiento y la información que nos ofrece este medio. De esta forma, nos adentramos a lo que se conoce como Segunda Brecha Digital.

Por tanto, si la primera Brecha Digital, hace alusión a la diferencia de acceso que tienen las personas en relación con las Nuevas Tecnologías o Tecnologías de la Información y la Comunicación, la segunda Brecha Digital, profundiza más aún en esas diferencias, es decir, en esas desigualdades. Esta vez no desde la perspectiva de falta de infraestructuras, de conocimientos o recursos de una parte de la población, sino como la implantación tecnológica en una sociedad en donde ya existe desigualdad (Castaño, 2008).

Aunque las existencias de competencias tecnológicas no podamos basarla únicamente en correspondencia con el género, si es cierto, que socialmente se piensa que los hombres tienen más habilidades tecnológicamente y por tanto, tienen más cualidades y competencia en esta materia y, que las mujeres no poseen ni esas cualidades ni competencias tecnológicas (Gil-Juárez *et al.*, 2011).

Aunque la socialización de género es la encargada de realizar esta concepción social, el imaginario colectivo la reafirma llegando incluso a hacerla presente, dando paso y/o abriendo las puertas a la

siguiente desigualdad digital, lo que se denomina como Brecha Digital de Género. Como su nombre indica, une las diferentes Brechas Digitales desde la perspectiva de las diferencias de acceso, uso y habilidades que tienen hombre y mujeres relacionadas con las Tecnologías de la Información y el Conocimiento.

3. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

A continuación se presenta una investigación totalmente cuantitativa. Los datos son obtenidos de la “Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares” realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE). A la hora de trabajar con estos datos, son algunos los problemas que nos encontramos. Aquellos que nos atañen a esta investigación son principalmente dos; el primero, es que la encuesta no tiene las mismas preguntas año tras año, lo que dificulta el poder hacer evoluciones y comparaciones. El segundo, es que no ofrece siempre los totales en porcentajes como el resto de los datos, sino que en muchas ocasiones estos datos son proporcionados en valores absolutos.

La Brecha Digital de Género, se ha calculado aplicando la medida elaborada por el Observatorio e-igualdad que:

Pretende ser una medida de la distancia entre los niveles de mujeres y hombres en el acceso, la inclusión y el uso de las TIC. Se ha calculado, para los valores de hombres (H) y mujeres (M) en cada indicador concreto, como el cociente del valor mínimo dentro de un grupo de edad y el valor máximo dentro de ese mismo grupo, menos uno: $(\min\{M,H\}/\max\{M,H\})-1$. (Castaño et al., 2011:24-25)³

Para la interpretación de los resultados obtenidos por medio de esta medida y que nos dará los datos sobre Brecha Digital de Género, atenderemos a la norma que se especifica para ello. De esta forma, los resultados obtenidos serán siempre negativos pero para su interpretación y poder de esta forma diferenciar la inclinación de la Brecha Digital hacia hombre o mujeres, si el existe mayor valor en el hombre se mantendrá el signo negativo, si por el contrario, existe más valor en las mujeres el resultado se especificará con signo positivo, además se mostrará en color rojo.

Con respecto a las evoluciones, tanto para las simples (si los periodos analizados de evolución no han superado dos años), como para para aquellas evoluciones comparadas complejas (superiores a dos años), han sido calculadas a partir del índice de Sauerbeck.

$$S_p = \sum \frac{I_i^t}{N} = \frac{\sum P_{it}}{N}$$

Todos los resultados obtenidos sobre Brecha Digital de Género así como los realizados por medio de índices para calcular la evolución, han sido realizados uno por uno, aplicando de forma individual las fórmulas definidas y sin programas específicos ni estadísticos informáticos.

4. BRECHA DIGITAL DE GÉNERO EN LA POBLACIÓN INMIGRANTE EN ESPAÑA: EVOLUCIÓN

Una vez que nos hemos aproximado de una manera teórica a los conceptos de desigualdades digitales o Brechas Digitales y en este caso las de género. Nos adentramos a analizar o plasmas la realidad que existe en España. Para poder hacer una radiografía de la situación actual en el país, en primer lugar haremos un análisis comparativo entre personas nacidas en España y personas inmigrantes, de esta forma, si observamos la tabla a continuación podemos ver como de forma general la población inmigrante ha utilizado más en los últimos tres meses, el ordenador, el internet, el móvil y con una

³ Los motivos por los que se decide usar esta medida son los mismos que los especificados en el informe. Para más información puede verse; Brecha Digital de Género en España: Análisis Multinivel (España, Europa, Comunidades Autónomas) (2011)

mayor frecuencia de uso como el de una vez a la semana. Por tanto, podemos decir con respecto a la Brecha Digital que es menor en la población inmigrante que en la población española.

En relación, al comprar a través de internet, acción que consideramos más compleja y por tanto, la introducimos en lo que se llama Segunda Brecha Digital, los datos nos muestran lo contrario, es decir, en la población española está más minimizada que en la población inmigrante.

Tabla 2. Comparativa de uso de TIC's entre población española e inmigrante. 2014.%

	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado el teléfono móvil en los últimos 3 meses
Ambos sexos					
Total Personas	73,3	76,2	71,2	27,5	95,0
Españoles/as	72,9	75,7	71,2	28,3	94,6
Inmigrantes	77,1	79,8	71,6	21,6	98,1
Hombres					
Total Personas	75,4	77,9	73,4	30,1	94,7
Españoles	75,0	77,6	73,3	31,1	94,4
Inmigrantes	78,8	81,1	74,3	21,7	97,1
Mujeres					
Total Personas	71,3	74,5	69,0	25,0	95,3
Españolas	70,7	73,9	69,0	25,4	94,9
Inmigrantes	75,5	78,7	69,2	21,6	99,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Analizando la Brecha Digital de Género (BDG), podemos decir que en la mayoría de los casos independientemente de si la población es española o inmigrante, existe una tendencia predominantemente masculina, sólo en el caso del uso del teléfono móvil cambia la inclinación tanto en la población inmigrante como en la española, 1,9 y 0,5 puntos respectivamente, predominando la femenina. Siguiendo con el análisis si seguimos observando en la tabla a continuación, vemos como en la población inmigrante la Brecha de Digital de Género es menor en el uso de ordenador e internet. Esta se vuelve más desigualitaria en la frecuencia de uso de internet (6,9 puntos) mientras que es casi inexistente cuando de compras por internet se refiere (0,5 puntos).

Tabla 3. Brecha Digital de Género en el uso de TIC's entre población inmigrante.2014

	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado el teléfono móvil en los últimos 3 meses
Total Inmigrantes	77,1	79,8	71,6	21,6	98,1
BDG	-4,2	-3,0	-6,9	-0,5	1,9

Inmigrantes					
Total	72,9	75,7	71,2	28,3	94,6
Españoles/as					
BDG	-5,7	-4,8	-5,9	-18,3	0,5
Españoles/as					

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística.

Analizando solamente a la población inmigrante en el periodo analizado del 2010 al 2014, podemos observar en la tabla a continuación como casi de forma general existe un aumento en el porcentaje de uso total de las personas inmigrantes en casi todos los años en los periodos analizados. No cumplen lo especificado sólo en año 2012 que existe un descenso no significativo en compras realizadas a través de internet. Otro descenso que se puede observar es en el 2011, descendiendo alrededor de 2 puntos porcentuales.

El mayor uso en todos los años e indiferente de si son hombres o mujeres quien lo utilizan, es el teléfono móvil, en donde el porcentaje más bajo se encuentra en un 94,6 en el 2011 y en este caso en uso de mujeres.

Tabla 4. Análisis del 2010 al 2014 de el uso de TIC's entre población inmigrante. %

2010					
	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	Personas que usan teléfono móvil
Total Inmigrantes	67,6	64,7	57,3	13,3	97,3
Hombres Inmigrantes	69,0	66,0	58,1	12,3	97,6
Mujeres Inmigrantes	66,2	63,5	56,6	14,3	96,9
2011					
	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	Personas que usan teléfono móvil
Total Inmigrantes	68,5	65,7	56,8	16,6	95,5
Hombres Inmigrantes	70,2	67,0	57,0	16,8	96,5
Mujeres Inmigrantes	66,9	64,6	56,6	16,5	94,6
2012					

	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado el teléfono móvil en los últimos 3 meses
Total Inmigrantes	75,4	71,1	63,9	16,1	97,0
Hombres Inmigrantes	82,2	76,3	70,5	19,7	96,6
Mujeres Inmigrantes	69,5	66,5	58,0	12,8	97,3
2013					
	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado el teléfono móvil en los últimos 3 meses
Total Inmigrantes	74,6	75,0	66,5	18,0	97,1
Hombres Inmigrantes	78,4	79,0	72,2	19,9	98,4
Mujeres Inmigrantes	71,0	71,2	61,2	16,2	95,8
2014					
	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado el teléfono móvil en los últimos 3 meses
Total Inmigrantes	77,1	79,8	71,6	21,6	98,1
Hombres Inmigrantes	78,8	81,1	74,3	21,7	97,1
Mujeres Inmigrantes	75,5	78,7	69,2	21,6	99,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística.

Para poder analizar más detalladamente, la variación porcentual sufrida en el periodo analizado, concretamos esta, a través de la evolución realizada en el uso de Tecnología de la Información y Conocimiento de la población inmigrante en España.

Concretamente la evolución sufrida en cada categoría podemos observarla en la tabla de a continuación, en la cual si analizamos la evolución total, podemos decir que la evolución no ha sido constante en todo el periodo analizado. La mayor evolución la encontramos en las compras realizadas a través de internet en los últimos tres meses por hombres inmigrantes, en donde el crecimiento ha sido 16,0 puntos porcentuales. También ha sido alta la evolución sufrida en las mujeres con un 13,2 puntos y por tanto, de forma general.

Siguiendo con el análisis, en relación a las personas inmigrantes que han utilizado el ordenador en los últimos tres meses, la evolución también ha sido positiva, encontrando en esta la misma variación en el total y en las mujeres (3,4 puntos porcentuales). Cuando la pregunta tiene relación al uso de internet en los últimos tres meses, la evolución también es positiva, rondando en este caso los 5,5 puntos porcentuales. También relacionado con internet pero usado al menos una vez por semana en los últimos tres meses, encontramos que la evolución además de ser como en los casos anteriores positiva, la más elevada ha sido en el caso de los hombres con una subida porcentual de 6,5. Y por último, al analizar las personas inmigrantes que usan el móvil, es en donde se encuentra un leve descenso evolutivo del -0,1 en el caso de los hombres.

Tabla 5. Evolución del 2010 al 2014 de el uso de TIC's entre población inmigrante

	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	Personas que usan teléfono móvil
Evolución Total inmigrantes	3,4	5,4	4,9	13,4	0,2
Evolución Hombres inmigrantes	2,4	5,4	6,8	16,0	-0,1
Evolución mujeres inmigrantes	3,4	5,6	5,3	13,2	0,6

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística

A continuación se presentan los cambios sufridos en la Brecha Digital de Género entre los años 2010 al 2014. Cuando analizamos este periodo de tiempo, nos damos cuenta, como puede observarse en la tabla a continuación que el año en donde existe más desigualdad alcanzando una puntuación de 35 con tendencia masculina en aquellas personas inmigrantes que han comprado por internet en los últimos tres meses. Pero no solo en la categoría mencionada se obtiene una Segunda Brecha Digital de Género (al tener que realizarse acciones más complejas), si no que personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos tres meses, se ha obtenido una puntuación de desigualdad predominante masculina de 17,7. Le sigue en el mismo año, la categoría de personas que han utilizado el ordenador en los últimos tres meses una puntuación desigualitaria también con tendencia masculina de 15,5. De nuevo se encuentra una Brecha Digital de Género con tendencia masculina en las personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses, con una puntuación de 12,8. En contraposición encontramos en el mismo año, una leve desigualdad con tendencia femenina en el uso del teléfono móvil (0,7 puntos).

Si seguimos con el análisis, encontramos sólo en otras dos ocasiones una Brecha Digital de Género con tendencia femenina concretamente, en el año 2010 con una puntuación de 14,0 en mujeres inmigrantes que han realizado compras por internet y, en el año 2014 con un 1,9 en mujeres inmigrantes que usan el teléfono móvil. En el resto de los casos la desigualdad de uso de las Tecnologías de la Información y el Conocimiento es predominantemente masculina.

Tabla 6. Análisis de la Brecha Digital de Género de el uso de TIC's entre población inmigrante.2010-2014

2010					
	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	Personas que usan teléfono móvil
Total Inmigrantes	67,6	64,7	57,3	13,3	97,3
Brecha Digital de Género	-4,3	-3,8	-2,6	14,0	-0,7
2011					
	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	Personas que usan teléfono móvil
Total Inmigrantes	68,5	65,7	56,8	16,6	95,5
Brecha Digital de Género	-4,7	-3,6	-0,7	-1,8	-2,0
2012					
	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado el teléfono móvil en los últimos 3 meses
Total Inmigrantes	75,4	71,1	63,9	16,1	97,0
Brecha Digital de Género	-15,5	-12,8	-17,7	-35,0	0,7
2013					
	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado el teléfono móvil en los últimos 3 meses
Total Inmigrantes	74,6	75,0	66,5	18,0	97,1
Brecha Digital de Género	-9,4	-9,9	-15,2	-18,6	-2,6
2014					
	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado el teléfono móvil en los últimos 3 meses
Total Inmigrantes	77,1	79,8	71,6	21,6	98,1
Brecha	-4,2	-3,0	-6,9	-0,5	1,9

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística

Si analizamos la misma pregunta por Comunidades Autónomas solamente con la población inmigrante, observamos en la tabla a continuación (por extensión de los resultados se ha procedido a realizar su análisis en dos tablas), la Comunidad Autónoma con el porcentaje más alto de uso de ordenador en los últimos tres meses, ha sido Asturias (89,5%), mientras que Navarra (48,1%) y Melilla (24,6%) son las que menos porcentaje han obtenido. Encontramos dentro de la misma categoría, en Asturias, Galicia y Ceuta que el 100% de las mujeres inmigrantes han utilizado el ordenador en los últimos tres meses.

Al analizar la siguiente categoría, uso de internet en los últimos tres meses, observamos que es Canarias, la Comunidad Autónoma con el mayor porcentaje (93,5%). De nuevo son, Navarra (54,3%) y Melilla (58,3%), las que menor porcentaje han obtenido. Igualmente, encontramos dentro de la misma categoría, que el 100% de mujeres inmigrantes han utilizado internet en los últimos tres meses en Asturias, Castilla y León, Galicia y Ceuta.

Para concluir, la siguiente categoría sobre la frecuencia de uso de al menos una vez a la semana en los últimos tres meses, volvemos a observar que es Canarias (91,3%), la Comunidad Autónoma en donde mayor porcentaje se ha encontrado. De nuevo con porcentaje bajo está Melilla (48,6%). En esta ocasión llama la atención que el porcentaje más bajo lo haya alcanzado Ceuta con un 0% de personas inmigrantes que se conecten a internet mínimo una vez por semana.

Tabla 7. Análisis, parte 1, del uso de TIC's entre población inmigrante por Comunidades Autónomas. 2014. %

	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses			Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses			Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Total nacional	77,1	78,8	75,5	79,8	81,1	78,7	71,6	74,3	69,2
Andalucía	73,8	82,0	67,2	75,9	86,9	67,2	75,9	86,9	67,2
Aragón	66,1	68,5	63,5	72,8	73,1	72,4	67,4	68,6	66,1
Asturias	89,5	63,6	100,0	89,5	63,6	100,0	83,8	63,6	92,0
Baleares, Illes	85,5	84,5	86,7	85,0	84,6	85,5	84,5	84,6	84,4
Canarias	83,3	86,3	79,1	93,5	96,9	88,7	91,3	96,9	83,3
Cantabria	75,8	78,4	73,7	86,0	86,0	85,9	77,5	86,0	70,8
Castilla y León	86,4	91,6	79,0	91,0	84,6	100,0	82,3	84,6	79,0
Castilla-Mancha	81,3	82,4	80,4	86,2	93,5	80,4	75,7	91,5	63,1
Cataluña	80,8	78,1	83,3	81,5	75,9	86,8	67,3	61,7	72,6
Valencia	73,2	68,8	75,8	72,3	68,8	74,4	63,7	64,4	63,2
Extremadura	68,0	61,6	89,2	68,0	61,6	89,2	65,6	58,5	89,2
Galicia	82,7	76,1	100,0	82,7	76,1	100,0	76,2	76,1	76,4
Madrid	75,4	80,7	70,6	80,8	85,3	76,7	69,8	71,7	68,1
Murcia	74,7	81,1	69,9	74,1	79,8	69,9	64,0	69,5	59,9
Navarra	48,1	45,5	50,4	54,3	52,7	55,6	43,5	45,5	41,8
País Vasco	80,0	90,2	70,9	87,9	90,2	85,8	75,5	80,7	70,9
Rioja	76,2	77,7	74,9	79,3	77,7	80,7	67,6	61,4	73,1
Ceuta	68,3	55,3	100,0	68,3	55,3	100,0	0,0	0,0	0,0
Melilla	24,6	29,6	18,7	58,3	73,3	40,2	48,6	73,3	18,7

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística

La segunda tabla, observamos como a la hora de realizar acciones más complejas como puede ser el de comprar por internet, como hemos comentado con anterioridad, la Segunda Brecha Digital en la población inmigrante es acusada. El porcentaje más alto no asciende al 50%, concretamente es Cantabria con un 39,3%. Ceuta vuelve a obtener el porcentaje más bajo con un 0% de inmigrantes que hayan comprado por internet en los últimos tres meses. En esta ocasión Canarias, obtiene un porcentaje muy bajo, solo un 6,1%. Llama la atención que siendo Asturias y Galicia, las Comunidades Autónomas que en los casos anteriores, obtenían un 100% en mujeres inmigrantes que habían usado el ordenador e internet en los últimos tres meses, en este caso de compra por internet, las mujeres que han realizado esta acción sean del 0%.

El teléfono móvil como puede observarse, es la tecnología más se ha usado en los últimos tres meses, alcanzando el 100% de uso diferentes Comunidades Autónomas.

Tabla 8. Análisis, parte 2, del uso de TIC's entre población inmigrante por Comunidades Autónomas. 2014

	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses			Personas que han utilizado el teléfono móvil en los últimos 3 meses		
	Total	H	M	Total	H	M
Total nacional	21,6	21,7	21,6	98,1	97,1	99,0
Andalucía	15,0	14,0	15,8	100,0	100,0	100,0
Aragón	28,5	31,4	25,2	96,4	93,2	100,0
Asturias	9,2	31,8	0,0	89,5	63,6	100,0
Baleares, Illes	25,9	27,4	24,3	98,2	96,6	100,0
Canarias	6,1	6,8	5,0	97,6	95,9	100,0
Cantabria	39,3	38,1	40,2	100,0	100,0	100,0
Castilla y León	26,0	33,7	15,3	100,0	100,0	100,0
Castilla-Mancha	33,8	19,7	45,2	96,2	100,0	93,2
Cataluña	25,0	16,5	33,0	97,7	96,5	98,8
Valencia	21,7	23,1	20,8	98,0	94,7	100,0
Extremadura	33,3	16,4	89,2	94,2	92,5	100,0
Galicia	38,7	53,5	0,0	93,5	100,0	76,4
Madrid	20,8	26,5	15,7	100,0	100,0	100,0
Murcia	26,7	31,4	23,1	95,1	92,7	96,8
Navarra	20,4	22,1	18,9	94,8	91,5	97,7
País Vasco	15,2	22,3	8,8	100,0	100,0	100,0
Rioja	7,0	3,4	10,3	95,5	95,9	95,1
Ceuta	0,0	0,0	0,0	68,3	55,3	100,0
Melilla	8,5	0,0	18,7	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística.

A continuación, podemos observar la Brecha Digital de Género en las cuestiones anteriormente analizadas. Si observamos la tabla a continuación, podemos constatar como en la Brecha Digital de Género no existe una tendencia dominante. De esta forma, si examinamos más concretamente cada categoría percibimos como en el caso de las personas que han utilizado el ordenador en los tres últimos meses es Ceuta con un 44,7 puntos y tendencia femenina, la Comunidad Autónoma con la Brecha

Digital de Género más alta, mientras que la más baja con 2,4 puntos la encontramos en Castilla la Mancha con tendencia masculina.

En relación a las personas inmigrantes que han utilizado internet en los últimos 3 meses, encontramos como en la Comunidad Autónoma en donde la Brecha Digital de Género, se encuentra en Asturias con 36,4 puntos con tendencia femenina. En contraposición, la más baja se encuentra en Cantabria, en donde podría decirse que no existe desigualdad de género ya que es casi inapreciable con 0,1 punto con tendencia masculina.

Como tercera categoría analizamos las personas inmigrantes que han utilizado internet al menos una vez a la semana y encontramos como se puede observar en la tabla a continuación, que es Extremadura la que presenta más Brecha Digital de Género con 34,4 puntos con tendencia femenina, mientras encontramos como en las Islas Baleares al igual que Cantabria en el caso anterior, podría decirse que no presenta desigualdad con solo un 0,2 con tendencia masculina.

Al analizar el uso del teléfono móvil, llama la atención la Brecha Digital de Género tan alta que presenta las personas inmigrantes en Asturias, alcanzando una desigualdad de 36,4 puntos en un dispositivo que se ha convertido en un componente casi interiorizado de nuestro día a día. Es por este motivo por el que podemos decir que existen Comunidades Autónomas en donde no existe Brecha Digital de Género en la población inmigrante, como es el caso de Andalucía, Cantabria, Castilla y León, Castilla la Mancha, Madrid, País Vasco y Melilla.

Por último, la categoría que analizamos a continuación está comprendida por acciones más complejas y por tanto, la consideramos dentro de lo que se denomina como Segunda Brecha Digital, concretamente nos referimos a compras realizadas por internet en los últimos tres meses. Si observamos, llama la atención que en Asturias, Galicia y Melilla nos dé un resultado del 100%, esto es debido como hemos comentado en la tabla anterior, ninguna persona inmigrante ha hecho uso de este servicio. Siguiendo con el análisis, vemos como es en Extremadura en donde existe la Brecha Digital de Género más alta con un 81,6 con tendencia femenina mientras que es en Cantabria en donde encontramos esta Brecha más baja, concretamente un 5,2 también con tendencia femenina.

