

LA EXPERIENCIA DE LO NACIONAL EN DISCURSOS DE ESTUDIANTES DE INTERCAMBIO ENTRE ALEMANIA Y ARGENTINA

*The Experience of Nationhood in Discourses of Exchange Students
Between Germany and Argentina*

Edith Lupprich

Resumen

Edith Lupprich

Licenciada en Letras por la Universidad Nacional de Tucumán, Argentina. Actualmente se desempeña como becaria del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Integra el Proyecto de Investigación H508 del CIUNT “Comunidades lingüísticas e instituciones: abordajes y confluencias discursivas” (2014/2018), dirigido por la Dra. Elisa Cohen de Chervonagura. Sus intereses son los estereotipos y las identidades nacionales desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso y del Membership Categorization Analysis.

Correo electrónico: e.lupprich@hotmail.com

Para el presente análisis seleccionamos cuatro blogs escritos por estudiantes universitarios/as alemanes/as que vivieron un tiempo en la Argentina y tres artículos periodísticos que versan sobre el mismo tema. Buscamos conocer cómo se relatan las experiencias de los/as estudiantes, qué función desempeña “lo nacional” y de qué manera Alemania y la Argentina son representadas en esos discursos. Consideramos que la nacionalidad podría ser una categoría destacada que traza un límite entre “los argentinos” y “los alemanes”, aunque esto no necesariamente llevaría a sostener la superioridad de una de ambas naciones. Recurrimos a las estrategias discursivas de Reisigl y Wodak (2009), sobre todo a las estrategias de nominación y de predicación, que a la vez permiten tender un puente hacia el Membership Categorization Analysis (Schegloff, 2007; Hester y Eglin, 1997). Asimismo tenemos en cuenta cómo los discursos pueden construir, reproducir, transformar y hasta destruir las identidades nacionales (de Cillia, Reisigl y Wodak, 1999). Vemos que el concepto de “nación” efectivamente es una categoría relevante, pues encontramos gran cantidad de referencias a ambos países y a sus habitantes. De allí que señalamos cuatro maneras de cómo la dimensión nacional se manifiesta en los textos analizados.

Palabras clave: Discurso, Nación, Identidad Nacional, Intercambio estudiantil, Análisis Crítico del Discurso.

Abstract:

For this analysis we have selected four blogs written by German university students who spent a few months in Argentina and three journalistic articles on the same topic. Our aim is to discover how these experiences are described, which the role of the nationhood is and how Germany and Argentina are discursively represented. As hypothesis we consider that nationhood could be a category that separates “the Argentineans” from “the Germans”, even if this does not imply the superiority of one of them. As an analytical tool, we use Reisigl and Wodak's (2009) discursive strategies, especially the nomination and predication strategies, which can be connected to Membership Categorization Analysis (Schegloff, 2007; Hester and Eglin, 1997). We also take into account how discourses construct, reproduce, transform or even destroy national identities (de Cillia, Reisigl and Wodak, 1999). In fact, we see that nationhood is a relevant category, since we find a great amount of references to both countries and their inhabitants. Hence, we point out four ways of how nationhood emerges in the analyzed texts.

Key words: *Discourse, Nation, National Identity, Student exchange, Critical Discourse Analysis.*

Intercambio estudiantil, identidad nacional y comunicación online

Desde los años 90 del siglo pasado se han registrado importantes incrementos en los intercambios estudiantiles. Seguramente intervienen en ellos diferentes factores y hasta “imaginarios” (Härkönen y Dervin, en prensa), como ser las expectativas frente al mercado laboral, la curiosidad hacia otras culturas, el deseo de mejorar los conocimientos de una lengua extranjera, e incluso la presión de “tener que” agregar este tipo de experiencia al curriculum vitae.

Podemos decir que estas migraciones estudiantiles coinciden con los estilos de vida postmodernos de los que habla Bauman (2002), donde lo más importante es la movilidad, el no quedarse. En ese contexto, “la globalización tiene el efecto de combatir y de dislocar las identidades centradas y 'cerradas' de una cultura nacional. Tiene un efecto pluralizador sobre las identidades, crea una variedad de posibilidades y de nuevas posiciones de identificación y configura las identidades de modo más político, plural y diverso como también menos fijadas, uniformes y transhistóricas” (Hall, 2000: 217).¹

La cultura nacional, entonces, perdería importancia mientras surgen nuevas fuentes de identificación. Aquí precisamente nos interesa comprobar si esto es cierto o,

¹Todas las traducciones son nuestras.

mejor dicho, hasta qué punto este desapego hacia lo nacional se manifiesta en el discurso de un grupo con un alto grado de movilidad, como lo son los/as estudiantes universitarios/as europeos/as.

