



## COMUNICACIÓN DIGITAL Y SUBJETIVIDAD POLÍTICA ENTRE MIGRANTES MEXICANOS EN ESTADOS UNIDOS

Dorismilda Flores Márquez<sup>1</sup> y Lidia Aurora Almanza Orozco<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidad de la Salle Bajío, A. C.. dorixfm@gmail.com

Esta ponencia presenta resultados preliminares de una investigación sobre las prácticas de comunicación digital y la participación política entre migrantes mexicanos en Estados Unidos, como una contribución al estudio del espacio público y sus reconfiguraciones en la era global. Estudios previos señalan que los medios digitales por sí mismos no determinan la participación, sino que la facilitan entre los ciudadanos comprometidos. En ese sentido, contribuyen a la emergencia de nuevos tipos de actores políticos. El caso mexicano es relevante, en tanto que México es el segundo país con mayor cantidad de emigrantes: más de 12 millones de mexicanos viven fuera del país y 98% de ellos se concentran en Estados Unidos.

Se trata de un estudio etnográfico, que articula etnografía digital y etnografías de la participación. La recopilación de datos se realiza mediante entrevistas semi-estructuradas con migrantes mexicanos que viven en Estados Unidos, realizadas principalmente en línea, así como la revisión de publicaciones de grupos de mexicanos en Estados Unidos, en Facebook, Twitter e Instagram. Los resultados preliminares confirman la relevancia de los medios digitales y su relación con la subjetividad política. Se identifican dos lógicas básicas de prácticas de comunicación digital que son importantes para los migrantes: el contacto con sus seres queridos y las prácticas informativas, desde el consumo hasta la producción y difusión de información. La expresión pública en internet se relaciona con tres elementos: el contexto, la comparación entre el país de origen y de residencia, así como la cultura política. La subjetividad política de los migrantes se transforma en función del sentido de estar lejos en términos territoriales, pero estar cerca en cuanto al interés por los asuntos públicos de México y la sensación de cercanía que tienen a través de los medios digitales.