Tabla 9: Brecha Digital de Género en las Comunidades Autónomas en el uso de TIC's entre población inmigrante. 2014

	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado el teléfono móvil en los últimos 3 meses
	BDG	BDG	BDG	BDG	BDG
Total nacional	-4,2	-3,0	-6,9	-0,5	1,9
Andalucía	-18,0	-22,7	-22,7	11,4	0,0
Aragón	-7,3	-1,0	-3,6	-19,7	6,8
Asturias	36,4	36,4	30,9	-100,0	36,4
Baleares, Illes	2,5	1,1	-0,2	-11,3	3,4
Canarias	-8,3	-8,5	-14,0	-26,5	4,1
Cantabria	-6,0	-0,1	-17,7	5,2	0,0
Castilla y León	-13,8	15,4	-6,6	-54,6	0,0
Castilla-Mancha	-2,4	-14,0	-31,0	56,4	-6,8
Cataluña	6,2	12,6	15,0	50,0	2,3
Valencia	9,2	7,5	-1,9	-10,0	5,3
Extremadura	30,9	30,9	34,4	81,6	7,5
Galicia	23,9	23,9	0,4	-100,0	-23,6
Madrid	14,3	-10,1	-5,0	-40,8	0,0
Murcia	16,0	-12,4	-13,8	-26,4	4,2
Navarra	9,7	5,2	-8,1	-14,5	6,3
País Vasco	27,2	-4,9	-12,1	-60,5	0,0
Rioja	3,7	3,7	16,0	67,0	-0,8
Ceuta	44,7	44,7	0,0	0,0	44,7
Melilla	-36,8	-45,2	-74,5	100,0	0,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística.

5. CONCLUSIONES

Las Tecnologías de la Información y el Conocimiento, no sólo han cambiado nuestra forma de expresarnos y de comunicarnos, si no que la han facilitado y, debe ser un servicio al que todas las personas deben acceder. Si bien es cierto que no todos los países evolucionan en tecnología de manera homogénea, tampoco no todos los países tienen la misma conectividad ni facilita el acceso de la misma manera a la población que habita en él, creando desigualdades.

Como resultado de estas desigualdades, se han teorizado una serie de Brechas Digitales que se traducen en una simple desigualdad de acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación, una Segunda Brecha Digital, relacionada con la calidad y habilidad de uso y, una Brecha Digital de Género que se concreta en la diferencia de acceso y de uso y habilidad que poseen los hombres y las mujeres. Los procesos migratorios, en este caso la población inmigrante puede por medio de la comunicación e información que le ofrece esta tecnología, poder tener un mayor contacto con la familia, amigos y todas aquellas personas que se quedan en los países de origen. El problema surge cuando el país de acogida es más complejo tecnológicamente que el país de donde provienen. En estos casos, las desigualdades digitales o Brechas Digitales aumentan con respecto a la población de país al que han inmigrado. Estas desigualdades calan en muchos aspectos como pueden ser administrativos, trabajo, bancarios, médicos...es actividades diarias que se desarrollan en instituciones las cuales están apostando, al menos en el caso de España, cada vez más por la tramitación electrónica.

Para concluir con el estudio que se ha analizado, podemos decir que según los datos obtenidos, existe Brecha Digital de Género en las personas inmigrantes que residen en España. Aunque esa Brecha de Género oscila tanto para mujeres como para hombres, si se plasma que tiene una tendencia predominante masculina. Sobre todo se hace más acusadamente masculina, cuando nos referimos a la realización de acciones más complejas de las que se engloban como parte de la Segunda Brecha Digital, acciones como por ejemplo comprar por internet, mientras que en acciones simples caracterizadas en simple Brecha Digital como es el uso del teléfono móvil, si se encuentra un mayor uso en las mujeres y por tanto, una tendencia en la Brecha Digital de Género femenina.

Llama también la atención como existen en algunas Comunidades Autónomas personas inmigrantes que no han realizado ninguna acción tecnológica, por ejemplo Asturias, Galicia y Melilla nos da un resultado del 100%, esto es a que ninguna persona inmigrante ha hecho uso de este servicio. Siguiendo con el análisis, vemos como es en Extremadura en donde existe la Brecha Digital de Género más alta con un 81,6 con tendencia femenina mientras que es en Cantabria en donde encontramos esta Brecha más baja, concretamente un 5,2 también con tendencia femenina.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Connectivity Scorecard. (2013). Estudio Sobre Conectividad Mundial, Recuperado el 30 de Enero del 2014 del sitio web <http://www.connectivityscorecard.org/>
- Castaño, C. (2008). La segunda brecha digital. *Revista española de investigaciones sociológicas*. (125) 75-179. Recuperado el 1 de Marzo del 2013 del sitio web de la Revista Española de Investigaciones Sociológicas:
<http://www.reis.cis.es/REIS/jsp/REIS.jsp?opcion=articulo&ktitulo=2175&autor=CECILIA+CAS TA%D1O>
- Castaño, C. (2011). Coord. *La brecha Digital de Género en España: Análisis Multinivel*. Observatorio e-igualdad. Recuperado el 2 de Abril del 2013 del sitio web del Observatorio de Igualdad :
<http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/sociedadInfo/publicaciones/docs/brecha.pdf>
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad, Madrid, Plaza y Janés.
- Travieso, J. L., & Ribera, J. P. (2008). La alfabetización digital como factor de inclusión social: una mirada crítica. *UOC Papers: revista sobre la sociedad del conocimiento*, (6), 7.
- Gil-Juarez, A., Vitores, A., Feliu, J., & Vall-Llovera, M. (2011). Brecha digital de género: Una revisión y una propuesta. *Education In The Knowledge Society (EKS)*, 12(2), 25-53. Recuperado el 1 de Marzo del 2015 del sitio web de La revista *Education in The Knowledge Society (EKS)*
<http://rca.usal.es/index.php/revistatesi/article/view/8272>
- Castaño, F. F.(2011) *Factores de desigualdad en el logro educativo de las hijas e hijos de familias inmigrantes marroquíes escolarizado en España: Un estudio de caso*. Tesis doctoral. Recuperado el 01 de Enero del 2013 en la web de la Universidad de Granada: <http://www.ugr.es/~sociologia/tesis-doctorales.php>



**LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LAS RELACIONES ENTRE
LOS MIEMBROS DE LAS ASOCIACIONES DE ORIGEN
INMIGRANTE DE BOLIVIA, COLOMBIA, ECUADOR,
MARRUECOS Y RUMANÍA EN ESPAÑA¹**

**Catalina Uzcanga Lacabe, Pedro Juan Oiarzabal y
Concepción Maiztegui Oñate**
Universidad de Deusto

Uzcanga Lacabe, C., Oiarzabal de Cuadra, P. J., & Maiztegui Oñate, C. (2015). Las nuevas tecnologías y las relaciones entre los miembros de las asociaciones de origen inmigrante de Bolivia, Colombia, Ecuador, Marruecos y Rumanía en España. In F. J. García Castaño, A. Megías Megías, & J. Ortega Torres (Eds.), *Actas del VIII Congreso sobre Migraciones Internacionales en España (Granada, 16-18 de septiembre de 2015)* (pp. S29/52–S29/64). Granada: Instituto de Migraciones.

¹ La presente comunicación se enmarca en un proyecto de investigación de carácter más amplio y multilocal sobre el asociacionismo inmigrante en España y la sociedad de la información, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (Ref. CSO2012-31999).
Contacto: catalina.uzcanga@deusto.es, pedro.oiarzabal@deusto.es, cmaizte@deusto.es

El fenómeno del asociacionismo inmigrante han sido estudiado como uno de los indicadores de sedentarización de la población migrante (Garreta, 1998). Las asociaciones de inmigrantes han sido unidades de análisis de numerosos estudios que buscaban explorar la integración social y económica, la participación política o la participación cívica de los inmigrantes. En general, las organizaciones son fundamentales porque visualizan la existencia de intereses sociales e identidades que de otra forma quedan ocultas.

Desde los años 60 se estudia la plenitud institucional de los inmigrantes agrupados por comunidades de origen, puesto que se considera que cuanto mayor es número de asociaciones y organizaciones que ha creado una comunidad, mayor es la integración personal de sus individuos (Breton, 1964). En España este tipo de estudios son recientes (Aparicio y Tornos, 2010). En primer lugar, se debe a la novedad del fenómeno mismo, ya que pasa a ser un derecho de hecho con la Ley de Extranjería de 1985 y los flujos de inmigración adquieren una mayor escala en la década de 1990 y sobre todo en la de 2000. Los primeros estudios están delimitados territorialmente y buscan conocer las formas de organización de los inmigrantes y su relación con los procesos de integración económica y social individual (Alonso and García, 1995; Garreta, 1998). Posteriormente, se han realizado estudios más amplios geográficamente (Álvarez de los Mozos, 2013; Aparicio y Tornos, 2010; Vidal y Valls, 2007). También los enfoques se han ampliado para estudiar su integración política (González y Morales, 2006; Martín Pérez, 2004), su actuación transnacional (Moncusí Ferré, 2013; Morales y Jorba, 2010) y sus redes de colaboración (Bolíbar, 2013).

La potencialidad de las relaciones entre los asociados para crear nuevos contactos o intensificar otros ha sido un enfoque tradicional en este campo. En este caso, el capital social suele ser el marco de referencia y la tradicional clasificación entre los tipos de vínculos: “bonding”, lazos hacia dentro del colectivo que afianzan la colectividad y “bridging” o vínculos al exterior del grupo, cuyas dimensiones principales son la política y la económica. Este enfoque considera las organizaciones como espacios de relación basado en relaciones horizontales y verticales (Bretell, 2005). En nuestro entorno, se observa un debate entre los autores más críticos con las asociaciones de inmigrantes, que revelan unas asociaciones cooptadas por la administración y eslabón dirigido de unas relaciones jerárquicas entre el Estado y los inmigrantes; y los autores más entusiastas de las asociaciones de inmigrantes que han detectado en ellas un agente de cambio social catalizador de la acción colectiva. Los primeros destacan la *capacidad de movilización cuestionada* dado el riesgo de repliegue étnico y la escasa relación interna entre los miembros de la asociación. Desde este enfoque se señala el peligro de unas relaciones caracterizadas por el utilitarismo y la desconfianza. Sonia Veredas (2004) discierne entre asociaciones expresivas, asociaciones de miembros que participan activamente en su gestión y asociaciones instrumentales, en las que la asociación ha logrado un cierto nivel de institucionalización y los individuos se acercan en tanto que usuarios o beneficiarios. Martín Pérez (2004) observa que la participación de las comunidades en asociaciones es baja y la relación con poderes públicos es jerárquica y dependiente. También, Toral (2010: 120- 122) observa una tendencia a la profesionalización de las asociaciones de inmigrantes y señala su escasa base social efectiva, poniendo en cuestión la representatividad de los líderes, no ya de la comunidad, sino de los propios socios.

Los segundos consideran a las asociaciones como agente de cambio social y enfatiza su papel a la hora de ofrecer al inmigrante el acceso a un capital social o a una socialización secundaria, especialmente valioso en las primeras fases de la inmigración (Álvarez de los Mozos, 2013; Morales et al., 2008; Aparicio y Tornos, 2005; Moya, 2005).

Actualmente las relaciones sociales se construyen, se expresan y se distribuyen a través de las redes sociales (Bolíbar, 2013). Las TIC han transformado profundamente la manera en la que las personas crean, acceden a la información, comunican e incluso actúan entre sí. Dichas transformaciones han dado lugar a un nuevo paradigma de sociedad cuyas características aún son debatidas. Uno de los conceptos más utilizados es el concepto de Sociedad Red, según Castells, la nueva forma de sociedad en la que vivimos en cual Internet es el medio de comunicación y de relación esencial que facilita la creación de redes de comunicación horizontales y «la autonomía de la sociedad civil global» (Castells et.al., 2007: 25).

En la última década, varios autores han investigado en las intersecciones de las TIC y las migraciones identificando un inmigrante conectado (Diminescu, 2008; Mattelart, 2009; Borkert *et.al.*, 2009; Alonso and Oiarzabal, 2010; Ros, 2010; Vancea and Boso, 2014). Esta comunicación aporta un elemento novedoso ya que explora el uso de las TIC por parte de las asociaciones de inmigrantes cómo factor facilitador del cambio interno en la organización de estas asociaciones y en concreto la relación entre los miembros. Las preguntas que guían esta reflexión son: ¿hasta qué punto las asociaciones de inmigrantes están utilizando las TIC y qué efecto está teniendo su uso en el modelo organizativo interno, es decir en las relaciones entre asociados, entre la junta directiva y los socios, y cuál es el estilo de comunicación interna de la asociación.

Nuestra hipótesis es que, siguiendo a Veredas (2003), a Martín Pérez (2004), a Toral (2010) y a Cebolla y López (2012), las asociaciones que más dependen de la administración pública española mantienen una comunicación más vertical y jerárquica, mientras que las asociaciones más independientes de las administraciones públicas, tiene un estilo de comunicación más participativo y están aprovechando las TIC para ello.

La dependencia de las asociaciones respecto de la administración pública española se ha medido por el porcentaje de presupuesto que proviene de la misma. El uso de las TIC, como se detalla más adelante se ha medido por el número de plataformas online que utiliza una asociación así como la frecuencia y la variedad de usos. Para analizar la comunicación interna, se ha medido la frecuencia con la que los socios comparten información, tanto *online* como *offline*. Finalmente, el estilo de comunicación se ha tomado de las observaciones referidas por los representantes en las entrevistas en profundidad.

1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Los datos que a continuación analizamos provienen del estudio sobre asociacionismo inmigrante en España y la sociedad de la información. Dicho estudio se centró en las Comunidades Autónomas de Madrid, Cataluña, Andalucía, País Vasco y Valencia y compara a las asociaciones formadas por los colectivos más numerosos en 2012 (Rumanía, Marruecos, Ecuador, Colombia y Bolivia) (tabla 1).

El primer censo, creado a partir de «Directorio de entidades de personas migrantes» elaborado por Vidal y otros en 2006 (Vidal *et.al.*, 2006) fue actualizado y ampliado con registros y listados oficiales de asociaciones de inmigrantes, tanto de administraciones españolas como de administraciones de los gobiernos de origen y listados menos oficiales realizados por fundaciones y asociaciones del ámbito de la inmigración. El universo de estudio contaba con 400 asociaciones.

Cómo método de recogida de la información se elaboró un cuestionario que recoge información relativa a las características de la asociación, sus recursos electrónicos, los usos que hace de las TIC y las colaboraciones que mantiene con diferentes entidades. El cuestionario completo tiene una duración total de 45mn. Entre abril y junio de 2014 se llevó a cabo el trabajo de campo que recogió cuestionarios por parte de 78 representantes de asociaciones cuya localización y nacionalidad se recogen en la Tabla 1.

Tabla 1. Muestra del estudio por Comunidades Autónomas y Nacionalidades de origen

	BOLIVIA	COLOMBIA	ECUADOR	MARRUECOS	RUMANÍA	TOTAL
Andalucía	2	4	4	8	3	21
(%) Verticales	(28,6)	(21,1)	(22,2)	(36,4)	(25,0)	(26,9)
Cataluña	1	1	4	6	1	13
(%) Verticales	(14,3)	(5,3)	(22,2)	(27,5)	(8,3)	(16,7)
Comunidad de Madrid	1	6	4	3	4	18
(%) Verticales	(14,3)	(31,6)	(22,2)	(13,6)	(33,3)	(23,1)
Comunidad Valenciana	2	4	2	1	2	11
(%) Verticales	(28,6)	(21,1)	(11,1)	(4,5)	(16,7)	(14,1)
Euskadi	1	4	4	4	2	15
(%) Verticales	(14,3)	(21,1)	(22,2)	(18,2)	(16,7)	(19,2)

TOTAL	7	19	18	22	12	78
(%) Horizontales	(9,0)	(24,4)	(23,1)	(28,2)	(15,4)	(100)

Además, se llevaron a cabo 32 entrevistas en profundidad con representantes de las asociaciones para conocer su valoración sobre el proceso de implantación de las TIC en la asociación y los efectos de sus usos tanto en la organización interna de la asociación como en las relaciones externas.

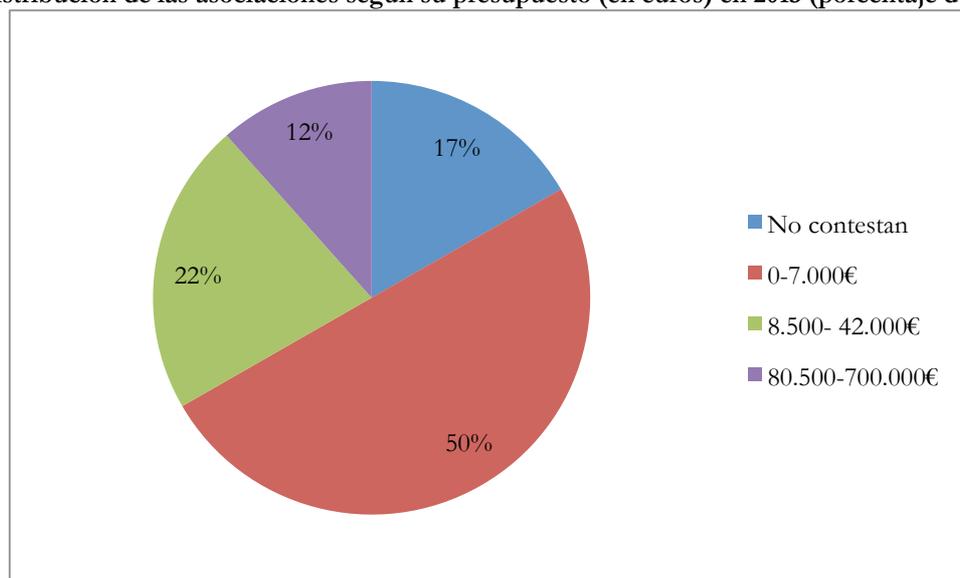
2. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS, PRESUPUESTO Y GRADO DE DEPENDENCIA DE LAS ASOCIACIONES

Entre las 78 asociaciones del presente estudio, la mayor parte (81%) ha sido creada a partir de 2001 y entre los principales objetivos, el más común (65,4%) es la integración de su colectivo en la sociedad de acogida. Casi la mitad de las asociaciones cuentan con menos de 100 socios, mientras que sólo unas pocas (7,7%) asocia a más de 1.000 personas. Un tercio del total cuenta con alguna persona empleada, aunque sea a tiempo parcial y/o discontinuamente.

Preguntadas por su presupuesto para el año 2013, hasta trece asociaciones (17%) optan por no responder.

Con todo, la mitad de las asociaciones entrevistadas contó en 2013 con un presupuesto inferior a 7.000€ o no dispusieron de presupuesto (12%). Situación que viene a apoyar la idea de debilidad de un modelo asociativo invertebrado descrito por Aparicio y Tornos (2010:111), en el que muchas asociaciones viven en un letargo y se activan únicamente para actos ocasionales, como una fiesta nacional o un evento. Por otro lado, diecisiete asociaciones gestionaron un presupuesto de entre 8.500 y 41.860 y 9 gestionaron entre 80.523 y 700.000€ (Gráfico 1).

Gráfico 1. Distribución de las asociaciones según su presupuesto (en euros) en 2013 (porcentaje de asociaciones)



Fuente: Datos de la encuesta (N=78)

La principal fuente de estos presupuesto son las subvenciones públicas (44%). Las cuotas de socios (20%) es la segunda partida más importante, seguida por las campañas y eventos organizados para recaudar fondos (17%). Las donaciones particulares suponen casi un 10%. Entre otras fuentes de financiación (10%) algunos representantes han citado a las administraciones públicas de los países de origen. En concreto, los gobiernos de Rumanía y Marruecos prevén partidas presupuestarias para apoyar asociaciones formadas por sus ciudadanos en el exterior.

Sin embargo, la distribución de las fuentes es heterogénea entre las asociaciones. Para ceñirnos a la dependencia del Estado, hemos agrupado a las asociaciones en tres tipos según el porcentaje de su presupuesto que proviene de dicha fuente: Independientes, parcialmente dependientes y dependiente. El 31% de las asociaciones que detallan las fuentes de su presupuesto (N=65) se financia al menos en

un 90% de fondos públicos españoles. Hemos clasificado a estas asociaciones como dependientes. Por otro lado, son estas asociaciones las que cuentan con presupuestos más altos.

En el otro extremo se encuentran las asociaciones que no reciben ninguna subvención, que hemos denominado independientes. Se trata del 41% y es un conjunto heterogéneo. Algunas se jactan de su autonomía y autosuficiencia, mientras que otras, la mayor parte se lamentan de no poder acceder a subvenciones públicas, pero las convocatorias y los presupuestos se han visto reducidos con la crisis y se han fijado requisitos más estrictos.

Entre ambos extremos se encuentran las asociaciones que reciben subvenciones públicas, pero en ningún caso éstas superan el 89% de su presupuesto. De hecho en este subgrupo, que hemos denominado parcialmente dependientes, la partida proveniente de subvenciones públicas se encuentra entre el 10 y 80% del presupuesto. Estas asociaciones moderadamente dependientes son el 28%.

3. USO DE LAS TIC POR PARTE DE LAS ASOCIACIONES DE INMIGRANTES

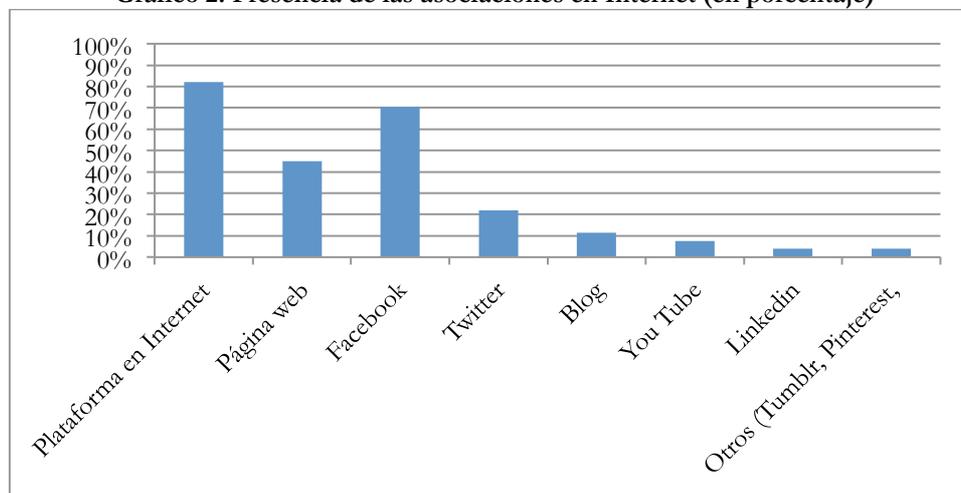
Nuestro estudio analizó el uso de las TIC a través de dos indicadores: (1) el número de plataformas online y (2) el uso de las TIC por la frecuencia de empleo para diversos usos.