Pero, ¿qué entendemos por “identidad nacional”? Para Smith, se trata de “la reproducción y reinterpretación continua de un patrón de valores, símbolos, memorias, mitos y tradiciones que componen el patrimonio distintivo de las naciones y las identificaciones de los individuos con ese patrón y patrimonio y con sus elementos culturales” (Smith, 2001: 18). De Cillia, Reisigl y Wodak (1999) establecen la relación con el concepto de “habitus” de Bourdieu y ven la identidad nacional como una construcción discursiva en la que intervienen estrategias de construcción, de reproducción, de transformación o de destrucción. Karner (2011), por otro lado, muestra que la identidad nacional también puede ser una construcción pluralista e inclusiva, donde intervienen diferentes visiones y discursos, no siempre coincidentes entre sí.

Como señala Dolby (2004), en el caso de estudiantes estadounidenses en Australia, el aspecto nacional no necesariamente es parte consciente de la identidad antes del viaje, pero puede hacerse tangible por efecto del contacto con el “Otro”, cuando éste aporta a su construcción o la cuestiona en sus diferentes aspectos. De esta manera, el intercambio estudiantil funciona como un encuentro, no tanto con otras culturas, sino con la propia pertenencia nacional.

Dervin y Dirba (2008), por su parte, caracterizan a esos grupos de estudiantes como “extranjeros/as líquidos/as”, generalmente con pocos conocimientos de la lengua y cultura anfitriona, escasa participación en la vida local y propensos/as a mirar su entorno desde los estereotipos y el exotismo. Sin embargo, es posible que esto no se manifieste directamente en el discurso: en el estudio realizado por Tusting, Crawshaw y Callen (2002), los/as estudiantes británicos/as entrevistados/as evitan las generalizaciones culturales, vistas como comportamiento negativo. Su aparición suele ser motivada por la situación (p. ej. preguntas explícitas efectuadas por los/as investigadores/as) y frecuentemente acompañada por estrategias mitigadoras, el relato de experiencias personales, etc.

Frente a los relatos de viaje –que definitivamente no son un fenómeno reciente– y los diversos géneros periodísticos más o menos establecidos, los blogs² como soportes *online* apenas cuentan con unos veinte años de vida (Herring *et al.*, 2004). Al igual que las entradas cronológicas en diferentes redes sociales (especialmente Facebook, cfr. Lee, Kim y Kim, 2011), el estudio de los blogs es atractivo por la posibilidad de seguir de cerca el desarrollo de las estadias en el exterior desde la subjetividad de los/as estudiantes (ya que en su gran mayoría los blogs pueden caracterizarse como “diarios personales”, cfr. Herring *et al.*, 2004). Como señala Pitman (2013), la “cultura” es un aspecto destacado en los blogs de estudiantes de intercambio; en su análisis (enfocado en el rastreo de los procesos de aprendizaje de universitarios/as estadounidenses en el exterior) aparecen comparaciones entre el país anfitrión y el país de origen, el deseo de no sentirse como “turista”, pero también diversas expresiones estereotipadas, entre otros. El trabajo de Rulyova y Zagibalov (2012), a la vez, muestra que la así llamada “blogosfera” en general es un espacio propicio para estudiar la construcción de identidades nacionales propias y ajenas.

Centro de interés para el presente estudio son los/as estudiantes alemanes/as en Argentina y cómo relatan sus experiencias en diferentes espacios *online* de acceso público. En ese contexto, la nacionalidad podría ser una categoría destacada, empleada para caracterizar grupos sociales y dar sentido a determinados acontecimientos. La evaluación de Alemania y Argentina y sus respectivos/as habitantes, por su parte, podría ser relativamente equilibrada, sin ser excesivamente positiva o negativa respecto de uno de ambos países. Asimismo, creemos posible que haya pocas diferencias entre los textos publicados por los/as mismos/as estudiantes y los textos editados por terceros/as. Los objetivos de este análisis, entonces, serán detectar las referencias explícitas a Argentina y Alemania y a los/as habitantes de ambos países; determinar los atributos de esos grupos; distinguir las diferencias más relevantes entre blogs y artículos periodísticos, y señalar algunas funciones de las categorías nacionales en los textos.

²“Un blog [...] es un sitio web en el que uno o varios autores publican cronológicamente textos o artículos, apareciendo primero el más reciente, y donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. [...]” (<http://es.wikipedia.org/wiki/Blog>, consultado el 27 de marzo de 2015).

Consideraciones metodológicas

El corpus para este trabajo consiste en cuatro blogs escritos por estudiantes universitarios/as alemanes/as (dos hombres y dos mujeres) entre 2008 y 2011, dos artículos publicados en la revista *Unispiegel*³ en el mismo lapso y un artículo del semanario *Die Zeit*,⁴ sección “Studium”, del año 2012 (véase Anexo). Respecto de los blogs, sus autores/as realizaron una estadía de aproximadamente cinco meses en diferentes universidades argentinas. El criterio de selección fue que se tratara de páginas que tuvieran cierta cantidad de contenido escrito e informativo (ya que existen algunos blogs muy centrados en las fotografías o que se limitan al recuento de fiestas y salidas), y que sus autores/as tuvieran características similares, a fin de poder comparar las experiencias entre sí.⁵ Los blogs seleccionados, entonces, cuentan con entre 10 y 18 entradas y conforman un corpus de aproximadamente 31.000 palabras en alemán.

Esos escritos son contrastados con el material periodístico que gira alrededor de la misma experiencia: la de jóvenes que estudiaron por un tiempo en la Argentina. Cada uno de los artículos posee entre 700 y 1100 palabras. Al igual que los blogs, pueden accederse libremente por Internet. Los textos en cuestión fueron elegidos porque abarcan aproximadamente el mismo lapso que los blogs, albergan cierto contenido informativo y porque aparecieron en medios prestigiosos, serios y de amplia difusión. De esta manera, si bien las experiencias tratadas son similares, veremos hasta qué punto el formato periodístico influye sobre la presentación de lo nacional en los textos.

Para llevar a cabo el análisis lingüístico de los datos nos guiamos por las estrategias discursivas planteadas por Reisigl y Wodak (2009: 93-94) y, particularmente, por las estrategias de nominación y de predicación. La estrategia de nominación incluye “categorías de pertenencia, deícticos, antropónimos, etc.; tropos como metáforas, metonimias y sinécdoques (...); verbos y sustantivos usados para denotar procesos y acciones, etc.”. Dentro de la estrategia de predicación se encuentran

³La revista *Unispiegel* pertenece a la editorial *Der Spiegel*, con sede en Hamburgo. Aparece seis veces por año con una tirada de 210.000 ejemplares y un alcance de 520.000 lectores/as. (Fuentes: <http://www.spiegel-qc.de/medien/print/unispiegel/leistungswerte>, http://de.wikipedia.org/wiki/Der_Spiegel, ambas consultadas el 27 de marzo de 2015).

⁴Fundado en 1946, el semanario editado en Hamburgo es considerado “liberal de izquierda” y cuenta con un público semanal de 2,2 millones de lectores/as. (Fuentes: <http://marktplatz.zeit.de/mediadaten/download/Preisliste%20DIE%20ZEIT%202015.pdf>, http://de.wikipedia.org/wiki/Die_Zeit, ambas consultadas el 27 de marzo de 2015).

⁵Un criterio similar es empleado por Pitman (2013).

“atributos estereotipados, evaluativos de rasgos negativos o positivos (...); predicados explícitos o sustantivos/adjetivos/pronombres predicativos; colocaciones; comparaciones explícitas, símiles, metáforas y otras figuras retóricas (...); alusiones, evocaciones, presuposiciones/implicaturas, etc.” (Reisigl y Wodak, 2009: 94).

Las mencionadas estrategias, a nuestro criterio, coinciden parcialmente con las *membership categories* y *category-bound activities* de Sacks (Hester y Eglin, 1997; Schegloff, 2007). El hecho de que el enfoque de Sacks esté orientado a las estructuras locales más que a las grandes porciones de texto agrega recursos analíticos; por este motivo, consideramos relevantes, entre éstos, las reglas de economía y de consistencia (Hester y Eglin, 1997: 4-5, Schegloff, 2007: 471), que permiten establecer con más exactitud la relación entre categorías y atributos, es decir, cómo se construyen y representan grupos de personas.