Los resultados muestran que la mayor parte de las asociaciones (82,10%) está presente en algún tipo de plataforma online, ya sea una página web propia o un perfil en una red social (Gráfico 2). Indudablemente, la plataforma predilecta de las asociaciones de inmigrantes es *Facebook*, donde 55 asociaciones (70,5%) han creado un perfil. Principalmente las asociaciones han visto que sus asociados utilizan este medio y han creado un perfil para conectar con ellos. Oiarzabal (2012: 1480) identificó asimismo a Facebook como ejemplo de red social *online* que se ha convertido en herramienta para la expresión colectiva, la identificación y pertenencia de grupos de la diáspora y sus miembros. En nuestro caso también es la opción más popular. Se basa en diversos motivos: facilidad de uso, la rapidez porque no requiere mucho tiempo el alimentarlo de información y mantenerlo actualizado; la amplitud en el sentido de que la información que se publica puede llegar a todos los contactos con pocos gestos y precio reducido una vez que existe la conexión a Internet. Además, entre los que tiene presencia en Internet, una mayoría utiliza más de una plataforma, con funciones complementarias:

Nuestra página tiene unas visitas más o menos interesantes y la tenemos conectada a una página en Facebook y a una cuenta en Twitter de tal forma que directamente entrando en nuestra página pues pueden entrar a nuestra página en Facebook y a nuestra cuenta en Twitter. Y a su vez, las publicaciones que hacemos nosotros en la página web las publicamos en la página de Facebook que a su vez está enchufado con Twitter. Es decir, publicamos en Facebook y sale en Twitter. (Asociación ecuatoriana en Andalucía)

En otro extremo, catorce asociaciones (19% de nuestra muestra) no existen en Internet, es decir, no disponen de ningún tipo de sitio web ni han creado ningún de perfil propio de la asociación en las redes sociales online. Se trata de las asociaciones de menor presupuesto y más baja actividad.

Gráfico 2. Presencia de las asociaciones en Internet (en porcentaje)



Fuente: Datos del cuestionario (N=78)

En relación con la frecuencia de uso de las TIC, la mayoría de las asociaciones (70,7%) accede a Internet a diario o casi a diario, o frecuentemente, siguiendo la clasificación de la Comisión Europea. Además, dado que la pregunta realizada era «con qué frecuencia utiliza las TIC respecto de la labor de la asociación», el hecho de que el 70,7% de las asociaciones accedan a Internet a diario demuestra que más de dos tercios de las asociaciones tienen una actividad diaria y que Internet es un instrumento totalmente integrado en su rutina. Hasta 64 asociaciones (85,3%) utilizan Internet con regularidad, es decir varios días a la semana. Por otro lado, hay once asociaciones (14,1%) que se conectan a Internet mensualmente o menos. Por lo tanto, una mayoría de asociaciones (85%) se conecta a Internet varias veces por semana y una minoría (14%) se conecta una vez al mes o menos.

Como puede observarse en la Tabla 2, la actividad que más frecuentemente realizan las asociaciones con ayuda de las TIC es comunicar por escrito, de media, varios días a la semana. Estos datos concuerdan con el hecho de que todas las asociaciones tienen una cuenta de correo electrónico, a pesar de que algunas no cuenten con cuenta propia de la asociación y utilice una cuenta personal del representante (13 asociaciones, 17%). Las siguientes actividades más frecuentes son encontrar y publicar información práctica para su comunidad, alrededor de una o dos veces por semana, y también, aunque en menor medida, elaborar documentación interna y bajar o subir archivos relacionados con la actividad de la asociación.

Tabla 2. Principales usos de las TIC realizados por las asociaciones (media uso escala 1- 7)

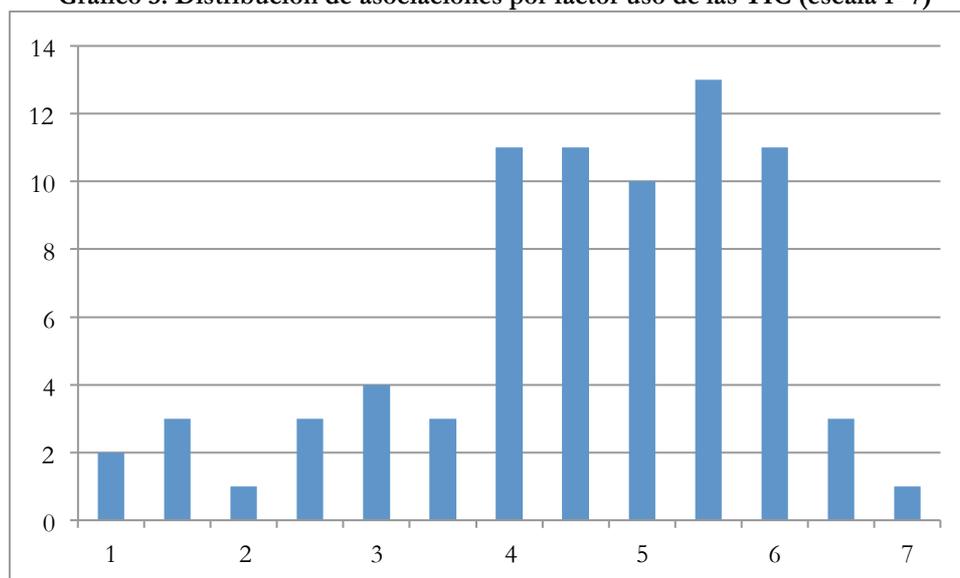
Comunicar por escrito (enviar, recibir emails o chatear)	5,87
Encontrar información valiosa para su comunidad	5,26
Publicar información práctica para su comunidad	5,24
Gestionar la asociación (elaborar documentación, contabilidad...)	5,18
Bajar o subir archivos relacionados con la actividad de la asociación	5,07
Anunciar las actividades de la asociación	5,01
Mantener el sitio web o el perfil online de la asociación	4,77
Encontrar información sobre su cultura de origen	4,7
Encontrar información sobre la cultura local	4,66
Convocar encuentros o reuniones entre socios	4,55
Conocer nuevas personas para la red de contactos de la asociación	4,38
Conocer nuevas personas para que se asocien	3,85
Buscar financiación o captación de fondos	3,32

Fuente: Datos de la encuesta (N=76)

Con el fin de obtener un factor con el que medir y sintetizar, para poder comparar el uso de las TIC, se ha calculado la media de la frecuencia de uso de todas las actividades propuestas realizadas con las TIC indicadas en la Tabla 2. La medida de adecuación muestral KMO es de 0,872 lo que indica según el propio Kaiser que la matriz es adecuada para realizar el análisis factorial (García Jiménez et al., 2000: 100). He denominado ese factor «Uso de las TIC». La distribución de la frecuencia del factor Uso de las TIC representada en el Gráfico 3 muestra que dieciséis asociaciones (21%) utilizan las TIC de manera tenue (1- 3,99), 32 asociaciones (42%) las utilizan moderadamente (4- 5,4999) y 28 asociaciones (37%) las utilizan intensivamente (5,5- 7).

² La respuesta cerrada ofrecía el siguiente abanico: 1. Nunca o casi nunca; 2. Una o dos veces al año; 3. Varias veces al año, 4. Una vez al mes, 5. Varias veces al mes, 6. Varios días a la semana o 7. A diario o casi a diario

Gráfico 3. Distribución de asociaciones por factor uso de las TIC (escala 1- 7)



Media=4,7578; Desviación Típica= 1,37958; N=76

Fuente: encuesta AsíTIC

Por consiguiente, analizados los datos en todas sus vertientes, se concluye que una mayoría de asociaciones (79%) utiliza las TIC con regularidad y con variedad de usos, si bien predominan la comunicación por escrito (email o chat) y el acceso o la publicación de información; mientras que una minoría las utiliza poco tanto en términos de frecuencia como de diversidad de uso.

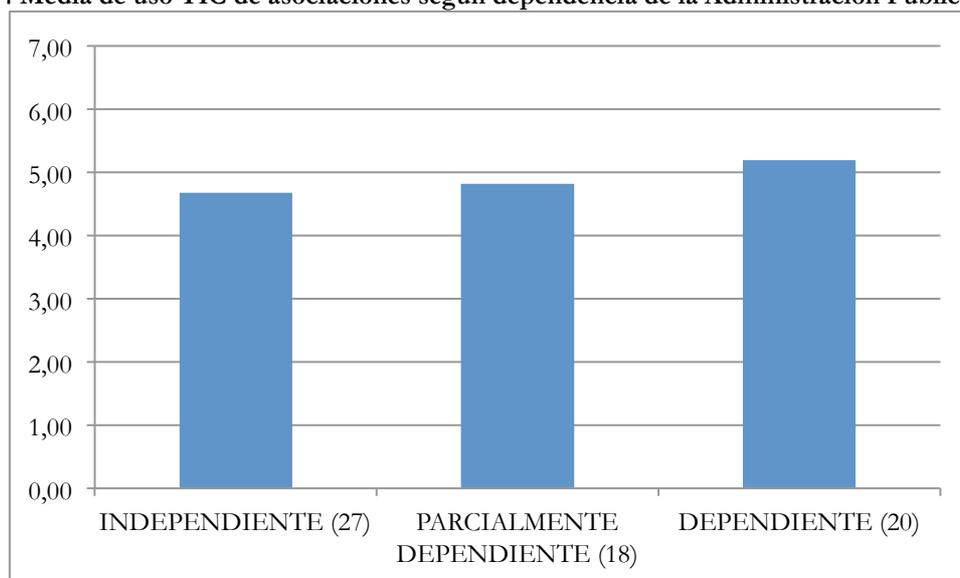
Para el análisis se utilizará el indicador uso de las TIC a partir de dos variables de escala como es el mencionado factor Uso de las TIC (1), con valores entre 1 y 7, que representan la media de la frecuencia de los distintos usos propuestos; y el Número de plataformas online (2), con valores entre 0 y 9, siendo 0 la ausencia de plataforma propia de la asociación en Internet y 9 el número máximo de plataformas que gestionan las asociaciones de nuestro estudio.

¿Se relaciona la dependencia de las asociaciones, medida ésta por el porcentaje del presupuesto que proviene de las subvenciones con un mayor uso de las TIC?

Debido a la implementación de la Sociedad Digital desde las políticas públicas, a través de la Agenda Digital Europea y del Plan Avanza español, podría pensarse que el hecho de estar altamente subsidiada por la administración pública española obliga o incentiva a las asociaciones de inmigrantes a utilizar las TIC. De hecho así lo han evocado al menos dos asociaciones:

Nosotros todavía estamos trabajando de manera un poco antigua, por teléfono sobre todo. O sea, por Internet muy poco. Sólo para respetar la ley porque para hacer una junta directiva por protegerte, por aplicar la ley tienes que hacer un escrito en Internet que la junta directiva de la asociación el día tal va a hacer una reunión (Asociación marroquí en Euskadi)

Gráfico 4 Media de uso TIC de asociaciones según dependencia de la Administración Pública española



Fuente: encuesta AsíTIC

En este análisis solamente hemos podido tener en cuenta a las asociaciones que han detallado su presupuesto de 2013 (N=65). El Gráfico 4 muestra ligeras diferencias en la intensidad de uso de las TIC, según las asociaciones dependan más o menos de la administración pública. En efecto, cuanto más dependen de la administración, es decir, mayor es el porcentaje de su presupuesto que proviene de subvenciones, más intensamente utilizan las TIC. Sin embargo la prueba de ANOVA de un factor revela que las diferencias no son significativas (Sig= 0,358) porque existen mayores diferencias dentro de cada uno de los tres grupos (media cuadrática =1,552) que entre los tres diferentes grupos (media cuadrática= 1,487).

Tabla 3. Presencia en Internet según dependencia de las administraciones públicas

	INDEPENDIENTE	PARCIALMENTE DEPENDIENTE	DEPENDIENTE	Total
Sin presencia en Internet	5	2	0	7
%	18,5%	11,1%	0,0%	10,8%
Con presencia en Internet	22	16	20	58
%	81,5%	88,9%	100,0%	89,2%
Total	27	18	20	65
%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Encuesta y entrevistas AsíTIC

De modo similar ocurre con la presencia en Internet. Todas las asociaciones consideradas dependientes de la administración pública están presentes en la web, mientras que las pocas que no tienen presencia en Internet, o bien no reciben subvención o bien, en menor medida dependen parcialmente de ellas. Pero de nuevo, la prueba Chi-Cuadrado no indica relación significativa, por lo que la diferencia no se puede relacionar con el porcentaje de subvención recibido de la administración pública.

5. COMUNICACIÓN INTERNA DE LAS ASOCIACIONES

De media, los miembros de las asociaciones comparten información casi semanalmente, tanto *offline* (5,2), como *online* (5,18). Son las asociaciones que realizan un uso más intenso de las TIC las que mantienen relaciones más frecuentes entre socios, tanto *online* como *offline*. La Tabla 4 muestra que sí existe una relación positiva y significativa al 0,01 entre el factor Uso de las TIC y la frecuencia con la que los asociados comparten información entre sí, tanto *online* como *offline*. También se encuentra una relación positiva y significativa entre el número de plataformas en las que una asociación está presente y

la frecuencia en las relaciones entre asociados, tanto *online* como *offline*. Es decir, que las asociaciones que más hacen un mayor uso de las TIC tanto en términos de frecuencia como en variedad de usos, mantienen relaciones más frecuentes entre asociados, tanto a través de Internet como presencialmente. Por lo tanto podemos pensar que su base societaria está más cohesionada.

Tabla 4. Correlaciones entre el uso de las TIC y las relaciones entre socios

			Comparte información o colabora entre socios OFFLINE	Comparte información o colabora entre socios ONLINE
USO TIC media (N=76)	Correlación de Pearson		,338**	,461**
	Sig. (bilateral)		0,008	0,000
	N		60	56
Número de plataformas ⁽¹⁾ (N=78)	Correlación de Pearson		,320*	,373**
	Sig. (bilateral)		0,013	0,005
	N		60	56
⁽¹⁾ Cualquier sitio web, ya sea una página web o un perfil en una red social de la asociación				
** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).				
* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).				

Fuente: encuesta AsíTIC

La causalidad entre estos indicadores no se puede establecer. Parece lógico pensar que las asociaciones con una base societaria más cohesionada utilizan más las TIC para mantener esos lazos entre socios. A su vez, las TIC permiten mantener una comunicación más frecuente y probablemente reforzar esos lazos. De manera que las TIC, parecen actuar como dinamizadoras de las relaciones cuando ya existe una base social.

A partir de la información obtenida a través de las entrevistas en profundidad conocemos la opinión de los representantes sobre los efectos que ha tenido el uso de las TIC en las relaciones internas o en las comunicaciones internas de la asociación³. Entre las 32 asociaciones a las que se preguntó directamente dicha cuestión, la mayor parte alaba la oportunidad que traen consigo las TIC para la comunicación interna. En general, se valora las TIC por su eficacia, inmediatez y bajo coste. El factor económico es importante tanto para la asociación como para los asociados, especialmente con el uso de Facebook:

En general es una herramienta eficaz... te economiza tiempo y recursos (Asociación colombiana en Euskadi)

Facebook, whatsapp, la manera de comunicarnos ha abaratado los costes de una manera muy beneficiosa para nosotros. Sí, porque antes tenías que estar llamando uno por uno. Mensajes de texto, claro y el whatsapp facilita mucho, el Facebook también, los tienes conectadas al momento (Asociación ecuatoriana en Euskadi)

... la comunicación es constante, por a través de las nuevas tecnologías, eso por ejemplo a nivel interno (Asociación colombiana en Madrid)

Otro tema recurrente en las entrevistas es la capacidad de las nuevas redes para motivar a las personas a tomar parte en los proyectos, o incluso asociarse. La relación con los socios a partir de estas tecnologías se hace más fluida y además permite contactar en los momentos que cada uno tiene disponibilidad laboral, o personal, de manera que los contactos se mantiene más abiertos y se mezclan los contactos informales, relacionados con el apoyo social como recurso afectivo o instrumental (Bolívar, 2011) con los más formales o centrados en temas asociativos:

Por ejemplo hay unas personas que salen muy poco [trabajo interno de cuidados] y su forma de conectarse con el mundo exterior es el Facebook. Alguna vez que estoy y me dice 'Hola Roxanna, ¿Estás ocupada? ¿Podemos hablar?' O sea, yo creo que forma, va buscando, ahora estoy en el trabajo y es una forma de ponerse en contacto con el mundo exterior. Y ahí he estado, siempre contestándoles, diciéndoles '¿Cómo está? ¿Cómo te va?' Entonces yo creo

³ La pregunta concreta en la entrevista fue: ¿De qué manera ha afectado el uso que su asociación hace de las TIC en la relación con socios?

que eso va a ayudar muchísimo y ayuda mucho a que, yo sé que es una manera un poco fría el hacer eso, pero si no puedes salir, hay que llegar de alguna manera (Asociación boliviana en Andalucía)

Entre los efectos de las TIC que los representantes de las asociaciones han observado en las relaciones entre socios, se han detectado dos estilos de comunicación interna de una asociación a través de las TIC: (1) Jerárquica o de difusión, (2) Participación: comunicación bidireccional o de consulta.

El primer tipo se corresponde con una comunicación unidireccional. Independientemente de las principales características de la plataforma que utiliza la asociación, el mayor beneficio destacado por los representantes es la inmediatez en la difusión de la información. Por lo tanto, se mantiene una relación jerárquica entre la directiva que detenta una información y el socio, a veces usuario, a quien se dirige dicha información. Los representantes aplauden las TIC por la inmediatez y el bajo coste con los que difunden, divulgan sus actividades o convocan reuniones y encuentros. En estos casos suele ser la junta directiva la encargada de distribuir la información entre los asociados y otras personas como voluntarios, así como de informar de las tareas, organizar las funciones de las diferentes personas:

La ventaja que... nosotros tenemos una página web que es más fácil, más llevadera para los asociados, porque saben, de ese modo entran más se relacionan más, porque ven las tablas de posiciones, saben las funciones, las tarjetas amarillas van acumulativas, una roja que...que cuantas fechas de sanción tienen, las posiciones en cuanto a la tabla para las permisiones como van en cada categoría las persona que están jugando encada club, un poco... ¿información general? sí (Asociación de ecuatorianos en Madrid)

Este estilo podría relacionarse con las relaciones jerárquicas de los líderes asociativos (Veredas, 2004; Toral, 2010). El segundo estilo se corresponde a una comunicación bidireccional entre la junta directiva y las personas asociadas o entre todos los socios. El mayor beneficio destacado por los representantes es la inmediatez en la comunicación en los dos sentidos. La directiva puede resolver dudas y consultas que reciben a través de las TIC. En este caso se menciona que los socios pueden opinar o consultar:

Los ha unido porque estamos en contacto siempre, nos ha acercado más. Imagínate, por ejemplo, alguien organiza una pequeña fiestita pero no lo planifica. Ya tu sabes cómo son los latinos, donde hay fiesta ahí tiene que estar... Sí, entre los socios y la directiva, cualquier duda consulta que tengan (Asociación ecuatoriana en Cataluña)

... gracias a las redes de información estamos en contacto pues prácticamente entre nosotros porque ya te digo no tenemos local para reunirnos, el boca a boca ahora cada uno está buscándose la vida por una parte, pero claro el que más o el que menos pues tiene el correo electrónico, tiene o el correo o el Whatsapp ¿entiende? Estamos todos conectados”+. (Asociación marroquí en Valencia)

Ha fortalecido más la comunicación, entonces vivimos más pendientes los unos de los otros, la gente tiene la libertad de opinar frente a lo que se publica. (Asociación colombiana en Andalucía)

Este estilo se corresponde a una participación directa de los socios. A través de las TIC, las personas asociadas pueden, además de lo anteriormente citado, transmitir propuestas a la junta directiva, pueden votar y participar en las determinaciones y decisiones importantes para la asociación. El mayor beneficio destacado por los representantes es la inmediatez en la participación de los socios o en el trabajo colaborativo entre socios. Se detectan dos niveles, uno de consulta y otro de propuestas:

... estamos usando a menudo el Facebook para avisar a los socios de las actividades que vamos a hacer, de alguna propuesta, recibimos a través de los socios alguna propuesta (Asociación rumana en Andalucía)

hoy por hoy simplemente colgándolo todos se enteran, todos saben y dan su aprobación o su denegación cuando se trata de pedir el voto por algunos de los asociados o simpatizantes. Utilizamos la misma página de la asociación o el facebook para hacerles partícipes (Asociación boliviana en Cataluña)

Yo pienso que ahora todo el mundo está informado de todo. En el trabajo asociativo es muy importante hacer participar a la gente en los procesos, no solamente la junta directiva aquello de convocar, de ir informando sólo de lo que se ha hecho o de lo que se quiere hacer. A veces la gente se ve un poco como lejana, un poco lejos, poco llamada para participar “ya me han informado” o “ya me han dicho”, porque hay unos que hacen. Pero ahora, a veces, pierdes ya la noción de la junta directiva. Cuando hay una información importante no la compartes sólo con los que están en la junta sino que la compartes con todo el mundo. Esto ha hecho participe, o que todo el mundo esté informado, que todo el mundo activo en esto. O cuando un miembro cualquiera te manda una información desde Girona y dice “mira hay esto, sería importante, si alguien puede hacer o puede no sé qué”. Y esto, normalmente esta decisión la tiene que tomar la junta, si hacemos esto o lo otro, o mandamos a este o al otro, pero al final, él mismo es el que ha decidido también: esto es importante, hay que participar. Yo pienso que ha roto esta relación de la junta hace y expone, los otros (Asociación marroquí en Cataluña)

Algunas asociaciones reconocen no haber experimentado cambios en las relaciones entre los socios a raíz de usar las TIC. Simplemente continúan trabajando únicamente en la atención y la relación presencial o incluso son contrarias al uso de las TIC porque ven unos efectos negativos en ellas:

No ha cambiado. El socio viene aquí o te ve en el bar y te dice “oye, que tengo tal problema o tal y cual” y le tienes que dar información cara a cara. O sea que no hay, no hace falta... si te llama por teléfono “oye, tú, sandalito ¿qué información hay del consulado que han cambiado para hacer el DNI y no sé qué tal cual?”, por ejemplo. “La asociación está más conformada por un grupo, es más telefónico, más es por teléfono que por las redes, las redes en sí mismo pues no hemos utilizado (Asociación marroquí en Cataluña)

La Tabla 5 resume el tipo de observaciones arriba detallado en los principales efectos del uso de las TIC detectados por los responsables de las asociaciones: (1) la difusión inmediata de información de la junta directiva a los miembros y (2) la comunicación bidireccional, con posibilidad de respuesta y la participación o aquellos casos donde se señalan las TIC como posibilitadoras de mejorar las propuestas de abajo a arriba en la asociación. Un tercer grupo (0) está formado por las asociaciones cuyos representantes no observan cambios en la comunicación interna entre socios.

Tabla 5. Observación de los representantes sobre los efectos de las TIC en las relaciones internas

	Frecuencia	Porcentaje
No han habido cambios	5	15,6
Difusión inmediata	7	21,9
Comunicación bidireccional inmediata	20	62,5
Total	32	100,0

Fuente: datos de las entrevistas (N=32)

Son mayoría, entre las asociaciones preguntas que participaron en las entrevistas en profundidad, las que detectan que el uso de las TIC ha facilitado la comunicación bidireccional entre los miembros de las asociaciones y la junta directiva.