La regla de consistencia reza que “[c]uando alguna categoría de alguna colección de categorías dentro de un dispositivo de categorización de pertenencia (*membership categorization device*) ha sido usada para referirse (o identificar o percibir) a una persona en alguna oportunidad, entonces las otras personas en el setting pueden ser aludidas o identificadas o percibidas o entendidas por referencia a la misma o a otras categorías de la misma colección” (Schegloff, 2007: 471). La regla de economía, por su parte, dice que, en principio, un solo término de cualquier *membership categorization device* es una referencia adecuada para remitir a una persona (ibid.). Esto quiere decir que, para fines comunicativos, normalmente alcanza con describir a alguien como “arquero”, “fumadora” o “tailandesa”, dejando de lado otras posibles categorías, roles y pertenencias.

Para examinar el material, concretamente tuvimos en cuenta los siguientes elementos lingüísticos:

- los pronombres para denotar grupos sociales, particularmente “nosotros/as” (y eventualmente “ellos/as”);
- las referencias explícitas a Argentina, Alemania, “los argentinos”⁶, “los alemanes” y sus predicados correspondientes;

⁶Podemos anticipar que el masculino genérico es característico de formulaciones del tipo “Los argentinos son/hacen...”.

- otras referencias a lo nacional, p. ej. la aparición de adjetivos referidos a ambos países, pero también determinados deícticos (como “aquí” y “allá”);
- las relaciones que se establecen discursivamente entre ambos países, especialmente las comparaciones explícitas o implícitas.

En el desarrollo que sigue, enfocaremos en primer lugar los usos y referentes del pronombre “nosotros/as”. Luego indagaremos las menciones de Argentina y de Alemania, como también las comparaciones entre ambos países. Luego señalaremos similitudes y diferencias entre los blogs y los textos editados, para cerrar con algunas observaciones generales.

¿Quiénes son “Nosotros/as”?

Para dar inicio al análisis nos parece adecuado interrogar el uso del pronombre “nosotros/as”. Efectivamente, se trata de un elemento central en la construcción de grupos sociales, si, por ejemplo, pensamos en el enfoque de van Dijk (2008, entre otros). Respecto de los/as estudiantes de intercambio, Dervin (2011) señala que, en muchos casos, el *ingroup* se construye alrededor del grupo de estudiantes extranjeros/as (en su estudio, del programa Erasmus), pero que esa identificación, al igual que cualquier otra, puede ser inestable. Además, hablar de un “Nosotros/as” en este contexto no siempre implica desprestigiar a un “Otro”: “En definitiva, parece que el *we-hood* [“nosotros/as” basado en la cohesión interna de un grupo] o el *us-hood* [“nosotros/as” basado en comparación con otros grupos] comparativo no siempre son usados para demostrar la ‘inferioridad’ del otro sino para fines alternativos tales como reprimir las propias tribus y grupos” (Dervin, 2011: 82, subrayado en el orig.).

Desde un principio, observamos que el pronombre prácticamente no aparece en los textos periodísticos. Esto quizá se deba a que se presentan estudiantes individuales que están más abocados/as a dar un panorama general de su estadía que a relatar experiencias particulares. Solamente en el texto de *Die Zeit* (T_Zeit12) encontramos el pronombre que, en ese caso, aparece en la cita de una docente y se refiere a los/as docentes universitarios/as argentinos/as.

En los blogs analizados, en cambio, advertimos el empleo del “nosotros/as” que, con mucha frecuencia, remite al/a la hablante y a sus compañeros/as de actividad o de

vivienda. Tal es el caso del siguiente ejemplo, donde el “nosotros/as” alude a la autora y a la compañera con quien pasó sus días:

- (1) Natürlich hatten wir so einige Schwierigkeiten zu bewältigen und mussten viele Male von unserer ‘deutschen’ Einstellung abrücken. (B_Ca_231211)
Naturalmente tuvimos que superar algunas dificultades y muchas veces tuvimos que alejarnos de nuestra actitud ‘alemana’.