En definitiva, con una muestra de 32 asociaciones, se puede afirmar que la mayoría (84%) aprecia las TIC como herramienta de comunicación interna por su inmediatez, alcance y bajo coste, mientras que una minoría (15,6%) no las utiliza para la comunicación interna. En cuanto al estilo de comunicación, son mayoría lo que destacan las posibilidades que las TIC ofrecen para una comunicación bilateral o multilateral, mientras que un cuarto de las asociaciones preguntadas alaban las TIC por la posibilidad de participación de todas las socias y socios en las decisiones de la asociación. Un porcentaje ligeramente inferior alaba las TIC por agilizar su labor de difusión. Todavía para estas asociaciones es la junta directiva quien posee la información importante y la comparte con sus socios

6. CONCLUSIONES PRELIMINARES Y RETOS DE FUTURO

La presente comunicación pretende arrojar luz sobre el debate de la función y representación de las asociaciones de inmigrantes en España utilizando datos de la investigación realizada a través de representantes de asociaciones sobre el uso que hacen de las TIC. La muestra del estudio se asemeja a las asociaciones descritas por otros autores (Álvarez de los Mozos, 2013; Aparicio y Tornos, 2010) en cuanto a dualidad entre la debilidad presupuestaria y a la dependencia de la administración pública española. La mayor parte de las asociaciones utilizan varias plataformas de internet para mantener el contacto con sus asociados, así como para abrir cauces de comunicación horizontales entre las personas implicadas. Las personas consultadas valoran las posibilidades de las nuevas tecnologías por su inmediatez, difusión, y bajo precio. En este sentido, los datos abren nuevas posibilidades de profundizar sobre las asociaciones como espacios de comunicación no sólo geográficos sino también virtuales.

Se distinguen dos maneras de utilizar esta información, aquellas asociaciones que las utilizan principalmente para la difusión de información y por otro lado, los que enfatizan la doble direccionalidad de la comunicación que permite una gestión más participativa de los asociados en la gestión de la misma. Desde el punto de vista de los representantes (62,5%), el uso de las TIC está facilitando e incentivando una comunicación bidireccional que, a menudo, por su inmediatez y la

facilidad de su uso, estimula la participación de los miembros. La participación puede ser con voz directa en los asuntos de la asociación o incluso con propuestas, ideas o el voto para la toma de una decisión.

Los datos también indican que el grado de dependencia respecto de la administración pública española no afecta significativamente al uso de las TIC. De hecho, la mayor parte de las asociaciones utiliza las TIC habitualmente para su funcionamiento, principalmente para comunicarse por escrito y para acceder a información. Sólo una minoría no utiliza las TIC y son aquellas asociaciones más débiles aquellas que apenas desarrollan actividad alguna.

Tampoco existe una relación significativa entre el grado de dependencia de la administración pública y la frecuencia en las comunicaciones entre socios. Se rechaza por tanto la hipótesis de que las asociaciones menos dependientes tengan una base social más fuerte. Probablemente, aquí también influye el hecho de que entre las asociaciones que hemos clasificado de independientes se encuentran algunas de las más débiles, en cuanto a presupuesto y actividades.

En definitiva, la dependencia de la administración pública o la cooptación política no tiene relación con el uso que las asociaciones hacen de las TIC ni con la frecuencia de relaciones entre socios. Por lo tanto no se puede decir que las asociaciones más independientes son las que más utilicen las TIC para mantenerse ni se puede decir que las asociaciones más independientes son aquellas que cuentan con una base societaria más cohesionada. Sin embargo, si se ha evidenciado que las asociaciones que hacen un uso más intenso de las TIC son las que observan una mayor colaboración y comunicación entre los socios.

Evidentemente el análisis aquí presentado se limita a la perspectiva del representante de la asociación y el estudio se completaría precisamente con la participación de los socios miembros de las asociaciones. Su punto de vista permitiría concluir si las TIC están siendo utilizadas para crear sistemas de organización más participativos, horizontales y en definitiva democráticos. Dicho estudio fue diseñado y un cuestionario fue enviado a los representantes de las asociaciones de todo el censo, tanto las que participaron en el estudio como las que no lo hicieron. El cuestionario a los socios se envió por email a las asociaciones el 5 de noviembre de 2014, con un recordatorio el 18 de noviembre, rogando que le dieran difusión entre sus socios. Desafortunadamente, no hubo respuestas a dicho cuestionario. Bien los socios declinaron contestar el cuestionario, bien los representantes no lo difundieron.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, G., y García, M. d. V. (1995). *Estudio sobre la situación actual y capacidad institucional de las asociaciones de inmigrantes en España*. Madrid: Nexo.
- Alonso, A. y Oiarzabal, P. J. (2010). *Diasporas in the new media age: Identity, politics, and community*. Reno: University of Nevada Press.
- Álvarez de los Mozos, F.J. (2013). *Capital social de las asociaciones de inmigrantes. Asociaciones bolivianas, colombianas, ecuatorianas y peruanas en Barcelona, Bilbao, Madrid y Valencia*. Bilbao: Publicaciones de la Universidad de Deusto.
- Aparicio, R. y Tornos, A. (2005). *Las redes sociales de los inmigrantes extranjeros en España: un estudio sobre el terreno*. No. 2. Madrid: Observatorio Permanente de la Inmigración. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Aparicio, R. y Tornos, A. (2010). *Las asociaciones de inmigrantes en España. una visión de conjunto*. Madrid: Observatorio Permanente de la Inmigración del Ministerio del Trabajo e Inmigración.
- Bolíbar, M. (2013). Redes asociativas, inmigración y participación. Una aproximación empírica a los vínculos entre capital social y participación asociativa. *REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 24(1), 114.
- Borkert, M., Cingolani, P. y Premazzi, V. (2009). *The State of the Art of Research in the EU on the Take up and Use of ICT by Immigrants and Ethnic Minorities*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Bretell, C.B. (2005). Voluntary Organizations, social capital and the social incorporation of Asian Indian Immigrants in the Dallas-Fort Worth Metroplex. *Anthropological Quarterly*, 78, (4), 853-883

- Breton, R. (1964). Institutional completeness of ethnic communities and the personal relations of immigrants. *American Journal of Sociology*, 70(2), 193-205.
- Castells, M., Tubella, I., Sancho, T. y Roca, M. (2007). *La Transición a la Sociedad Red*. Barcelona: Ariel.
- Cebolla Boado, H. y López Sala, A. M. (2012). A top-down model of transnational immigrant associatonism. No. 1408. University of Princeton: Center for Migration Studies.
- Diminescu, D. (2008). The connected migrant: an epistemological manifesto. *Social Science Information*, 47(4), 565-579.
- Garreta Bochaca, J. y Llevot Calvet, N. (2013). Las asociaciones de inmigrantes africanos. Organización, proyección y actuaciones. *Revista Internacional de Sociología*, 71(Extra_1), 15-38.
- Garreta, J. (1998). Minories ètniques, associacionisme i integració sociocultural. *Papers: revista de sociologia*, (56), 197-230.
- González, A. y Morales, L. (2006). Las asociaciones de inmigrantes en madrid: Una nota de investigacion sobre su grado de integración política. *Revista española del tercer sector*, 4, 129-174.
- Martín Pérez, A. (2004). Las asociaciones de inmigrantes en el debate sobre las nuevas formas de participación política y ciudadanía: reflexiones sobre algunas experiencias en España. *Migraciones (Madrid)*, (15), 113-143.
- Mata Romeu, A. (2011). *Asociacionismo inmigrante y administración local. Relaciones e interdependencias*. III Congreso REPS, Universidad Pública de Navarra.
- Mattelart, T. (2009). Présentation. *Tics&société*, 3(1-2), 16 mai 2013. doi:10.4000/ticetsociete.612
- Moncusí Ferré, A. (2013). Proyecciones transnacionales del asociacionismo migrante: los ecuatorianos en Valencia, España. In F. O. Esteban (coord) (Ed.), *Espacios transnacionales de la migración latinoamericana en Europa* (pp. 59- 82). Argentina: Antropofagia.
- Morales, L. y Jorba, L. (2010). Transnational links and practices of migrants' organisations in Spain. En Bauböck, R. y T. Faist (Eds) (Ed.), *Diaspora and Transnationalism: Concepts, Theories and Methods* (pp. 267-293). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Morales, L., Anduiza, E., Rodríguez, E. y San Martín, J. (2008). Capital social, pautas identitarias y actitudes hacia "los otros": la incorporación cívica de la población de origen inmigrante en Barcelona y Madrid. *Panorama Social*, 8(2), 119-142.
- Moya, J. C. (2005). Immigrants and Associations: A Global and Historical Perspective. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 31(5), 833-864. doi:10.1080/13691830500178147.
- Oiarzabal, P. J. (2012). Diaspora Basques and online social networks: an analysis of users of Basque institutional diaspora groups on Facebook. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 38(9), 1469-1485.
- Ros, A. (2010). *Interconnect immigrants in the information society. Diasporas in the New Media Age: Identity, Politics, and Community*. Reno: University of Nevada Press.
- Toral, G. (2010). Las asociaciones de inmigrantes como sociedad civil: un análisis tridimensional. *Revista española de investigaciones sociológicas*, 132(1), 105-130.
- Vancea, M. y Boso, À. (2014). Connected migrants? Four methodological challenges for the analysis of ICT use through survey data. *Migraciones internacionales*, 7(3), 43-72.
- Veredas Muñoz, S. (2003). Las asociaciones de inmigrantes en España. Práctica clientelar y cooptación política. *Revista Internacional de Sociología*, 61, 36, 207-225
- Vidal, P., Valls, N., Fernández, C., Albinyana, M., Torrent, A., Carod, N., Forcadell, S. (2006). Directorio de entidades de personas inmigradas en España Obra Social, Fundació "la Caixa".
- Vidal, P. y Valls, N. (2007). *Diagnóstico sobre las asociaciones de personas inmigradas en España*. V congreso sobre Migración. Valencia.



PROPUESTAS METODOLÓGICAS O HERRAMIENTAS ADAPTADAS A ESTUDIOS MIGRATORIOS QUE EMPLEEN COMO FUENTE REDES SOCIALES VIRTUALES¹

Alejandro López Cano
Universidad de Granada

López Cano, A. (2015b). Propuestas metodológicas o herramientas adaptadas a estudios migratorios que empleen como fuente redes sociales virtuales. In F. J. García Castaño, A. Megías Megías, & J. Ortega Torres (Eds.), *Actas del VIII Congreso sobre Migraciones Internacionales en España (Granada, 16-18 de septiembre de 2015)* (pp. S29/65–S29/73). Granada: Instituto de Migraciones.

¹ El trabajo presentado forma parte de una tesis doctoral en curso dentro del programa en Estudios Migratorios de la Universidad de Granada y es de carácter interdisciplinar (ciencias sociales y ciencias de la computación).
Contacto: alejandrolopez@ugr.es

La informática es una tecnología disruptiva que ha transformado la base de nuestra cultura y el comportamiento de la sociedad. El desarrollo de las tecnologías web (especialmente con la web 2.0) permitió que surgieran las primeras comunidades virtuales con el fin de facilitar la comunicación e interrelación entre sujetos de un heterogéneo origen o condición social y/o cultural que compartían una meta u objetivo común. Esas nuevas formas de colaboración, han permitido establecer nuevas relaciones sociales entre individuos, que sin llegar a conocerse físicamente, presenten fuertes lazos personales.

El estado del arte en los estudios realizados sobre redes sociales virtuales está principalmente adscrito a los campos de la psicología y educación donde se han desarrollado importantes innovaciones en las metodologías o herramientas de estudio en este contexto.

Lo que pretende esta comunicación es proponer un debate participativo, crítico y constructivo entre expertos donde tras exponer una serie de propuestas o adaptaciones metodológicas a tal fin en base a las fortalezas y debilidades encontradas en el estudio de redes sociales virtuales. También se recogerán y propondrán las necesidades técnicas necesarias, que deben satisfacer las herramientas adaptadas a desarrollar, para poder trabajar con este novedoso recurso de investigación.

De las conclusiones recopiladas y trasladadas a efectos de campo de estudio, se pretende desarrollar una propuesta factible que incremente la eficacia de las investigaciones en este campo dentro de la comunidad científica.

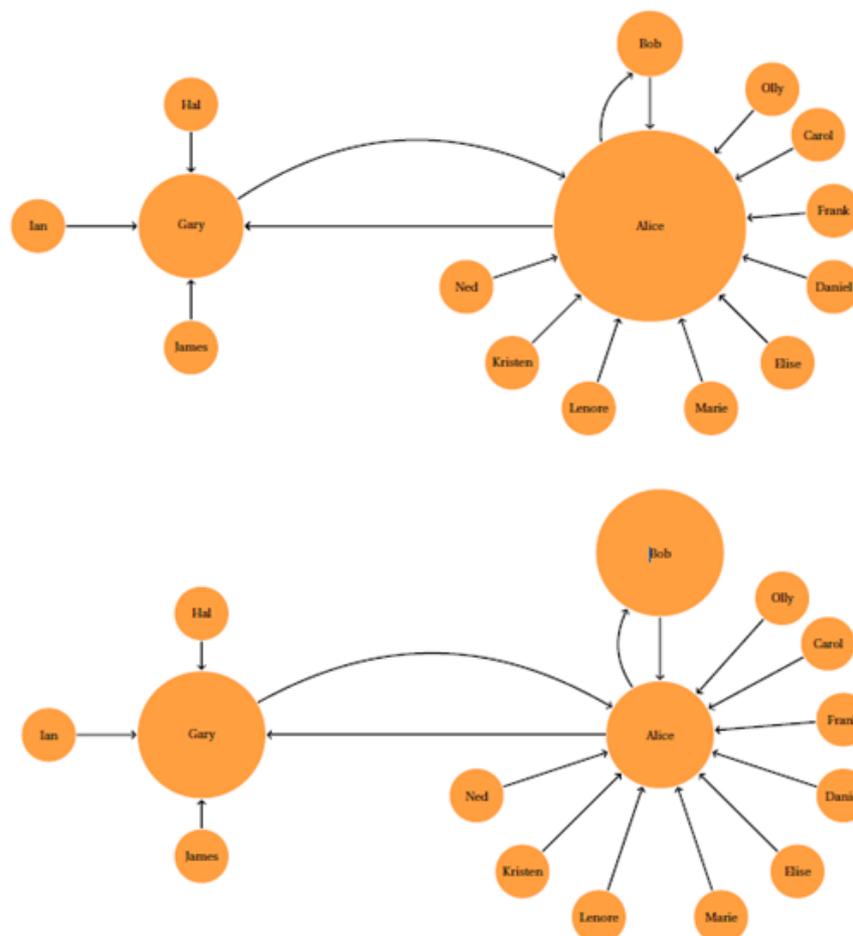
1. LA CENTRALIDAD DEL MENSAJE

Se conoce como centralidad en cualquier red social virtual como la capacidad que tiene un usuario de situarse como fuente de creación y difusión de información que sea susceptible de provocar una reacción entre sus seguidores. De forma que mantenga a la red social activa.

Por ello, no sólo es importante conocer quién provoca la reacción en los usuarios, sino el origen del flujo de la misma, pues puede determinar un único o un conjunto de usuarios como los que realmente alimentan un grupo de actividades dentro de un grupo o entre las relaciones de los usuarios de una red social virtual.

Para comprender mejor la importancia de la fuente que genera la información tomamos el siguiente ejemplo: Alice es un sujeto de gran centralidad, es decir, sus mensajes suelen ser leídos y generan la reacción de los usuarios dentro de la red social virtual en la que opera. Por otro lado Bob y Gary son seguidores suyos. Sin embargo en este caso al estudiar los flujos de información y contenidos, se descubre que parte de los mensajes publicados por Alice son realmente contenidos que repite de Bob y Gary. Es decir, Alice no es realmente una fuente original de información y su centralidad en cierta medida se debe a la capacidad creativa de esos dos usuarios. Por eso, la centralidad de Alice es disminuida en favor de estos usuarios, lo que genera un agrupamiento de sujetos de cierta influencia dentro de una red social virtual.

Gráfico 1. Evolución de la centralidad de usuarios relacionados en Twitter



Fuente: Kumar, S.; Morstatter, F. y Liu, H., (2013).

En el caso de los estudios migratorios donde se tomen como fuente redes sociales virtuales. La centralidad de las fuentes que se tomen, será un factor que determinará en mayor o menor medida la realidad que trata de reflejar ese estudio. Es decir, que en cualquier investigación que tome redes sociales virtuales como fuente deberá incluir un estudio detallado de la centralidad de esas fuentes dentro de esa red social virtual y si existen otro usuario o un conjunto de usuarios de mayor centralidad se deberá considerar si incluir dicha fuente o no al estudio en cuestión. Y en caso de no hacerlo, realiza un pequeño estudio sobre la capacidad de condicionamiento de estas otras fuentes de mayor centralidad sobre nuestro objeto de estudio.

Asimismo, la centralidad es un mutable en el tiempo. Por ello, si los estudios se realizan a lo largo de largos periodos de tiempo, es recomendable considerar una estrategia de centralidad acotada por periodos de tiempo menores. De esta forma, no solo obtendremos una evolución del fenómeno en estudio sino de evolución de las fuentes que han podido condicionar el desarrollo de ese fenómeno y un estudio de las mismas para comprender mejor aún la contextualización del fenómeno.

2. LA CONFIABILIDAD VIRTUAL

Se define la confiabilidad como la cualidad de confiable o la probabilidad de buen funcionamiento de algo. En cierto modo la confiabilidad virtual agrupa ambas definiciones. Por un lado es algo en que se puede confiar, o lo que es lo mismo, depositar sin más seguridad que la buena fe y la opinión que se tiene, el secreto o fiabilidad de la información que nos entrega. Por otro lado, la confiabilidad virtual da esperanza a alguien de que conseguirá lo que desea en un determinado propósito u objetivo. De forma que las interacciones de confiabilidad virtual demandan un buen funcionamiento de comunicación para realizar las acciones que permitan alcanzar dicho objetivo, y en consecuencia, reforzar esa confiabilidad virtual.

La confiabilidad virtual es una relación cíclica de interacción, que requiere de una constante retroalimentación entre los sujetos que la mantienen y puede ser alterada por relaciones más fuertes de confiabilidad de terceros. En cierto modo podría definirse como la variable elemental que permite construir las relaciones en las redes sociales virtuales entre los sujetos que interactúan en ellas.

Pero antes de construir una relación, debemos asumir un nuevo paradigma, la construcción de nuestra identidad virtual. Una identidad virtual no *“oscila entre la similitud y la diferencia, lo que hace de nosotros una individualidad singular y lo que al mismo tiempo nos hace semejantes a Otros”* (Lipiansky, 1999: 22). Una identidad virtual puede construirse con un determinado propósito y ser finalmente desechada alcanzado el objetivo deseado ya que dicha identidad no es construida en entornos naturales y socioculturales precisos y las transformaciones y modificaciones que sufre una identidad concreta bajo el influjo de las influencias sociales son mucho más rápidas al ser el único factor elemental de interacción entre los sujetos en las redes sociales virtuales.

El anonimato que ofrece la red permite generar y eliminar identidades virtuales según las necesidades puntuales del sujeto en determinados objetivos. Hoy en día es bastante habitual en el entorno de las redes sociales virtuales usuarios que emplean una identidad virtual privada y otra identidad virtual profesional cuando usan servicios de redes virtuales.

El proceso de construcción de una identidad virtual puede ser complejo y elaborado en virtud al objetivo que se desea alcanzar y el grado de dificultad. Cuanto mayor sea la complejidad del mismo, mayor número de interacciones con otros sujetos se realizarán y en consecuencia la definición de nuestra identidad virtual se desarrollará. En ese intercambio de información que realizamos con los demás usuarios, la confiabilidad es el factor que determinará la construcción de una relación entre dos identidades virtuales en una red social virtual y puede definir nuestra relevancia o estigmatización virtual.

La dificultad de superar esa estigmatización virtual dependerá de lo especializado que sea el objetivo a alcanzar. Si en la red existe un número pequeño de usuarios que puedan permitir alcanzar dicho objetivo será objeto de una estigmatización como las que ampliamente recogen los estudios sociales en este campo. Sin embargo, cuanto mayor es el número de usuarios que permitan alcanzar el objetivo las posibilidades de estigmatización virtual se vuelven insignificantes.

De forma muy simplificada, se puede simplificar en cuatro factores como condicionantes para desarrollar redes de amistad en el mundo real: estatus laboral y socioeconómico, disponibilidad de medios de transporte y distancia geográfica, modelos de amistad y pertenencia a subculturas en las que el individuo se encuentra a gusto, donde se refuerza la elegibilidad mutua y la información fluye con más rapidez gracias a un lenguaje específico.

En las redes sociales virtuales, la situación económica no debe influir, pues se presupone de ciertos recursos económicos mínimos para acceder a la red. En cuanto a la separación geográfica, está tampoco debe suponer un factor que condicione la interacción de dos sujetos, por lo que sólo los modelos de amistad (el deseo o no de ampliar círculos de amistades virtuales o no) y la pertenencia o no a subculturas (por el conocimiento propio del lenguaje de la misma) pueden condicionar la generación de redes sociales de amistad virtuales.

La interacción entre dos sujetos en una red social virtual puede ser realizada por medios escritos o interactivos. Si bien lo habitual; para preservar nuestra privacidad, es iniciar cualquier interacción por medios escritos. Este factor confiere al lenguaje de un sujeto en una red social virtual una serie de características lingüísticas que le confieren de autenticidad humana, es decir confiabilidad virtual.

Dependiendo de donde vives te comunicas de una cierta manera, te mueves de un modo y utilizas un cierto número de palabras distinto. Y la economía influye. Influye en cómo nos comunicamos, en cómo nos movemos o en lo mucho que se usa Twitter (Dalas, J., 2014)

Esa personalidad que posee el texto generado y que le otorga confiabilidad virtual al sujeto que lo genera, obliga al análisis de los contenidos para determinar los vulgarismos, dialectismo o vocablos que poseen un fin de refuerzo en esa confiabilidad virtual y permita la generación o identificación de textos. Por lo que existen una serie de factores comunes que los caracterizan:

- El carácter público o privado del texto generado.
- La implicación emocional del texto, pues puede estar influenciado por factores como la familiaridad entre los interlocutores o temática lo que implicaría la aparición de palabras especializadas.
- La retroalimentación generada y grado de aprobación virtual. Se considerará retroalimentación al conjunto de comentarios generados sobre el texto por parte de los usuarios de esa red social virtual diferenciando entre aquellos que apoyen el contenido y los que se opongan.
- La capacidad de influencia que genera los mensajes producidos sobre terceros. Cuando la información que contiene el mensaje es considerada útil por terceras personas y es empleada como elemento de transmisión de datos en sus comunicaciones citando a la fuente, genera un incremento del valor de confiabilidad de la fuente. Otra forma de incrementar esa confiabilidad o capacidad de influencia del usuario es mediante el uso de etiquetas o marcadores sociales que permiten destacar el mensaje producido (en muchas redes sociales virtuales se conoce como marca “me gusta”) y que es una muestra de aprobación al contenido publicado por parte de los usuarios de la red social virtual.
- El alcance inicial del sujeto. Es decir, el número de usuarios con los que interactuamos directamente (en ciertas redes sociales virtuales se denominan amigos, contactos...). Este factor determina la capacidad potencial de que nuestra reputación virtual tenga mayor confiabilidad virtual sobre terceros o no. A mayor número de usuarios que interactúen virtualmente, mayor será el número de terceros que puedan interactuar también.
- Perdurabilidad. Los mensajes que son publicados en redes sociales virtuales quedan a disposición de los usuarios virtuales hasta que ese servicio de red virtual desaparezca permitiendo la reutilización de contenidos históricos virtuales de un perfil de usuario. Esto confiere a las interacciones en redes sociales virtuales de una capacidad de valoración que podría asemejarse a los índices de impacto² de las publicaciones bibliográficas a pequeña escala

Los materiales multimedia son elementos empleados como refuerzo de esa relación de confiabilidad mutua, por lo que el lenguaje o la simbología de los elementos multimedia intercambiados serán de gran valor semántico al objetivo perseguido en la interacción virtual.

2.1 Humanidad digital

La interacción entre sujetos de redes sociales se puede dar sobre dos condiciones: como un productor o como un consumidor de flujos de información. En este proceso de interacción entre identidades virtuales debe darse algo que permita al sujeto reconocer al otro como afín a sus objetivos y confianza es lo que se propone definir como humanidad digital.

La humanidad digital es la capacidad que tiene un usuario en generar la confianza de otros usuarios virtuales para aceptarlo como ser humano y no como una máquina que genera una serie de mensajes automatizados, es decir, lo que se conoce como un bot³. Cada red social virtual generará por tanto un valor de humanidad digital que se corresponderá a la diferencia de todos los mensajes originales generados por un usuario (M) menos aquellos que son tomados de otras fuentes (m_r). Si a ese resultado lo dividimos por el número total de mensajes generados totales obtenemos un coeficiente de humanidad digital, es decir:

$$H_d = 1 - \frac{m_r}{M}$$

Pero un usuario puede poseer numerosos perfiles dentro de una red social, por lo que puede presentar perfiles de alta interacción humana frente a otros que utiliza para apoyar o redirigir información que presentarían unos índices más bajos. Por tanto, dentro de toda red social virtual, se define como Humanidad social virtual local (H_s) a la media de humanidades digitales de un único usuario real, es decir:

² Es una forma de medir la importancia de las publicaciones científicas.

³ Es una aféresis de robot y se trata de un software que trata de imitar el comportamiento humano.

$$H_s = \frac{\sum_{i=1}^n H_n}{n}$$

Obsérvese que en todo momento el valor de humanidad digital como máximo será de 1. Esto quiere decir que cuando se da un valor de 1 el sujeto estudiado ha generado siempre de forma original los mensajes publicados y cuanto más próximo a cero sea el valor los mensajes son réplicas o reenvíos de mensajes generados por otros usuarios. Cuantos más humanos sea su perfil o perfiles, mayor será el grado de éxito previsto en sus interacciones con cada uno de los perfiles que emplee en la red social virtual.

2.2 Alcance digital

Sin embargo, hasta ahora estamos realizando el cálculo de humanidad de un sujeto en una única red social virtual, pero dado que se puede tener varios perfiles en una red social virtual, también es posible interactuar en varias redes sociales virtuales con uno o varios perfiles. Sin embargo, no siempre las interacciones de dichos perfiles serán igual en una u otra red social virtual, pues nuestra capacidad de conectar con otros usuarios de cada red social puede variar, a esto se definirá como alcance digital y puede ser de ámbito local, regional, nacional o global si estudiamos la ubicación geográfica real de los usuarios con quienes se produce el intercambio de información o si nos dedicamos a estudiar su capacidad de influencia grupal monogrupal; la interacción es en un único grupo, poligrupal; la interacción es sobre más de uno y total si existe una voluntad de actuar en todos los grupos posibles por parte de ese usuario.

$$A_n = \frac{\sum_{i=1}^m \sum_{i=1}^n I_n * U_m}{n * m}$$

Esto quiere decir que nuestro alcance es la ponderación media de las interacciones totales dentro del entorno de estudio (geográfico o grupal) desarrollado por los usuarios de una red social virtual. Entendiendo como interacción el número de acciones que puede generar un contenido. Es decir, sea un mensaje en Twitter, esta red social virtual permite a sus usuarios generar un reenvío, una marca de favorito digital o responder a un contenido. Por tanto, el alcance digital en este caso corresponderá al valor medio de las interacciones generadas por los usuarios de una red social virtual. Siendo 1 el valor máximo de alcance en ese entorno de estimación.

2.3 Confiabilidad digital absoluta

Que un sujeto tiene un grado de confiabilidad que depende de su humanidad virtual y el alcance que realice en una red social virtual, eso no nos permite aún definir el alcance real de su interacción en la red.

Para obtener un modelo más aproximado a la realidad debemos conocer que otros perfiles mantienen activos en las demás redes sociales virtuales y con qué frecuencia interactúa en ellos. Podemos usar modelos aproximados simplemente conociendo las redes sociales virtuales que emplea el individuo o grupo de individuos a estudiar y aplicar los porcentajes de uso según los estudios de redes sociales locales virtuales generados.

No obstante, lo ideal sería disponer de una muestra de las interacciones públicas de cada individuo en cada red social y estimar el porcentaje de interacciones calculando el número de mensajes medios generados en un periodo de tiempo; como por ejemplo en un año, que nos permita estimar un porcentaje de uso medio de ese individuo sin mucho margen de error. Por tanto, Sea la confiabilidad digital absoluta estimada, $C_{n \text{ estimada}}$ como:

$$C_{a \text{ estimada}} = \frac{\sum_{i=1}^n H_n * A_n \text{ estimado} * U_n \text{ estimado}}{n}$$

Es decir, la media de Humanidades digitales multiplicadas por sus respectivos alcances y coeficientes de uso en una red social virtual

Es importante notar que $A_{n \text{ estimado}}$ puede presentar varios tipos de valores (generalmente en ámbitos locales, nacionales o globales) pero este debe ser el mismo a la hora de evaluar todas las redes sociales virtuales. Por otro lado, $U_{n \text{ estimado}}$ es un valor que debe ser homogéneo en todos los cálculos empleados al estimar el uso de redes sociales virtuales y deberá ajustarse a la media de antigüedad de todos los usuarios que conforman el grupo de interacción en la red social virtual.

Por tanto la confiabilidad digital absoluta será

$$C = \frac{\sum_{i=1}^n C_{n \text{ estimada}}}{n}$$

3. LA TEORIA FUNDAMENTADA EN DATOS APLICADA AL ESTUDIO DE REDES SOCIALES VIRTUALES

La Teoría Fundamentada en Datos (TFD) o también conocida como “*Grounded Theory*” es un método de investigación cualitativo e inductivo que pretende generar nuevas teorías a partir de los datos investigados, analizados y comparados de forma sistemática y simultánea. Como se puede observar es una metodología que se ajusta perfectamente a nuestras necesidades de estudio en este campo.

La TFD ha sido utilizada para generar teorías de pequeño y medio alcance porque se fundamentan en observaciones del mundo real. La TFD busca añadir otras perspectivas o explicaciones al objeto estudiado, con el objetivo de identificar, desarrollar y relacionar conceptos, características estas propias de toda teoría. En este caso si se toman cortos periodo de tiempo para análisis se pueden obtener generalizaciones de comportamiento para emplearlos también como respuesta elaborada a un fenómeno registrado y documentado dentro de las redes sociales virtuales corto o medio de tiempo de espera o reacción al mismo.

Para mejor comprender la TFD, es importante explicitar aún algunos conceptos trabajados:

- Sensibilidad teórica: es la calidad que deberá ser desarrollada por el investigador que se sirve de ese tipo de metodología, teniendo como base su experiencia profesional y personal y el saber producido en el área en estudio. Cada red social virtual ofrece un conjunto de metadatos asociados al contenido que deben conocerse y cuyo control pueden estar o no en manos de los usuarios de las redes sociales virtuales en la que sean objeto de estudio. Por ello, la toma de datos requiere de una valoración previa dentro de la disponibilidad de los mismos por parte de los usuarios que usan dicha red. Por ejemplo, si estudiamos una red social virtual de contactos será relativamente fácil obtener la identidad sexual de un sujeto, pero en una red social generalista puede suponer un problema bastante más complejo si los usuarios emplean mayoritariamente filtros que prevengan el acceso a dichos datos en sus perfiles.
- Muestreo teórico: tipo de recolección de datos utilizado en la TFD en el que el investigador recolecta, codifica y analiza sus datos y decide cuáles de ellos deberá recolectar a continuación y dónde encontrarlos, a fin de desarrollar la teoría que emerge. Se recomienda establecer un diseño de un modelo de base de datos Entidad-Relación donde nuestra categoría central o en este caso entidad central será el Mensaje que está relacionado con otra entidad que será el usuario que a su vez está asociado con una determinada red social virtual (aunque se pueden disponer de varias redes sociales virtuales con varios usuarios si se conocen).

Para establecer el modelo de Entidad-Relación se deben considerar como mínimo 3 elementos:

- El mensaje contenido, que podrá estar definido como máximo por tantos atributos como el máximo de variables técnicas que ofrezca.
- Metadatos de contenido. En este caso los contenidos de un mensaje se entienden como contenidos escritos, activos si ofrecen contenidos multimedia (enlaces, fotografías, audios, videos, documentos, presentaciones...) o mixtos si son una combinación de ambos. En el caso de un texto simplemente añadiremos el contenido de la información. Sin embargo cuando trabajamos con los otros tipos será necesario generar una nueva entidad de contenido que permita su proceso de forma estandarizada.

En estos momentos se está desarrollando una propuesta de investigación en la estandarización de estos contenidos. No obstante se presentan unos cuantos ejemplos ilustrativos:

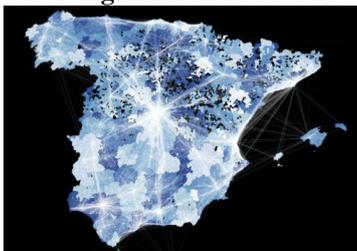
- Un enlace solo debe describir el tipo de archivo al que enlaza.
 - Un audio debe poseer una duración, título y descripción general del contenido. Además, con motivo de estudio puede estar fraccionado en piezas que indiquen elementos de relevancia dentro del contenido con su comentario pertinente.
 - Una imagen tiene unas dimensiones y una descripción general. De nuevo, en determinadas coordenadas con un radio r pueden existir elementos o aéreas que deban ser comentadas dentro de esa imagen.
 - Un video es una entidad que combina elementos de la imagen con elementos del sonido, es decir que poseerá un título, una duración que en este caso es preferible que sea realizada por número de fotogramas una descripción general y un formato que determinará las dimensiones en pantalla de la pieza. Si se desea comentar algún área o elemento se deberá indicar la posición y radio inicial, dirección de transición y fotograma final con las coordenadas finales de esa área dentro de la imagen a las que se añadirá el texto descriptivo.
- Otros dos elementos son imprescindibles en la elaboración de la TFD se relacionan directamente con el registro de los datos en el proceso de elaboración de la teoría. Se trata de los memorandos o “*memos*” y de los diagramas. En este caso sólo consideraremos los “*memos*” que serán empleados como registros que garantizan la “*memoria*” de datos subjetivos y que también son analizados, codificados e incorporados al informe de la investigación en este caso sólo será un atributo adicional de información.

Una vez desarrollada toda la estructura de datos necesaria se iniciará el muestreo teórico con el fin de recolectar datos. El procedimiento de muestreo teórico debe ser continuo, hasta que los datos comiencen a repetirse, lo que denominaron “saturación teórica”, que en nuestro caso nos permitirá delimitar una posible ruta migratoria.

El enfoque de análisis de los datos almacenados debería perseguir la aproximación basada en índices (NUD-DIST) pero tomando la filosofía del software Richards y Richards parece la más apropiada para realizar el análisis de los datos. Un sistema realmente híbrido que utilizando índices se posibilita el almacenamiento de nodos con agrupaciones conceptuales de distintos contenidos (imágenes, textos, multimedia). De esta forma, el análisis de los textos originales con los nuevos datos introducidos periódicamente no sólo puede generar nuevos e interesantes conceptos de estudio o alerta. La reiteración de análisis de conceptos ya estudiado puede tratar de encontrar relaciones subyacentes entre agrupaciones conceptuales que en futuros caso de estudio sea relevante. Se trata pues de un ejercicio de minería de datos conceptual.

Existe ya software que nos permite mostrar las conexiones de los usuarios en una red social. Sin embargo, ese software solo plasma los flujos de tráfico entre los nodos donde se generan esos mensajes y sus reenvíos en las distintas zonas geográficas del país por parte de los usuarios que utilizan ese servicio como muestra el siguiente ejemplo:

Gráfico X. Líneas de relación general entre usuarios de Twitter en España



Fuente: (Llorente, A., García-Herranz M., Cebrian M. y Moro E., 2014)

También existe la posibilidad de representar los datos en una dinámica temporal. Por ello se debe incentivar el desarrollo de aplicaciones representativas de este tipo dado que pueden ser un elemento relevante según el tipo de estudio a considerar.

Por tanto, otro detalle que debemos considerar es cómo será la representación de datos del objeto de estudio, mediante una dinámica relacional de grafos o una presentación evolutiva de un determinado proceso.

4. CONCLUSIONES

La confiabilidad, como elemento en las interacciones sociales, reales y virtuales nos permite en el caso de las relaciones virtuales, disponer de un importante elemento permita valorativo y predictivo sobre la aceptación de determinados mensajes o discursos.

Un análisis de las respuestas nos permitirá disponer de un conjunto de sugerencias o reacciones emocionales que nos permita reescribir dicho discurso para captar una mayor aceptación por parte de nuestros interlocutores.

Se propone establecer un modelo de estudio migratorio aplicando la TFD, empleando los flujos de información generado por los usuarios de las redes sociales virtuales, como única fuente de estudio.

Los estudios en redes sociales virtuales, deben considerar la centralidad y su evolución dentro del tiempo.

Una aplicación del FDT permitirá desarrollar medidas de contingencia que recojan ante un determinado fenómeno de estudio. Dichas medidas responderán en un plazo corto o medio de tiempo a la necesidad que dicho fenómeno pueda generar en los usuarios lo que provocará una retroalimentación del fenómeno y el estudio realizado..

AGRADECIMIENTOS

A mi esposa por su infinita paciencia y comprensión, a los miembros de las fuerzas de seguridad españolas, a mis codirectores Antonia Olmos Alcaraz y Carlos Cruz Corona.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Diminescu, D.; Jacomy, J. y Renault, M. (2010). *Study on Social Computing and Immigrants and Ethnic Minorities: Usage Trends and Implications*. Luxemburgo: JRC-IPTS.
- de Benito, C. y Estrada, A. (2014). HOLI EN TUITER HABLAMOS RARO UN BESI: La variación lingüística en Twitter. Recuperado el 16 de enero de 2015 del sitio web de Academia.edu: https://www.academia.edu/10138878/HOLI_EN_TUITER_HABLAMOS_RARO_UN_BESI_La_variaci%C3%B3n_ling%C3%BC%C3%ADstica_en_Twitter.
- de la Cuesta Benjumea, C. (2006). La teoría fundamentada como herramienta de análisis. *Cultura de los cuidados: Revista de enfermería y humanidades*, 20, 136-140.
- de Nooy, W.; Mrvar, A. y Batagej, V. (2005). *Exploratory social networks analysis with Pajek*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Dill, K. E. (2013). *The Oxford Handbook of Media Psychology*. Oxford Library Press: Nueva York.
- Giménez, R. C. (2007). *Aplicación de la teoría fundamentada (grounded theory) al estudio del proceso de creación de empresas. Decisiones basadas en el conocimiento y en el papel social de la empresa: XX Congreso anual de AEDEM* (p. 44). Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM).
- Kumar, S.; Morstatter, F. y Liu, H. (2013). *Twitter Data Analytics*. Estados Unidos: Springer.
- Lipiansky, E. M. (1999). *L'identité personnelle*. Sciences Humaines: París
- Llorente, A., Garcia-Herranz M., Cebrian M. y Moro E. (2014). *Social media fingerprints of unemployment*. Recuperado el 9 de enero de 2015 del sitio web de Cornell University Library: <http://arxiv-web3.library.cornell.edu/abs/1411.3140>.
- Salas, J. (2014). Así tuitea España. Recuperado el 6 de junio de 2015 del sitio web de *El País*: http://elpais.com/elpais/2014/11/13/ciencia/1415893051_731963.html.
- Soãres de Lima, S.B.; Leite, J.L.; Lorenzini Erdmann, A.; Giacomelli Prochnow, A.; Andrade Conceição Stipp, M.; Real Lima García, V.R. (2010). Grounded theory: A way for nursing research. *Index Enferm*, 19, 1, pp. 55-59.
- Strauss A, Corbin J. (2002). *Bases de La investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín (Colombia): Universidad de Antioquia



**¿PUEDE EL EMPLEO DE BIG DATA INFLUENCIAR EN
DECISIONES MIGRATORIAS DENTRO DE LAS DE REDES
SOCIALES VIRTUALES?¹**

Alejandro López Cano
Universidad de Granada

López Cano, A. (2015a). ¿Puede el empleo de Big Data influenciar en decisiones migratorias dentro de las de redes sociales virtuales? In F. J. García Castaño, A. Megías Megías, & J. Ortega Torres (Eds.), *Actas del VIII Congreso sobre Migraciones Internacionales en España (Granada, 16-18 de septiembre de 2015)* (pp. S29/74–S29/81). Granada: Instituto de Migraciones.

¹ El trabajo presentado forma parte de una tesis doctoral en curso dentro del programa en Estudios Migratorios de la Universidad de Granada y es de carácter interdisciplinar (ciencias sociales y ciencias de la computación).
Contacto: alejandrolopez@ugr.es

La informática es una tecnología disruptiva que ha transformando la base de nuestra cultura y el comportamiento de la sociedad. Con el desarrollo de las tecnologías web 2.0, surgen los primeros servicios de red social como Facebook o Twitter.

Si recopilamos los estudios realizados sobre la penetración de Internet en Europa. España se sitúa en la media europea de horas dedicadas a Internet, pese a ser uno de los países con mayor número de conexiones por hogar y donde las redes sociales más empleadas por los ciudadanos son Facebook y Twitter.

Tomando como escenario inicial la aplicación de Big Data en las elecciones de EE.UU de 2008 y 2012, donde Big Data se trata de un conjunto de datos que superan la capacidad del software habitual para ser capturados, gestionados y procesados en un tiempo razonable (Kusnetzky, 2010). Deseamos plantear una recopilación de las estrategias y estado del arte de las investigaciones realizadas sobre el fenómeno electoral estadounidense y los modelos de trabajo Big Data empleados durante las campañas electorales demócratas.

En base a lo anterior, mediante un estudio comparativo con las actuales estrategias de comunicación empleadas por las organizaciones gubernamentales que tratan de convertir en destinos deseables de recibir migrantes hacia sus países. Desarrollaremos un informe sobre las potenciales ventajas que ha supuesto el empleo de estrategias de comunicación electoral asistidas por Big Data frente a las empleadas por dichas organizaciones gubernamentales.

En consecuencia, podríamos concluir planteando una hipótesis sobre la capacidad de influenciar en actos o acciones reales sobre los usuarios de redes sociales virtuales que reciban mensajes procesados con ayuda de Big Data.

1. LAS REDES SOCIALES VIRTUALES Y LAS ELECCIONES ESTADOUNIDENSES

El desarrollo de las tecnologías web, en especial las relacionadas con la tecnología web 2.0² nos permitieron partir de sencillas herramientas de comunicación asíncronas, como el correo electrónico o los foros virtuales, se cimentaron las primitivas comunidades virtuales³. En base a esas comunidades, y con el fin de facilitar la comunicación e interrelación entre sujetos de un heterogéneo origen o condición social y/o cultural que compartían una meta u objetivo común. Esas nuevas formas de colaboración han permitido establecer nuevas relaciones sociales entre individuos, que sin llegar a conocerse físicamente, presentan fuertes lazos personales. En este nuevo paradigma de diseño e interrelación de individuos, contextualizamos el origen de los primeros servicios de red social⁴ como Facebook o Twitter.

Durante el desarrollo de las elecciones a la presidencia de los Estados Unidos de América en 2008. El uso de tecnologías y conocimientos sobre análisis de datos en grandes almacenes de información, redes sociales virtuales, telefonía móvil y marketing online revolucionaron la forma de hacer, entender y plantear una campaña electoral. De forma que el candidato, Barack Hussein Obama II, pudo acercarse al electorado, como ningún otro candidato a la presidencia de los Estados Unidos de América hubiese soñado hasta ahora según las crónicas políticas de la época.

² “Web 2.0 es la red como plataforma, que abarca todos los dispositivos conectados; las aplicaciones Web 2.0 son quienes hacen la mayor parte de las ventajas intrínsecas de esa plataforma: la entrega de software como un servicio continuamente actualizado, que mejora cuanto mayor es el número de personas que lo utilizan, consumiendo y remezclando datos de múltiples fuentes, incluyendo usuarios individuales, mientras que proporciona sus propios datos y servicios de forma que permite ser remezclados por otros, creando una red afectada por una ‘arquitectura de participación’, y va más allá de la metáfora que supone la página Web 1.0 para ofrecer experiencias de usuario.” (Tim O’Really, 2005). La traducción es mía

³ “Ciberespacio, mantenido por computadoras dedicadas a la tecnología de la información e interacción de participantes, que genera contenidos orientados a sus miembros, como resultado de la relación que se construye.” (Lee, Vogel y Limayem, 2003).

⁴ “Servicios basados en la web que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y atravesar su lista de las conexiones y las realizadas por otros dentro del sistema.” (Boyd y Ellison, 2007). La traducción es mía.

El cambio que supuso esta nueva forma de hacer comunicación y su potencial influencia en el elector sólo es comparable a los primeros debates electorales televisados en este mismo país en 1960 entre los candidatos John Fitzgerald Kennedy y Richard Nixon. En aquellas elecciones fue el lenguaje verbal como no verbal mostrado en las intervenciones de Kennedy en los debates televisados lo que determinó el resultado electoral. Actualmente, dentro de la estrategia de comunicación de los candidatos surge también la necesidad de cuidar su imagen virtual.

Si en el caso de Kennedy le permitió revertir unas encuestas negativas y finalmente ganar las elecciones de aquel año. Convirtiéndose en el presidente más joven de la historia de los Estados Unidos de América elegido para ocupar ese cargo. En el caso de Barack Hussein Obama II, Dan Siroker desarrolló una plataforma que permite a los usuarios registrarse con su identidad en Facebook llamada Dashboard⁵.

Gracias a esta plataforma, el partido demócrata conocía la localización del usuario, su nivel de interacción en la red y su reacción a los diferentes mensajes de la organización. Otra de las funcionalidades ofrecidas por esta plataforma es la capacidad de experimentar con diferentes versiones de un mismo correo electrónico y analizar cuál ha ofrecido mejores resultados de acuerdo al objetivo propuesto. O también, estudiar las reacciones de los internautas y responder a la tendencia provocada sobre los usuarios.

Quando Obama da un discurso, la campaña analiza el tráfico a su página, desde dónde llegan los usuarios y las decisiones que toman después [...] Averiguamos qué elementos hacen que se comporten como nosotros queremos (Siroker, D. en una entrevista para el diario El País, 2012)

El Centro Pew Internet publicó en un estudio (Rainie, L.; Smith, A.; Lehman Schlozman, K.; Brady, H. y Verba, S., 2012) donde exponía que entre las elecciones de 2008 y las elecciones de 2012 el 38% de los usuarios de redes sociales virtuales (principalmente en referencia a Facebook, Twitter) había recomendado material de contenido político en más de una ocasión. Además un 34% había publicado sus propias ideas o comentarios sobre asuntos relacionados con las elecciones y un 35% ha utilizado herramientas online para animar a otros ciudadanos a votar.

En 2008, se observa que el equipo de campaña del partido demócrata destinó 16 millones de dólares a anuncios digitales sobre Obama, cuatro veces más que su rival. Una cifra que en los primeros seis meses de 2012, es ampliamente superada cuando los demócratas ya habían invertido 36 millones de dólares (CFE, 2012).

Se trata de utilizar los datos para tomar mejores decisiones y la campaña lo puede utilizar para conseguir que los ciudadanos donen más dinero [...] El hecho de que ambas campañas vean esto como una obligación es un indicador de la importancia de invertir recursos en una estrategia digital (Finn, en una entrevista para el diario El País, 2012)

2. BIG DATA: PRIMERA APROXIMACIÓN A REDES SOCIALES VIRTUALES

No hay una carrera universitaria de análisis de datos. Y quien se dedique a esto va a necesitar un poco de conocimiento de ingeniería técnica, un poco de economía, un poco de sociología, un poco de psicología... y eso todavía no existe. (Rigobon, R., 2014)

Por ahora, el análisis de cantidades masivas de datos o Big Data⁶, siempre que sea bien filtrada y ajustada a la realidad local de estudio (en este caso el contexto geográfico estadounidense), permite a los asesores electorales conocer casi a la perfección tanto a sus electores fieles como potenciales.

Para obtener estos datos, solo se limitaron a tomar los censos electorales de los condados, los censos de afiliados y los ficheros de hábito de consumo disponibles para empresas de mercadotecnia. De esta forma, detalles como si votaron en los últimos comicios, el partido para el que se registraron, los

⁵ Recuperado el 20 de noviembre de 2014 en <https://dashboard.barackobama.com/> Actualmente el dominio es redirigido a la dirección <http://www.barackobama.com/2013-action-hub/>

⁶ "Conjunto de datos que superan la capacidad del software habitual para ser capturados, gestionados y procesados en un tiempo razonable" (Kusnetzky, 2010)

asuntos que les preocupan, dónde viven o qué tipo de amigos tienen en las redes sociales, han permitido dirigir comunicaciones segmentadas por perfiles y preferencias más eficaces.

Mediante modelos estadísticos, la información se puede usar para sacar conclusiones sobre votantes pese a que el equipo de campaña nunca haya hablado con ellos. Y puede predecir a qué candidato es más probable que voten [...] De hecho, el mayor cambio registrado es que las herramientas para analizar datos ya no están solo al alcance de grandes aparatos de campaña. Ahora son accesibles a campañas más pequeñas y en las que se mueve menos dinero, como algunos candidatos demócratas a la Cámara de Representantes y al Senado [...] Vas a ir a por la gente que te apoya pero que no necesariamente va a ir a votar [...] Para apelar a este colectivo, lo más efectivo, es mandar a un voluntario bien entrenado de un partido o de un grupo vinculado a mantener una conversación con alguna de estas personas en la puerta de su casa. La idea es recordarle y presionarle para que vote, no tanto a qué partido y le preguntarías a qué hora planea votar, qué hará antes de ir al colegio electoral, etc. (Issenberg en una entrevista para el diario EL País, 2014)

3. BIG DATA Y MERCADOTÉCNIA

El Big Data con aplicación a la mercadotecnia trata de procesar grandes cantidades de información; a una velocidad aceptable, permita obtener un análisis predictivo según las condiciones culturales del grupo de sujetos a analizar y determinados criterios de confiabilidad.

El verdadero objetivo es saber cómo puedo convertir esos datos desestructurados en información susceptible de aplicarle cerebro [...] porque entonces podremos convertirla en conocimiento con el que poder tomar decisiones. Pero no todos los datos me van a servir; algunos son relevantes para saber algunas cosas y otros no. (del Gallo en una entrevista para el diario EL País, 2014)

Un ejemplo que se ajusta a esta definición es la web sobre Evolución de la gripe de Google⁷ (Gisberg, Mohebbi, Patel, Brammer, Smolinski y Briljant, 2009) que basándose en la estrecha relación entre el número de personas que realizan búsquedas relacionadas con la gripe y las personas que realmente sufren síntomas gripales estas consultas suelen ser muy frecuentes justo en la temporada de auge de esta enfermedad.

Por tanto, gracias el recuento de la frecuencia de estas consultas⁸, se pueden estimar en qué medida circula la gripe por diferentes países y regiones de todo el mundo.

Sin embargo, aparece un problema cuando manejamos la información y es determinar su validez como la confianza que esta genera en los usuarios que consumen dicha información para determinar sus decisiones.

En muchos casos falta conocimiento a la hora de saber qué es información. Una empresa te puede recoger un montón de datos y vendértelos. Tú, como no tienes ni idea, te crees que con esos datos puedes aprender de todo. Pero cuando no hay gente que sepa cómo preguntar a esos datos, se hacen preguntas al azar. Y cuando haces preguntas al azar, obtienes respuestas al azar. Si lo único que te han vendido es un par de correlaciones mal hechas, tomas decisiones equivocadas basadas en esos datos. Y fracasas. Hay gente invirtiendo muchísimo dinero en recolectar datos, pero no saben que cuando más datos tienes más difícil es procesarlos, y se quedan sentados sin saber qué hacer con ellos. Eso son recursos que se pierden. (Rigobon en una entrevista para el diario El País, 2014)

En este sentido un ejemplo es la máquina Wolfram Alpha⁹, que con la información disponible y las consultas realizadas, no solo ofrece una respuesta a la consulta sino que de acuerdo a la validez de la misma, construye nuevas relaciones de conocimiento disponible sobre la consulta realizada.

3.1 Confiabilidad en redes sociales virtuales (perspectiva mercadotecnia)

Se define la confiabilidad como la cualidad de confiable o la probabilidad de buen funcionamiento de algo. En cierto modo la confiabilidad virtual agrupa ambas definiciones. Por un lado es algo en que se puede confiar, o lo que es lo mismo, depositar sin más seguridad que la buena fe y la opinión que se tiene, el secreto o fiabilidad de la información que nos entrega. Por otro lado, la confiabilidad virtual da esperanza a alguien de que conseguirá lo que desea en un determinado propósito u objetivo. De forma

⁷ Recuperado el 20 de octubre de 2014 de Flutrends: <http://www.google.org/flutrends/>

⁸ Recuperado el 20 de octubre de 2014 de Tendencias de búsqueda: <http://www.google.org/trends/>

⁹ Recuperado el 20 de octubre de 2014 de Wolfram Alpha: <http://www.wolframalpha.com>

que las interacciones de confiabilidad virtual demandan un buen funcionamiento de comunicación para realizar las acciones que permitan alcanzar dicho objetivo, y en consecuencia, reforzar esa confiabilidad virtual.

La confiabilidad virtual es una relación cíclica de interacción, que requiere de una constante retroalimentación entre los sujetos que la mantienen y puede ser alterada por relaciones más fuertes de confiabilidad de terceros. En cierto modo podría definirse como la variable elemental que permite construir las relaciones en las redes sociales virtuales entre los sujetos que interactúan en ellas.

Pero antes de construir una relación, debemos asumir un nuevo paradigma, la construcción de nuestra identidad virtual. Una identidad virtual no *“oscila entre la similitud y la diferencia, lo que hace de nosotros una individualidad singular y lo que al mismo tiempo nos hace semejantes a Otros”* (Lipiansky, 1999: 22).

Una identidad virtual puede construirse con un determinado propósito y ser finalmente desechada alcanzado el objetivo deseado ya que dicha identidad no es construida en entornos naturales y socioculturales precisos y las transformaciones y modificaciones que sufre una identidad concreta bajo el influjo de las influencias sociales son mucho más rápidas al ser el único factor elemental de interacción entre los sujetos en las redes sociales virtuales.

El proceso de construcción de una identidad virtual puede ser complejo y elaborado en virtud al objetivo que se desea alcanzar y el grado de dificultad. Cuanto mayor sea la complejidad del mismo, mayor número de interacciones con otros sujetos se realizarán y en consecuencia la definición de nuestra identidad virtual se desarrollará. En ese intercambio de información que realizamos con los demás usuarios, la confiabilidad es el factor que determinará la construcción de una relación entre dos identidades virtuales en una red social virtual y puede definir nuestra relevancia o estigmatización virtual.

La interacción entre dos sujetos en una red social virtual puede ser realizada por medios escritos o interactivos. Si bien lo habitual; para preservar nuestra privacidad, es iniciar cualquier interacción por medios escritos. Este factor confiere al lenguaje de un sujeto en una red social virtual una serie de características lingüísticas que le confieren de autenticidad humana, es decir confiabilidad virtual.

Dependiendo de donde vives te comunicas de una cierta manera, te mueves de un modo y utilizas un cierto número de palabras distinto. Y la economía influye. Influye en cómo nos comunicamos, en cómo nos movemos o en lo mucho que se usa Twitter (Dalas, J. en una entrevista al diario El País, 2014).

Retomando el caso electoral estadounidense, se tenía que las cuentas en redes sociales virtuales y páginas web de los demócratas publicaban a diario diferentes mensajes en perfecta sincronía con los discursos y actos públicos del presidente. De esta forma el candidato tenía una forma de comunicación más cercana con los votantes. Bien con anuncios que incitan a los ciudadanos a participar en las elecciones o magnificando un error del rival y hundir su reputación.

Esa personalidad que posee el texto generado y que le otorga confiabilidad virtual al sujeto que lo genera, obliga al análisis de los contenidos para determinar los vulgarismos, dialectismo o vocablos que poseen un fin de refuerzo en esa confiabilidad virtual y permita la generación o identificación de textos. Por lo que existen una serie de factores comunes que los caracterizan:

- El carácter público o privado del texto generado.
- La implicación emocional del texto, pues puede estar influenciado por factores como la familiaridad entre los interlocutores o temática lo que implicaría la aparición de palabras especializadas.
- La retroalimentación generada y grado de aprobación virtual. Se considerará retroalimentación al conjunto de comentarios generados sobre el texto por parte de los usuarios de esa red social virtual diferenciando entre aquellos que apoyen el contenido y los que se opongan.
- La capacidad de influencia que genera los mensajes producidos sobre terceros. Cuando la información que contiene el mensaje es considerada útil por terceras personas y es empleada como elemento de transmisión de datos en sus comunicaciones citando a la fuente, genera un incremento del valor de confiabilidad de la fuente. Otra forma de incrementar esa confiabilidad o capacidad de influencia del usuario es mediante el uso de etiquetas o marcadores sociales que permiten destacar el

mensaje producido (en muchas redes sociales virtuales se conoce como marca “me gusta”) y que es una muestra de aprobación al contenido publicado por parte de los usuarios de la red social virtual.

- El alcance inicial del sujeto. Es decir, el número de usuarios con los que interactuamos directamente (en ciertas redes sociales virtuales se denominan amigos, contactos...). Este factor determina la capacidad potencial de que nuestra reputación virtual tenga mayor confiabilidad virtual sobre terceros o no. A mayor número de usuarios que interactúen virtualmente, mayor será el número de terceros que puedan interactuar también.
- Perdurabilidad. Los mensajes que son publicados en redes sociales virtuales quedan a disposición de los usuarios virtuales hasta que ese servicio de red virtual desaparezca permitiendo la reutilización de contenidos históricos virtuales de un perfil de usuario. Esto confiere a las interacciones en redes sociales virtuales de una capacidad de valoración que podría asemejarse a los índices de impacto¹⁰ de las publicaciones bibliográficas a pequeña escala

Los materiales multimedia son elementos empleados como refuerzo de esa relación de confiabilidad mutua, por lo que el lenguaje o la simbología de los elementos multimedia intercambiados serán de gran valor semántico al objetivo perseguido en la interacción virtual.

Un ejemplo que ilustra lo expuesto está en la campaña del demócrata Obama en 2012 durante el debate celebrado el 17 de octubre de 2012 cuando Mitt Romney afirmó que gracias a los “*archivadores llenos de mujeres*” había equilibrado la paridad en su gobierno en Massachusetts. Obama for America (identidad social virtual responsable de la campaña electoral de Barak Obama) publicó en apenas unas horas un vídeo en YouTube¹¹ para rentabilizar el error del republicano, en Facebook distribuía imágenes con las diferencias entre uno y otro candidato para el futuro de las mujeres y en Twitter presumía de haber aprobado la ley de igualdad salarial.

En 2014, la consultora de reputación online Igniye, afirmaba en su informe sobre reputación online, que los comentarios negativos en Internet implican unas pérdidas medias anuales de 59.000 €. Ese mismo estudio afirma que el 88% de las empresas creen que una presencia positiva en Internet es de suma relevancia para las personas que deseen sus servicios. Sin embargo, los comentarios negativos publicados por competidores son los más dañinos, seguidos de cerca por los publicados por empleados y los referentes a productos y servicios publicados por clientes.

Por otro lado, en lo concerniente a la propia reputación y su manutención, el 45% confiesa fracasar a la hora de eliminar comentarios negativos en la red de redes y sólo una tercera parte dice contar con las habilidades necesarias para cuidar la salubridad de la reputación online de su propia marca, que consideran en un 31% el epicentro de sus estrategias mercadotécnicas en Internet.

El estudio de la confianza o influencia dentro una de las redes sociales virtuales, es un concepto que ha sido desarrollado en los trabajos (Sabater, J. y Sierra, C., 2002) donde se propone un estudio local de los elementos de esa red para determinar los elementos de mayor confiabilidad (ideal para buscar líderes de opinión) o la propuesta más orientadas a generalizar las influencias de los sujetos en grupos (Molina, J.L.; Muñoz, J.M.; Domenech, M., 2002).

Sin embargo, según la técnica que propone (Torral, S.L.; Martínez-Torresb, María del Rocio; Barreroa, Fredy A., 2010), la influencia que genera el propio grupo dentro de la red social virtual puede ser un valor general o bien se puede considerar el elemento que cuente con mayor reputación entre aquellos sujetos que actúan como enlace o nexo de unión entre grupos de influencia. Esto supone por tanto, la necesidad de plantear el escenario de estudio de acuerdo a tres hipotéticos sujetos de liderazgo: individual, grupal y enlazador.

Pero todo esto cambia con el índice de sentimiento social (Social Sentiment Index) empleado para analizar el lenguaje natural y así establecer una valoración cuantitativa sobre determinada opinión del

¹⁰ Es una forma de medir la importancia de las publicaciones científicas.

¹¹ Recuperado el 20 de octubre de 2014 de YouTube (BarackObama.com): http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=dmtSBXW8ly4

usuario expresada en un medio social virtual y que trata de simplificar estas tres valoraciones en un único elemento (Taplin, J., 2012). Es decir, la confiabilidad será un valor calculado de la confianza que generen esa entrada (un coeficiente calculado de acuerdo al número de valoraciones positivas y negativas) que a su vez esta alterado por la propia confiabilidad que generen los sujetos en la comunidad.

4. CONCLUSIONES

La creación y gestión de identidades virtuales dentro de las redes sociales virtuales se está tornando en una herramienta más dentro de las estrategias de comunicación de los grandes partidos estadounidenses, cuya influencia se está empezando a notar en el creciente interés de los partidos en España¹² por adquirir tecnologías basadas en Big data para analizar y desarrollar nuevos discursos que les permita conectar mejor con sus votantes como en las gestiones de los perfiles virtuales dentro de las distintas redes sociales virtuales de los candidatos que desean presentar a unas elecciones.

Una identidad virtual bien construida debe cumplir dos requisitos elementales: que sea confiable y creíble en sus contenidos. Los primeros son una aplicación de la capacidad de generar flujos de información y distribuirlos donde la confiabilidad puede ser nuestra propuesta de medida, mientras los segundos es un análisis de los contenidos ofrecidos y la reacción emocional que estos generan en el usuario.

Las nuevas estrategias de comunicación enfocadas a política requerirán del Big Data no sólo para construir un discurso que conecte con su potencial electorado, además le ofrecerá la posibilidad de conocer en donde deben depositar esa propuesta eligiendo el grupo de usuarios más apropiado para maximizar el alcance de los contenidos publicados como la aceptación de dichos contenidos ya que serán elaborados para poder usar a la propia confianza y credibilidad del usuario que sigue a ese partido político.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Boyd, D. M, Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11.
- de Benito, C. y Estrada, A. (2014). *HOLI EN TUITER HABLAMOS RARO UN BESI: La variación lingüística en Twitter*. Recuperado el 16 de enero de 2015 del sitio web de Academia.edu: https://www.academia.edu/10138878/HOLI_EN_TUITER_HABLAMOS_RARO_UN_BESI_La_variaci%C3%B3n_ling%C3%BC%C3%ADstica_en_Twitter.
- Igniye. (2014). *The reputation report*. Recuperado el 6 de junio de 2015 de Ignite: <http://www.igniye.co.uk/online-reputation-management/wp-content/uploads/2014/07/THE-REPUTATION-REPORT-JUN-14-FINAL-2.pdf>.
- Federal Election Commision. (2008) *Relación de gastos en campaña electoral de 2008 de Barack Obama*. Recuperado el 6 de junio de FEC: <http://www.fec.gov/press/press2008/2008indexp/2008iedetail.xls>.
- Ferrer Morini, T. (2014). “El tener más datos no quiere decir que haya mejor información”. Recuperado el 6 de junio de 2015 de El País: http://economia.elpais.com/economia/2014/10/24/actualidad/1414172504_719698.html
- Ferrer Morini, T. (2014). ‘Big data’ a la velocidad de la luz. Recuperado el 6 de junio de 2015 de El País: http://economia.elpais.com/economia/2014/10/24/actualidad/1414168980_618761.html.
- Ginsberg, J.; Mohebbi, M.H.; Patel, R.S.; Brammer, L.; Smolinski, M.S. y Brilliant, L. (2009). Detecting influenza epidemics using search engine query data. *Nature* 457, 1012-1014 (19 February 2009). Recuperado el 6 de junio de 2015 de Nature: <http://www.nature.com/nature/journal/v457/n7232/full/nature07634.html>.

¹² El PP adquirió el pasado 5 mayo de 2015 con motivo de las elecciones municipales el software Calisto basado en Big Data para poder elaborar discursos políticos. De forma que los políticos nacionales mientras desarrollaban los puntos de sus discurso, disponían de datos locales con los que reforzar o deslegitimar las propuestas de otros candidatos (Marco, 2015).

- Keegan, P. (2012). *Chamcast: Big Data & the view from the US. Digichan*. Recuperado el 6 de junio de 2015 de Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=MNG_GzjeMpI.
- Kusnetzky, D. (2010). *What is "Big Data"?*. Recuperado el 6 de junio de 2015 de zdnet: <http://www.zdnet.com/blog/virtualization/what-is-big-data/1708>.
- Lee, F.S.L.; Vogel, D.; y Limayem, M. (2003). Virtual Community Informatics: A Review and Research Agenda. *Journal of Information Technology Theory and Application (JITTA)*. 5, 1, artículo 5.
- Lipiansky, E. M. (1999). *L'identité personnelle*. Sciences Humaines: París
- Marco, A. (2015). *Cospedal compra el 'software' Calisto para adoctrinar a sus candidatos electorales*. Recuperado el 6 de junio de 2015 de El Confidencial: http://www.elconfidencial.com/elecciones-municipales-y-autonomicas/2015-05-05/el-pp-compra-un-software-big-data-para-adoctrinar-a-sus-candidatos-en-las-elecciones_787494/.
- Molina, J.L.; Muñoz, J.M.; Domenech, M. (2002). Redes de publicaciones científicas: un análisis de la estructura de coautorías. *REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales*. 1, 3. Recuperado el 6 de junio de 2015 de REDES: http://revista-redes.rediris.es/html-vol1/vol1_3.htm.
- Pereda, C.F. (2012). *La primera Campaña 100% digital*. Recuperado el 6 de junio de 2015 de El País: http://internacional.elpais.com/internacional/2012/10/28/actualidad/1351444600_808266.html.
- Petróczi, Nepusz y Bazsó, (2007). Measuring tie-strength in virtual social networks. *Connections*. 27, 2, pp. 39-52. Recuperado el 6 de junio de 2015 de INSNA: <http://www.insna.org/Connections-Web/Volume27-2/5.Petróczi.pdf>.
- Rainie, L.; Smith, A.; Lehman Schlozman, K.; Brady, H. y Verba, S. (2012). *Social Media and Political Engagement*. Recuperado el 6 de junio de 2015 de Pew Research Internet Project: <http://www.pewinternet.org/2012/10/19/social-media-and-political-engagement/>.
- Sabater, J. y Sierra, C. (2002). *Reputation and social network analysis in multi-agent systems*. AAMAS '02 Proceedings of the first international joint conference on Autonomous agents and multiagent systems: part I. Pags. 475-482
- Salas, J. (2014). *Así tuitea España*. Recuperado el 6 de junio de 2015 del sitio web de El País: http://elpais.com/elpais/2014/11/13/ciencia/1415893051_731963.html.
- O'Reilly, Y. (2005). *Web 2.0: Compact Definition?*. Recuperado el 6 de junio de 2015 de Radar: <http://radar.oreilly.com/2005/10/web-20-compact-definition.html>.
- Taplin, J. (2012). *Social Sentiment: Are you listening?*. IBM SocialMedia. Recuperado el 6 de junio de 2015 de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=YGIhCCwYVh4>.
- Toral, S.L.; Martínez-Torresb, María del Rocio; Barreroa, Fredy A. (2010). Analysis of virtual communities supporting OSS projects using social network analysis. *Information and Software Technology*, 52, 3, pp. 296–303

TRANSNACIONALISMO E INTERNET. EL CASO VASCO¹

Koldo Díaz Bizkarguenaga* y **Raphael Tsavkko García****

*Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea y

**Universidad de Deusto

Díaz Bizkarguenaga, K., & Tsavkko García, R. (2015). Transnacionalismo e Internet. El caso vasco. In F. J. García Castaño, A. Megías Megías, & J. Ortega Torres (Eds.), *Actas del VIII Congreso sobre Migraciones Internacionales en España (Granada, 16-18 de septiembre de 2015)* (pp. S29/82–S29/94). Granada: Instituto de Migraciones.

¹ El presente trabajo es parte de una tesis doctoral concluida (Díaz) y de una tesis doctoral en curso (Tsavkko García).

Contacto: koldo.diaz@ehu.es y raphael.garcia@opendeusto.es



La diáspora vasca es un tema que ha sido profundamente estudiado, sin embargo, los efectos que las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) tienen en los migrantes vascos es un objeto de estudio todavía por indagar. Esta comunicación pretende dar luz a este tema mediante dos Tesis Doctorales que analizan cómo la ciudadanía vasca mantiene y construye esta identidad fuera del País Vasco gracias a diversas plataformas de Internet.

Tal y como se ha podido comprobar en ambas investigaciones, Internet supone que el tiempo y el espacio cobren diferentes significados. En la actualidad, la diáspora vasca y los y las jóvenes que por motivos laborales o académicos residen en el extranjero viven y comparten el día a día, entre otros, por medio de blogs y Facebook. Es más, estas plataformas, además de ser herramientas que permiten mantener y construir la identidad vasca desde el extranjero, también son espacios que la ciudadanía vasca habita y comparte desde dentro o fuera del País Vasco. En el caso de la diáspora, las TIC permiten tener un mayor contacto con el País Vasco hasta ahora inédito: las historias y mitos contados en las "euskal etxeak" o casas vascas conviven en la actualidad con la información adquirida por medio de Internet.

Por lo tanto, puede afirmarse que los diferentes rasgos y las diferentes construcciones identitarias de las personas migrantes y de las que residen en el País Vasco confluyen en el Hiperespacio. Lo cual, lleva a tensiones identitarias al oponer construcciones diferentes de la identidad nacional desde diversas perspectivas sociales e históricas. Para denominar y analizar este territorio compartido se propondrá el concepto de país digital: una dimensión donde las realidades de los lugares geográficos y los espacios online convergen.

1. INTRODUCCIÓN

Diáspora se puede definir como la "*colectividad transnacional, separada por, y entrelazada a través de las fronteras de sus propios y otros estados-nación, manteniendo instituciones culturales y políticas*" (Tötölyan, 1991: 5). También como una población dispersa de su patria, con la memoria colectiva y la idealización o incluso la visión mítica (Safran, 1991) de la patria, así como una fuerte conciencia étnica y de solidaridad con los miembros del grupo (Cohen, 1997) que forman de esta manera una comunidad imaginada (Anderson, 2005), y una exacerbación de rasgos (supuestamente) comunes y ancestrales que se refuerzan periódicamente (Billig, 1995; Renan, 2007).

La diáspora vasca, se puede entender como la comunidad de los vascos étnicos que nacieron o descendieron de los que han nacido en el territorio histórico del País Vasco o Euskal Herria, que comprende territorios ahora dividido por el estado francés (Iparralde o País Vasco Norte, parte del departamento de Pirineos Atlánticos) y el estado español (Comunidad Autónoma Vasca y Comunidad Foral de Navarra) y migraron a otros lugares desde el siglo XV hasta la actualidad. Es posible suponer que la diáspora vasca es una comunidad (Angulo Morales, 2002), de constante construcción y reconstrucción de identidades, una "*suma de geografías, épocas, generaciones y las identidades individuales, subproductos de las experiencias que vive y hereda tradiciones*" (Oiarzabal, 2013: 21).

Estos vascos en la diáspora, en conjunto con los vascos de la patria o *homeland*, forman una nación, un grupo étnico-nacional (Connor, 1994), un grupo de personas que creen y sienten que están relacionados desde la antigüedad, manteniendo tradiciones y herencia para pasarlos a la siguiente generación, compartiendo un sentido de unicidad (Smith, 1991) también con los vascos de la *homeland*. La identidad de la diáspora vasca es mucho más que una mera reproducción de la identidad patria o "original", sino que ha añadido elementos significativos de la nación anfitriona y rasgos que han sido abandonados en la *homeland* (Oiarzabal, 2013) y manteniendo una cultura de separación étnica o incluso pureza (Zulaika y Douglas, 1996), una "coherencia imaginaria" para un conjunto de identidades (Hall et al, 2003).

Basque identities were shaped by Basques' own experiences of migration and its complex interrelation with nation-state building processes taking place throughout the American continent. The ethnic politics of Basque identity

construction spread throughout the American continent by the establishment of immigrant associations and the work of ethnic leaders in diaspora communities. (Oiarzabal y Molina, 2009: 701)²

Esta comunidad imaginada (Anderson, 2005) vasca, o comunidad transnacional imaginada (Appadurai, 1997), se compone de individuos que podrían no conocerse nunca entre sí, desde Bilbao a Buenos Aires o desde San Francisco a Reno, pero se imaginan a sí mismos como miembros del mismo grupo étnico, compartiendo rasgos comunes a pesar de las diferencias. "*Los diferentes grupos de la diáspora vasca preservaron su identidad étnica, considerando y 'imaginando' a sí mismos como parte de una comunidad global étnica vasca*" (Totoricaguena, 2004: 10), por lo tanto, se sienten como miembros de la misma nación vasca o grupo étnico-nacional (Connor, 1994). Esto se ha prolongado durante siglos y a través de diferentes olas de migración, una identidad desterritorializada (Ortiz 1999, 2004; Haesbaert, 2002, 2004) o fragmentada en muchos casos y de muchas maneras que Internet permite que sean re-territorializadas en un espacio o *locus* virtual.

A pesar de las diferencias políticas e ideológicas, así como puntos de vista más o menos nacionalistas, los vascos de la diáspora se ven a sí mismos como un grupo, una nación, formando una diáspora y con una identidad diaspórica (Totoricaguena, 2004; Oiarzabal, 2013) que sintetiza o combina tanto la identidad vasca cuanto la identidad del país de acogida de una manera transnacional (Vertovec, 1999). Tal y como explica Oiarzabal, "*la auto-perpetuación de la identidad vasca en la diáspora se basa en gran medida en el orgullo y afecto por supuestas características, como la unicidad o singularidad de tal identidad*" (2013: 92).

La identidad diaspórica vasca es una (re)configuración tanto de la patria -"*lazos ancestrales, las relaciones de parentesco, la lengua común de comunicación, los recuerdos históricos e imaginarios y creencias religiosas*" (Gautam, 2013: 7) - y la identidad del país de acogida: del ideal de ser vasco, además de ser un miembro de la sociedad de acogida. Es la idea de la integración, pero no de la pérdida de su cultura, de tener conciencias múltiples o transnacional (Sorensen, 1995). Los vascos están conectados físicamente a sus países anfitriones, sin embargo, siguen estando psicológicamente y emocionalmente conectados a su *homeland*. Según Totoricaguena (2004), los vascos lograron trabajar su identidad étnica en conjunto con la identidad cívica del país de acogida. La identidad étnica como base de la definición de lo vasco sigue haciendo hincapié en la diáspora ya que la identidad más cívica se ha convertido en el centro del nacionalismo del *homeland* (Totoricaguena, 2004).

2. INTERNET COMO HERRAMIENTA: TRANSNACIONALISMO VASCO Y BLOGS

Los blogs, como también las redes sociales online, son un campo propicio para analizar el contacto entre individuos de una comunidad. Vemos en el caso vasco un uso amplio y extenso de estas plataformas online como forma de contacto y de formación de vínculos (Tsavkko, 2012). Al acceder a las redes sociales online o blogs, el individuo se sumerge en un ambiente cargado de símbolos que llevan a una inquietud y a una búsqueda por comprender el "entorno", aquel locus de convivencia encontrado.

De esta búsqueda puede nacer una vinculación más fuerte, de lazos que acaban siendo formados entre éste y los otros individuos que comparten estos mismos símbolos a través de los blogs y comunidades online. En otros casos es posible verificar que individuos que comparten los mismos símbolos, con diferentes intensidades, tienden a conectarse y a crear enlaces en ambientes virtuales con el "intuito" de compartir experiencias y también de reforzar conexiones (que pasan también a agregar mitos basados en historias en común, un pasado en común, hasta la voluntad de mantener esta vinculación).

La blogosfera vasca, a su vez, forma un enredado singular, con una amplia conexión con la diáspora y con una fuerte presencia en línea. Gordo y Megías (2006) observaron que a las relaciones cara a cara de

² "Las identidades vascas fueron conformadas por las propias experiencias de la migración de los vascos y su compleja interrelación con los procesos de construcción del Estado-nación que tuvo lugar en todo el continente americano. Las políticas étnicas de construcción de la identidad vasca se propagaron por todo el continente americano a través del establecimiento de asociaciones de inmigrantes y el trabajo de líderes étnicos en las comunidades de la diáspora". Traducción de Raphael Tsavkko Garcia.

la juventud se añaden las relaciones en línea, lo que presupone una cierta alteración en la lógica tradicional, pues se amplía el alcance y prácticamente se eliminan las fronteras y las barreras del tiempo y espacio. Blogs, sitios web personales y afines son apropiaciones individuales del ciberespacio (Recuero, 2009) que se construyen diariamente y representan elementos de la identidad individual de cada uno.

Conforme Recuero (2009), estos espacios en redes sociales online y blogosfera tienen el papel de un espacio conversacional, donde individuos representan a sí mismos y forman redes de contacto con otros individuos que piensan de forma semejante. Los blogs son una representación en línea de la comunidad imaginada (Anderson, 2005), en nuestro caso vasca, aproximando individuos de diferentes realidades y locales con el objetivo de compartir historias y experiencias.

Son territorios donde se negocia la identidad, se reproducen mitos y símbolos y donde el individuo se re-territorializa (Monteiro, 2009). En sus blogs, los individuos se identifican, postean páginas de interés, ponen sus informaciones, gustos y preferencias y, en sus textos, identifican quienes son (su "yo"), formando redes con otros blogueros y/o lectores. Al apropiarse de la red para expresar sus opiniones y sus sentimientos se tornan en un actor social y son así vistos por los otros. Internet ofrece la aparición de nuevos actores y movimientos sociales (globales), exagera nuestro sentido de pertenencia al impulsar los intercambios de conocimiento.

É a cidadania sem cidades. É desterritorializado. A ação se dá localmente, mas a conexão é global. É o link do amigo, do vizinho. É a dica. É o negócio entre duas empresas de 2 continentes diferentes. É a ajuda que teu primo te dá desde Madri por email. É a discussão que circula na lista pra visitar tal exposição, e o link pra exposição, que imprimem e colocam no mural da creche. Tudo isso é link. É a matéria que um blogueiro comenta e que te faz pensar. É a descoberta valiosa do desempregado que vai a um infocentro e se cadastra em um programa de governo que lhe dará um emprego. E foi o vizinho que disse. Deu a dica, o link. (Estavriz, 2004:81)³

Mientras se habla de la velocidad o incluso instantaneidad de la red, los blogs sirven como ambientes o lugares para una discusión sobre el pasado, para una reflexión más larga, como un repositorio de la memoria colectiva (*online* y *offline*). Los blogs (re)crean virtualmente "espacios existenciales" (Elhajji, 2011), donde la comunidad puede reconocerse a sí misma y los individuos pueden relacionarse incluso en la ausencia física del territorio. La fragmentación de la identidad hace que el individuo viva en una realidad diferente, sin barreras espaciales, temporales y geográficas (tan) significativas (Hall, 2001). Y, al mismo tiempo, busca personas con las que pueda compartir intereses comunes, una identidad cercana, una manera de relacionarse socialmente (Tsavkko Garcia, forthcoming).

Las redes eliminan distancias y crean un mundo virtual y real al mismo tiempo (Levy, 2009), amplifican la realidad en un proceso de simultaneidad y virtualización donde se unen los espacios físico y digital, convertidos en uno. Virilio (1997, 1999) considera que factores como la inmediatez, la instantaneidad y la interactividad reducen las dimensiones del mundo a casi nada. Gracias a la evolución de las tecnologías de la comunicación instantánea que tienden a llevarnos a un mundo marcado por el vector velocidad, hoy en día se puede estar en varios lugares, presenciar diferentes experiencias al mismo tiempo y mantener contacto con miles de personas como si estuvieran en casa. Lemos (2002) corrobora la opinión de Virilio de inmediatez e instantaneidad al afirmar que las nuevas tecnologías digitales nos permiten escapar del tiempo lineal y del espacio geográfico.

Por tanto, somos transportados para una realidad basada en telepresencia y en la realidad instantánea (no fuera del tiempo) donde tenemos control virtual sobre el espacio y el tiempo. Las redes se forman a través de los enlaces o links, de la interacción entre los actores que forman lazos sociales y vínculos.

³ "Es la ciudadanía sin ciudades. Es desterritorializada. La acción tiene lugar a nivel local, pero la conexión es global. Es el enlace/link del amigo, del vecino. Es la pista. Es el negocio entre empresas de 2 continentes diferentes. Es la ayuda que le da su primo desde Madrid por correo electrónico. Es una discusión que circula en la lista para visitar una exposición, y el enlace/link para la exposición, que imprimen y ponen en la pared de la guardería. Todo esto es enlace/link. Es la noticia que un blogger comenta y que te hace pensar. Es el valioso descubrimiento de la persona desempleada que va a un centro de información e se inscribe en un programa del gobierno que le dará un trabajo. Y le dijo el vecino. [Que le ha dado] la pista, el enlace/link". Traducción de Raphael Tsavkko Garcia.

Esta interacción no se basa sólo en enlaces, también en comentarios en otros blogs o en su propio blog, en conversaciones que se derraman hacia comunidades como Facebook y las conversaciones a través de correo electrónico.

Levy (2003a, 2003b) describe la llegada de la imprenta como base de la formación de la nación pues, entre otros, marca el límite entre aquellos que pueden entender lo que estaba impreso (lengua) y los que se puede definir como "otros". Anderson (2005) está de acuerdo con Levy (2003a, 2003b) y le da a la prensa el papel de formar la idea de nación por acercarnos, por crear la idea de nosotros (no sólo por la lengua que todos entendemos, también por acercar las historias y las personas de un vasto territorio).

Los vínculos creados por el lenguaje y los signos descritos por ella, entre otras cosas, generan el sentimiento nacional, la idea de comunidad imaginada (Anderson, 2005). Y en Internet este sentimiento de pertenencia puede ser ampliado. Aun consciente de que el sentimiento de pertenencia de un grupo a un colectivo se produce cuando éste se reconoce y es reconocido como una comunidad, entendemos que Internet promueve un "tiempo compartido": permite una aproximación de los actos y actores que no tiene porqué ser necesariamente ligado por lazos étnicos, culturales y nacionales (Anderson, 2005). Los ambientes cultivados en las redes sociales conectadas expresan la creación de vínculos entre los individuos que no siempre están conectados *a o por* un mismo territorio.

3. INTERNET COMO ESPACIO: EL PAÍS DIGITAL

3.1 La identidad vasca fuera del País Vasco

El trabajo de campo realizado en la Tesis Doctoral (Díaz, 2015, forthcoming) basado en la etnografía digital realizada en un grupo de Facebook privado de jóvenes que viven en el extranjero (al cual denominaré "Grupo Erasmus"), ha demostrado que la identidad vasca se siente y se vive de maneras muy diferentes fuera del País Vasco. Aunque en el extranjero en algunos casos los referentes identitarios se refuerzan y en otros se diluyen (Ward, 2008), en cualquier caso, todos los jóvenes que tomaron parte en la investigación coinciden en sentir una perspectiva más madura en lo que a la identidad vasca se refiere. Una de las jóvenes explica este proceso de la siguiente manera:

Desde el pueblo todo se ve diferente (...) conoces gente diferente, con diferentes puntos de vista que te hace plantearte lo que tu pensabas. Y empiezas a ver las cosas desde otra perspectiva, más amplia, creo yo. Y ya no importa tanto de dónde eres, si no quién eres Erasmus3, 2012

El estar fuera del País Vasco otorga una distancia hacia la identidad vasca que permite a los jóvenes entender esta identidad de una manera "*más amplia*". En algunos casos esta identidad se ve reforzaba y en otros, sin embargo, se diluye con otras identidades (nacionales). Una vez más, el contexto juega un papel vital en la construcción de la identidad ya que dependiendo del país de destino y del conocimiento que respecto al País Vasco su ciudadanía tenga, la presentación que de su identidad el ciudadano vasco haga variará. Un miembro del grupo "Erasmus" explica que "*Yo me siento vasco, nunca digo 'español'. Pero claro, a veces estando aquí (fuera del País Vasco) hay que decir 'spanish'*" (Erasmus4, 2012).

La identificación y el (auto) etiquetaje (Goffman, 1993, 2006) cobran especial relevancia ya que aunque una persona se sienta vasca, por diferentes motivos, hay veces en los que en sociedad se presenta como española. ¿Por qué motivo? ¿Qué es lo que lleva a una persona a compartir una identidad nacional que no considera suya? La compleja realidad administrativa del País Vasco. Tal y como una joven explica, hay veces en los que en lugar de dar una explicación profunda y minuciosa de la situación del País Vasco, por la complejidad de la misma, prefiere aparentar otra identidad nacional:

No tengo ganas, no... ¡Si a cada persona le tengo que explicar de dónde soy! Hay gente que va a saco y con esas personas pierdes el tiempo (...) ¡Jo! Cuántas veces he dicho "*¿Yo? De Islandia*" ¡Mucho más fácil! "*¿De dónde? Islandia ¿Ab? ¡Ab! ¡Ala toma!*".

(Risas)

"*¿Qué sabes sobre Islandia? ¡No conoces ni el idioma, listo!*" Es que ya estoy hasta la coronilla (...) Entonces dices "Soy de Islandia". Así que mira, soy de Islandia y listo".

Nahia, 2011

Además de la condición contextual de la identidad, la condición reflexiva emerge en este testimonio: la joven por medio del humor entiende, razona y explica el motivo por el cual comparte una nacionalidad que no siente. Sin embargo, en otros casos, y una vez más dependiendo del contexto y del país de origen, algunas jóvenes sienten que *“Desde que estoy aquí (fuera del País Vasco), me siento más orgullosa de mi tierra, de mi cultura y de mis tradiciones”* (Eramus5, 2012). No es de extrañar que este testimonio venga de una joven que durante la beca tuvo la oportunidad de convivir con ciudadanos saharauis: personas que al igual que ella carecen de un estado que ampare su identidad nacional y que por tanto comparten su sentimiento.

Bien al reforzar la identidad nacional o bien al diluirla, en ambos casos, los referentes identitarios son los que dan cuenta del cambio de sentimiento. Por ejemplo, fuera del País Vasco un elemento tan primordial para la construcción de la identidad vasca como es el euskera adquiere dimensiones muy distintas. Itsaso (una joven entrevistada) explica que aunque en Bilbao rara vez habla ese idioma con sus amigas, mientras estuvo fuera del País Vasco sí que hablaba en euskera con las mismas amigas por medio de Facebook: *“Jo, pues igual allí (fuera del País Vasco) hablando en euskera con una amiga que está aquí (en el País Vasco) y luego aquí nunca hablamos, pero estando fuera...”* (Itsaso, 2012).

Para esta joven Facebook es una herramienta que permite tener cerca a sus amigas aunque se encuentre lejos de ellas: por medio de este canal puede mantener y construir su identidad vasca, en este caso, hablando en euskera. Es más, el hablar en euskera no solo acerca a algunos jóvenes al País Vasco, también les hace sentir que están *abí*, en casa. Por un momento los límites geográficos no son tan importantes como los límites culturales y el sentimiento de pertenencia que desarrollan hace que estos jóvenes vuelvan a sentirse parte de una comunidad sin importar el lugar en el que se encuentran.

Por lo tanto, fuera del País Vasco Internet, y en este caso la red social online Facebook, juegan un papel vital en la construcción de la identidad vasca. Dando un paso en la propuesta teórica, hasta el momento solo se han diferenciado dos planos: el País Vasco y fuera del País Vasco. Sin embargo, gracias a los testimonios de los jóvenes del grupo “Erasmus” puede afirmarse que esta segunda dimensión no es del todo homogénea ya que dependiendo del país de destino la construcción de la identidad vasca que se hace por medio de Facebook varía. Por lo tanto, atendiendo a esta última opción, a la hora de hablar del extranjero en lugar de hacerlo en singular hay que hacerlo en plural.

3.2 La construcción de la identidad vasca por medio de Facebook en “Los Extranjeros”

Cuando la ciudadanía atraviesa los límites nacionales y su identidad nacional traspasa fronteras (Smith, 2000), tal y como se ha explicado anteriormente, dicha identidad nacional en algunas ocasiones se refuerza y en otras se diluye. Ante estos cambios, diferentes plataformas de Internet se convierten en herramientas que dan estabilidad al ciudadano migrante que al igual que Nahia viaja por todo el mundo. Haciendo un juego de palabras con un dicho popular vasco, esta joven explica que *“En lugar de ‘andando por el mundo con la boina en la cabeza’, en mi caso, es ‘andando por el mundo con Facebook en el bolsillo’”* (Nahia, 2012).

En algunos países, sin embargo, no está permitido el uso de Facebook, con lo que queda constatado que la realidad institucional y administrativa del país de destino juegan un papel un vital en el proceso de adaptación (Kim, 1997, 2001, 2006). Es por este tipo de diversas influencias estructurales que es necesario hablar de “los extranjeros” en lugar de “el extranjero”: dependiendo del país de destino, de su cultura y de la política institucional el uso de Facebook y el modo de construir la identidad vasca variará. Una joven que por motivos laborales tuvo que trasladarse de Helsinki a China explica cómo el contexto (en este caso en forma de políticas institucionales) influye en su uso de Facebook:

“Y ahora en China...

Pues me gustaría usarlo más.

¿Pero hay censura, verdad?

Sí, eso es. (...) En Helsinki utilizar Facebook era una cosa más... era algo incluido en el día a día. (...) Ahora es un lujo”.

Conectarse a Facebook es un lujo: hablar con sus amigas, saber de sus vidas, sentirse en su país y construir la identidad vasca es un lujo. Al fin y al cabo, tal y como Nahia explica *“La estabilidad te lo da aquello que es conocido”* (Nahia, 2012) y éste es uno de los únicos espacios que estos jóvenes conocen fuera del País Vasco y en países con políticas y culturas tan diferentes: Facebook, los amigos de Facebook y las relaciones de la vida cotidiana de Facebook. A través de esta herramienta los jóvenes construyen su identidad, en este caso su identidad nacional, mediante fotos, videos, textos o adscribiéndose a grupos. Por lo tanto, aunque se encuentren fuera del País Vasco y estén en un nuevo país donde el día a día es totalmente diferente, estos jóvenes pueden seguir con gran parte de su vida: compartiendo en su muro noticias de periódicos, colgando videos de Youtube o comentando fotos de sus amigos pueden reproducir en un contexto ajeno una cotidianidad conocida por ellos.

Por la ausencia de las relaciones cara a cara y para poder llenar ese vacío social, los jóvenes que se encuentran fuera del País Vasco durante sus primeros días de estancia se conectan más a menudo a Facebook. Tanto, que en ocasiones olvidan y no son capaces de decir exactamente durante cuánto tiempo han usado esta red social online (Sandel, 2014). Sin embargo, a medida que pasan los días estos jóvenes se encuentran con un problema: la diferencia horaria que entre ambos países hay. Estos jóvenes viven con un desfase horario respecto a sus amigos que hace que no puedan seguir el ritmo social del País Vasco. Una vez más, cabe subrayar la idea de “los extranjeros” ya que dependiendo de la lejanía esta diferencia horaria y la consiguiente distancia social aumentará.

En el caso de Nahia, al conectarse a Facebook desde China no encontraba ninguna amiga para chatear y por ese motivo decidió comunicarse por medio de fotos o contenidos: *“me comunico con contenidos. (...) por la diferencia horaria solo utilizo el chat con las amigas de China e India”* (Nahia 2012).

Si bien anteriormente se ha explicado que mediante el euskera los jóvenes se sentían en casa, ahora se puede observar cómo por medio de los contenidos que en Facebook se publican estos jóvenes crean su propio hogar. Mediante diferentes elementos simbólicos hacen de Facebook un espacio habitable, un espacio que supera los límites geográficos y donde el territorio lo trazan los límites culturales y simbólicos. Tal y como Julen (uno de los jóvenes entrevistados) explica, Facebook se convierte en un espacio que refleja su andadura por el mundo y su proceso respecto al uso de Facebook y a la construcción de la identidad vasca: *“Abí (en Facebook) se reflejan los cambios de mi contenido, mis cambios personales y los cambios respecto al País Vasco (...) al cambiar mi manera de pensar, mis prácticas respecto al País Vasco y Facebook han cambiado”* (Julen, 2012).

De este modo, Facebook es más que una herramienta mediante la cual los jóvenes construyen identidad vasca: Facebook también es un espacio que la ciudadanía vasca habita. Un espacio que se sitúa entre lo *local* y lo *global* (Sassen, 2006, 2008).

3.3 El territorio de la comunidad en el hiperespacio

Partiendo de la base de que Internet traza un hiperespacio (Gómez, 2002) donde los espacios offline y online convergen, la noción de un territorio no limitado tan solo geográficamente se hace más comprensible: Internet crea un tercer espacio donde las relaciones (sociales e institucionales) cara a cara y las mediadas por ordenador confluyen y se influyen mutuamente. Esta idea de un territorio donde los lugares geográficos y los espacios de Internet cohabitan se ha podido constatar durante la investigación llevada a cabo: los jóvenes explicaron que Facebook es para ellos un espacio que además de *acercarles* a también les hacía *sentir en* el País Vasco.

En primer lugar, el uso constante de Facebook hace que las experiencias dentro y fuera del País Vasco sean similares y que, por tanto, la distancia entre dos lugares geográficos no sea tan perceptible (Sandel, 2014). Esta joven del grupo “Erasmus” explica que *“Cuando volví a mi pueblo no parecía que había estado un año en China. No me parecía que había estado en China, era muy raro”* (Erasmus3, 2012). El tiempo y el espacio adquieren otra dimensión cuando dentro y fuera de un país se reproduce casi la misma cotidianidad. Gracias a la auto-etnografía realizada pude comprobar en primera persona que las relaciones mediadas por ordenador desde fuera del País Vasco pueden llegar a suponer el sentirse en casa. En el año 2012 casi al finalizar una estancia de investigación anoté lo siguiente en mi diario/cuaderno de campo:

Antes hacías un viaje, volvías a casa y contabas tus vivencias. Hoy en día, por el uso de Facebook y Skype no voy a tener nada que contarle a Uxoia cuando vuelva a casa. Emails, Skype... es como si ella estuviera aquí, es como si yo estuviera allí. En este caso no hay diferencia entre aquí y allí.

Díaz, 2012.

El hecho casi anecdótico de no tener nada que contarle a mi compañera hizo que entrevistara la convergencia de diferentes lugares geográficos en Internet. El *aquí* y el *allí*, el *dentro* y *fuera* no es solo que en lugar de diferenciarse por kilómetros se diferencien por relaciones sociales (Allen, 2011), ahora se puede afirmar que esas posiciones se desdibujan y se encuentran a través de Internet en un tercer espacio o territorio. Las relaciones *en* Facebook supusieron que tanto los jóvenes que tomaron parte en la investigación como yo mismo desdibujáramos las fronteras de los países. El seguir con el ejercicio autoetnográfico me ayudó a entender los testimonios de los jóvenes entrevistados y a comprender que al conectarme a Facebook desde cualquier lugar del mundo accedo a un espacio donde mi comunidad habita.

La comunidad se limita por el sentimiento de pertenencia que sus miembros tejen a través de la negociación de diversos referentes identitarios (Anderson, 1993) y el hiperespacio, donde los lugares geográficos y los espacios online de Internet convergen, otorga a las comunidades étnicas un nuevo territorio que habitar y donde construir identidad nacional. Los jóvenes que han tomado parte en la investigación han constatado que construyen la identidad vasca por medio de Facebook bien desde el País Vasco y bien desde fuera del País Vasco; es más, han explicado que dependiendo del país de destino esta construcción varía.

Esta construcción de la identidad ha supuesto que la comunidad vasca, además de habitar un lugar geográfico, también habite un espacio no geográfico como es el caso de Facebook. Por lo tanto ¿Qué territorio limita la construcción online (o no adscrita a un lugar geográfico) de la identidad nacional? ¿Qué territorio dibuja la suma de la convergencia de ambas dimensiones?

3.4 Un país digital

El propio Castells al analizar la importancia de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las revueltas mundiales de los últimos años dibuja un tercer espacio donde los espacios offline y online cohabitan: *“Construyó una nueva forma de espacio, una mezcla de espacio de lugares, en un territorio determinado y espacio de flujos de Internet”* (2012: 168). Al converger el lugar offline y el espacio online *“Este híbrido de ciberespacio y espacio urbano constituye un tercer espacio que yo llamo espacio de autonomía”* (2012: 213).

El trabajo, ahora, es empezar a trazar los límites territoriales de este tercer espacio en el caso de la identidad nacional. Para ello, Kamio en una comunicación personal en el año 2012 habló de una “nación digital” donde las comunidades online y offline convergen. Siguiendo su propuesta y teniendo en cuenta además de a las naciones a los estados, aquí se trabajará la idea de *país digital*. Tal y como los jóvenes que han tomado parte en la investigación han explicado, aunque estuvieran en otro país ellos sentían que estaban en el País Vasco por el hecho de compartir diversos referentes identitarios en Facebook. Sin estar físicamente en el mismo país o lugar geográfico, los jóvenes del grupo “Erasmus” localizados a lo largo y ancho del mundo compartían un mismo espacio online. Por ello, en la era de Internet a la hora de trazar los límites de un país hay que hacerlo en tres dimensiones: el lugar geográfico del *mapa*, el espacio online de la *nube* de Internet y el tercer *territorio* que la convergencia de ambos crea.

En primer lugar, el *mapa* hace referencia a la realidad administrativa (social, política, económica o cultural) de un país, la cual dentro de unos límites geográficos influye en la construcción de la identidad nacional. Tal y como han explicado los propios jóvenes, dependiendo del lugar desde el cual se conectan a Facebook la construcción de la identidad nacional varía. Por este motivo se ha establecido el eje de dentro y fuera del País Vasco siempre teniendo en cuenta “los múltiples extranjeros”.

En segundo lugar, la *nube* hace referencia a la construcción online de la identidad nacional y al espacio no geográfico que estas relaciones habitan. Este es un espacio que aunque condicionado por un lugar geográfico (ya que dependiendo del país desde el cual se realiza la conexión las relaciones en este espacio varían), sus fronteras no son geográficas, más bien son simbólicas y culturales.

Por lo tanto, la identidad nacional se construye desde un lugar geográfico y en un espacio online: unas relaciones se ven limitadas en un *mapa* y otras relaciones se encuentran en la *nube*. Es más, ambas construcciones de la identidad y ambas dimensiones no se dan de manera aislada, sino que al converger se influyen mutuamente. Es aquí, al unir ambas realidades (la geográfica-administrativa y la simbólica-cultural) cuando emerge la idea de un país digital: al poder construirse la identidad nacional fuera de los límites geográficos de un país, cabe pensar que éste en un plano social y sociológico se expande.

El problema teórico radica en que la construcción de la identidad fuera de un país se hace desde otro país pero sin ocupar ningún lugar geográfico. La lógica de la frontera pasa de una geografía al plano simbólico y es por ello que para englobar ambas realidades y explicar la tercera dimensión es necesario la noción de *territorio* (Sassen, 2000, 2006, 2008). Para Haesbaert (2002), el territorio no es sólo algo físico, también comprende una dimensión política y sobre todo cultural. Según Appadurai (1990) y Haesbaert (2004), toda desterritorialización crea nuevas formas de reterritorialización y en Internet podemos ver una manifestación de este fenómeno.

El país digital, por tanto, está conformado por un territorio en el que las influencias geográficas del mapa y la construcción online de la identidad nacional conviven. Es ésta una tercera dimensión situada entre la nube y el mapa donde ambas realidades habitan y se influyen mutuamente. La realidad administrativa de un país influye en la construcción online de una identidad nacional y el resultado de esta relación se enmarca en una tercera dimensión que no es ni el lugar offline ni el espacio online: la construcción de la identidad offline y online se enmarca en el territorio del país digital.

Dicho de otro modo, las relaciones sociotecnológicas (Miller 2011) actuales se dan en una tercera dimensión situada entre el lugar geográfico y el espacio online. Esta dimensión es fruto de la convergencia de ambas y traza un territorio constituido por los límites administrativos-geográficos y los límites simbólicos-culturales de un país y de la construcción de su identidad nacional. Esta dimensión, por tanto, supone que el país en cuanto a sus límites territoriales se refiere se expanda. No abarca más tierra de lo que hasta ahora tenía, ya que eso compete a la dimensión del *mapa*, más bien, al igual que las realidades aumentadas dibuja y traza otra dimensión. Tal y como Julen explica: “*Yo estoy aquí y lo que estoy viviendo ahora está pasando aquí, entre Facebook y Australia*” (2012).

En este territorio del país digital, por lo tanto, convergen las influencias estructurales a modo de políticas que diferentes naciones o estados llevan a cabo, las posibilidades y limitaciones que en las diferentes plataformas de Internet (en este caso, en Facebook) la ciudadanía tiene y las relaciones sociales de la vida cotidiana de los lugares offline (ya sean dentro o fuera del mismo país) y los espacios online.

4. CONCLUSIONES

Internet, blogs y redes sociales online suponen un nuevo espacio en el que las sociedades se encuentran. En este espacio tal y como el segundo punto y la investigación realizada sobre los blogs (Tsavko, 2012, 2014) ha demostrado, por un lado, se acortan las distancias geográficas entre el País Vasco y su diáspora. Cuando hablamos, por ejemplo, de miembros de una diáspora, como la vasca, hablamos de un espacio donde los diferentes individuos pueden encontrarse a fin de mantener su identidad, a fin de compartir un espacio en un proceso instantáneo y libre.

Internet se configura como un ambiente o lugar donde compartimos y nos re-significamos como individuos, un espacio o ciberespacio y un lugar donde relaciones sociales ocurren y se forman lazos sociales. Existe una clara cibercultura, entendida como la acción social en el ciberespacio, es decir, hay una resignificación del ciberespacio, resultado de la acción de los individuos, que forma una cibercultura específica, una “comunidad de sentimiento” (Appadurai, 1998:8).

Los blogs (Tsavkko Garcia, 2014), el Facebook (Oiarzabal, 2013; Díaz, 2013), y otras herramientas sociales en internet se suman a organizaciones offline como, por ejemplo, las Euskal Etxeak, o casas vascas, organizaciones o clubes que sirven como el centro neurálgico de una parte significativa de la diáspora vasca desde hace, en algunos casos, más de cien años. Por un lado fortalece los vínculos entre individuos y por otro promueve su politización (Tsavkko, 2014).

Uno de los cambios provocados por Internet es el cambio en el concepto de localización geográfica (Recuero, 2009: 135-141), la expansión de las interacciones sociales por nuevas vías lleva a una pulverización del concepto de espacio/tiempo y una inmediatez que no se había visto antes. El concepto de lugar cambia y la "ubicación geográfica" adquiere nuevo sentido mientras las personas buscan nuevas formas de conectarse y encontrar espacios para la interacción social. Debemos, sin embargo, entender que, si bien la noción de espacio o ubicación geográfica cambie, la comunidad vasca no abandona su referencia territorial histórica, pero amplía para abarcar los individuos de la diáspora y/o desplazadas y agrega a todos en comunidades online.

Sin embargo, la idea de "ubicación" geográfica en la investigación de Díaz (2015) adquiere una importancia vital al haber constatado que la juventud construye la identidad vasca dependiendo del lugar desde el cual se conecta. La realidad administrativa de los ciudadanos de esta nación sin estado influye en el día a día la juventud y, por ello, siguiendo a Dutton (2009) con su propuesta del "fifth state", la sociedad y en este caso la juventud vasca ha encontrado en Facebook un espacio privilegiado para la construcción de la identidad nacional (Díaz, 2015). Un espacio privilegiado por poder mantener relaciones sociales que cara a cara no puede mantener, pero no libre, ya que entre las muchas limitaciones que la ciudadanía vasca tiene en Facebook está el no poder registrarse como ciudadano vasco.

Ambas influencias estructurales, las offline y online, crean una tercera realidad: la dimensión del territorio de un país digital. Por un lado está la construcción de la identidad vasca offline (la cara a cara con influencias administrativas que varían dependiendo del lugar en el que se encuentre), por otro lado está la construcción online de la identidad (con las diversas limitaciones y oportunidades que cada plataforma de Internet dispone) y ambas construcciones al no darse aisladas las unas de las otras, conforman un tercer espacio donde la construcción offline y online de la identidad vasca cohabitan.

Por ello, si bien los límites geográficos de este país no se expanden, los límites territoriales para la construcción social (condicionada institucionalmente) de la identidad vasca sí que se expanden: la convergencia de las dimensiones offline y online crean una tercera realidad fruto de las influencias mutuas de ambas. Por todo ello, durante el tercer punto y en la investigación realizada sobre Facebook (Díaz, 2015) se ha concluido que con la emergencia de Internet los lugares geográficos (como diáspora o País Vasco) convergen con los espacios online formando un territorio que se ha denominado "país digital".

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allen, J. (2011). Topological Twists Power's Shifting Geographies. *Dialogues in Human Geography*, 1 (3), 283–298.
- Anderson, B. (1983/1993). *Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Mexico: Fondo de cultura económica.
- Anderson, B. (2005). *Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a expansão do nacionalismo*. Editora 70.
- Angulo Morales, A. (2002). *Las migraciones vascas en perspectiva histórica (s. XVI-XX)*. Bilbao: EPV/EHU.
- Appadurai, A. (1990). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy En M. Featherstone (Ed.) *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*. London: Sage.
- Appadurai, A. (1997). Soberania sem Territorialidade. *Revista Novos Estudos CEBRAP*, 49.
- Appadurai, A. (1998). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis/London: University of South Minnesota Press.
- Billig, M. (1995). *Banal Nationalism*. London: Sage Publications.
- Cohen, R. (1997). *Global Diasporas: an Introduction*. London: UCL Press and Seattle: University of Washington Press
- Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Madrid: Alianza.
- Díaz, K. (2013). *Facebook sakelan eta ibili munduan. Euskal identitate eta komunitatearen eraikuntza atzerrietan Facebooken (bidez)*. Euskosare.
- Díaz, K. (2015). FaceGUK: euskal identitatearen eraikuntza soziala etnografia digitaletik aztertua. *Ux̣taro*, 92, 107-108.

- Díaz, K. (forthcoming). *FaceGUK: euskal identitatearen eraikuntza soziala etnografia digitaletik aztertua*. Vitoria: Servicio editorial del Gobierno Vasco.
- Dutton, W. (2009). The fifth Estate emerging through the network of networks. *Prometheus*, 27 (1), 1-15.
- EllHajji, M. (2011). *Migrações, TICs e comunidades transnacionais: o devir diaspórico na era global*. Ponencia presentada en XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom).
- Estavriz, M. (2004). Linkania e Religare. En Leão, Lucia (org). *Derivas: cartografias do ciberespaço*. São Paulo: Annablume
- Gautam, M. K. (2013). *Indian Diaspora: Ethnicity and Diasporic Identity*. Italia: European University Institute - Robert Schuman Centre for Advanced Studies.
- Goffman, E. (1975). *A representação do Eu na Vida Cotidiana*. Petrópolis: Ed. Vozes.
- Goffman, E. (1959/1993). *La presentación de la persona en su vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Goffman, E. (1974/2006). *Frame analysis. Los marcos de la experiencia*. Madrid: CIS.
- Gómez, E. (2002). *Espacio, Ciberespacio e Hiperespacio: Nuevas configuraciones para leer la Comunicación Mediada por Computadora*. Archivo del Observatorio para la CiberSociedad. Retrieved from: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=19>
- Gordo, A., Megías, I. (2006). *Jóvenes y cultura Messenger*. Madrid: INJUVE/FAD
- Haesbaert, R. (2002). *Territórios alternativos*. Contexto.
- Haesbaert, R. (2004). *O Mito da Desterritorialização*. Bertrand Brasil.
- Hall, S. (2001). *A Identidade Cultural na Pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A
- Hall, S., Sovik, L., Resende, A. L. G. (2003). *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Brasília: DF Unesco UFMG.
- Kim, Y. Y. (1977). Communication patterns of foreign immigrants in the process of acculturation. *Human Communication Research*, 4, 466-477.
- Kim, Y. Y. (2001). *Becoming intercultural: An integrative theory of communication and cross-cultural adaptation*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kim, Y. Y. (2006). From ethnic to interethnic: The case for identity adaptation and transformation. *Journal of Language and Social Psychology*, 25(3), 283-300.
- Lemos, A. (2002). *Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea*. Porto Alegre: Sulina.
- Levy, P. (2003a). *A Inteligência Coletiva: Por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola.
- Levy, P. (2003b). *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.
- Levy, P. (2009). *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 32.
- Miller, D. (2011). *Tales from Facebook*. United Kingdom: Polity Press.
- Monteiro, A.J.J. (2009). Identidades, memórias e perspectivas do movimento de educação escolar indígena. En Aguiar, M. A. da S. (org). *Educação e Diversidade*. Recife: UFPE.
- Oiarzabal, P. J. (2013). *The Basque Diaspora Webscape: Identity, Nation and Homeland, 1990s-210s*. Reno: Center for Basque Studies
- Oiarzabal, P. J. y Molina, F. (2009). Basque-Atlantic shores: ethnicity, the nation-state and the diaspora in Europe and America (1808-98). *Ethnic and Racial Studies*, 32:4
- Ortiz, R. (1999). *Um outro Território. Ensaios sobre a Mundialização*. São Paulo: Olho D'Água.
- Ortiz, R. (2004) *Mundialização e Cultura*. São Paulo. Brasiliense.
- Recuero, R. (2009) *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Renan, E. (2007). *¿Que és una Nación?* Madrid: Sequitur.
- Safran, W. (1991). Diasporas in modern societies: myths of homeland and return. *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, 1(1), 83-99.
- Sandel, T. (2014). "Oh, I'm Here!": Social media's impact on the cross-cultural adaptation of students studying abroad. *Journal of Intercultural Communication Research*, 43(1), 1-29.
- Sassen, S. (2000). Territory and Territoriality in the Global Economy. *International Sociology*, 15 (2), 372-93.
- Sassen, S. (2006). *Territory, Authority, Rights: From Medieval to Global Assemblages*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Sassen, S. (2008). Neither Global nor National: Novel Assemblages of Territory, Authority, and Rights. *Ethics and Global Politics*, 1 (1-2), 61-79. Doi: 0.3402/egp.v1i1.1814

- Sørensen, N. N. (1995). Roots, Routes, and Transnational Attractions: Dominican Migration, Gender, and Cultural Change. En Wilson, F. y Folke Frederiksen, B. (eds). *Ethnicity, Gender, and the Subversion of Nationalism*. London:Frank Cass.
- Smith, A. D. (1991). *National identity*. University of Nevada Press.
- Smith, M. P. (2000). *Transnational Urbanism: Locating Globalization*. Malden: Blackwells.
- Tápiz, J. M. (2002). La actividad política de los emigrantes, el caso vasco (1903-1936). En Álvarez Gila, Ó., & Angulo Morales, A. *Las migraciones vascas en perspectiva histórica: Siglos XVI-XX*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Tölölyan, K. (1991). The Nation-State and Its Others: In Lieu of a Preface. *Diaspora*, 1, 1
- Toticagüeña, G. (2004). *Identity, Culture and Politics in the Basque Diaspora*. Reno: University of Nevada Press.
- Tsavkko Garcia, R. (2012). Vínculos comunicacionais e sentimento nacional: Nação tradicional e internet. En Menezes, J. E. O. y Cardoso, M. (eds). *Comunicação e cultura do ovir*. São Paulo: Plêiade.
- Tsavkko Garcia, R. (2014). Comunidades online e blogosfera: Questões sobre identidade e nação basca. *Prisma.com*, 24
- Tsavkko Garcia, R. (forthcoming). Communication linkages and national sentiment, from the traditional nation to the internet. *Communication Studies Journal*, 18 (Special Issue).
- Vertovec, S. (1999). Conceiving and researching transnationalism. *Ethnic and racial studies*, 22, 2
- Virilio, P. (1997). *Velocidade e Política*. Ed. Estação Liberdade
- Virilio, P. (1999). *A Bomba Informática*. Ed. Estação Liberdade
- Ward, C. (2008). Thinking outside the Berry boxes: New perspectives on identity, acculturation and intercultural relations. *International journal of Intercultural Relations*, 32, 105-114.
- Zulaika, J., Douglass, W. A. (1996). *Terror and taboo: The follies, fables, and faces of terrorism*. Psychology Press.