En algunas ocasiones puede referirse a la universidad (2) o al grupo de “los alemanes” en general (3), como muestran ejemplos extraídos del mismo blog:

- (2) Ein argentinischer Kommilitone, der an unserer Uni in [Ort] studiert, hat uns mitgenommen. (B_Ca_260811)
Un compañero argentino, que estudia en nuestra universidad en [lugar], nos ha llevado.
- (3) Und gegen Österreich werden wir hier auch nicht mehr so schnell verlieren. ;-)
(B_Ca_241111)
Y contra Austria no volveremos a perder tan pronto aquí. ;-)

Para los blogs, entonces, podemos afirmar que el pronombre “nosotros/as” tiende a referirse al entorno inmediato de los/as autores/as más que a los grupos nacionales, si bien esta posibilidad no queda excluida. Sin embargo, en los textos editados que revisamos no tiene relevancia.

Representación de la Argentina y “los argentinos”

Si ahora vemos qué se dice acerca de Argentina y sus habitantes, podemos distinguir representaciones relacionadas con los siguientes tópicos que en el corpus se mencionan dos o más veces:

- las comidas y bebidas;
- la burocracia, los horarios, la organización;

- el fútbol;
- la extensión del país y las posibilidades de viajar;
- las estafas y desilusiones;
- el tango;
- los gauchos;
- la crisis de 2001 y diferentes aspectos económicos;
- la vida universitaria en general;
- el gobierno argentino y las medidas que toma;
- los hábitos, costumbres y valores.

Los diferentes rasgos y propiedades pueden relacionarse con el país y sus habitantes tanto a través de la estrategia de nominación como por medio de la estrategia de predicación. Algunas veces, la estrategia de nominación sirve para evitar repeticiones y retomar de manera más o menos humorística el referente “Argentina” en blogs y artículos:

- (4) Ich hab mal ein Blog erstellt, um euch auf dem Laufenden zu halten, wie’s mir im Land des Rindfleisches so geht (B_Mi_110211)

Creé un blog para mantenerlos al día de cómo estoy en el país de la carne vacuna

- (5) Im Land der Riesensteaks und der kreisenden Matebecher gewöhnt er sich in Rekordzeit an fast alle Bräuche (T_UniSp11)

En el país de los bifés gigantescos y los mates que circulan se acostumbra a casi todas las costumbres en tiempo récord

La estrategia de predicación, por el contrario, ofrece más posibilidades de expresar características supuestamente “nacionales”; así, en nuestro corpus encontramos una amplia variedad de atributos expresados a través de esa estrategia, como por ejemplo:

- (6) Und auch die Gitarren dürfen niemals fehlen – die Argentinier sind leidenschaftliche Sänger. (T_UniSp08)

Y tampoco pueden faltar nunca las guitarras – los argentinos son apasionados cantantes.

- (7) naja zum schluss kam noch dass die argentinier idealistas sind...was man natuerlich sofort versteht wenn man sich das hier so anguckt...die sind einfach nur ganz ganz große ‘Chiller’... (B_Bo_091008)

*al final dijo que los argentinos son idealistas...lo cual se entiende al instante cuando uno mira esto aquí...simplemente son unos 'maestros del descanso'...*⁷

- (8) Entspannter als in Argentinien geht es kaum, fand Student [nombre] in Buenos Aires heraus. (T_UniSp11)

Más relajado que en Argentina es casi imposible (o: casi no se puede) estar, descubrió el estudiante [nombre] en Buenos Aires.

De esta manera, los/as autores/as explícitamente brindan información acerca de cómo es el país y de qué hacen, piensan, comen “los argentinos”. Asimismo vemos que no se esmeran en ofrecer una mirada diferenciada. Si bien podría argumentarse que la expresión “el país de la carne vacuna” se encuentra en la primera entrada del blog en cuestión (al igual que “el país de los gauchos” en la presentación de una página, véase B_Ca_Über mich), también es cierto que aparece al principio de un texto periodístico, donde –esperaríamos– la emoción de las primeras impresiones tendría un impacto menor. Claro está que se trata de formulaciones altamente estereotipadas.

Por supuesto, los estereotipos también tienen presencia en la estrategia de predicación, como lo muestran los ejemplos (6) a (8). La propiedad de ser “apasionados cantantes” o “unos maestros del descanso”, por medio del artículo definido, se atribuye a todos/as los/as argentinos/as, sin restricciones. En el fragmento (8), el complemento de lugar “en Argentina” cumple la misma función generalizadora.

Los últimos dos ejemplos recuerdan otro aspecto a tener en cuenta: los múltiples planos de la enunciación que encontramos en prácticamente todos los textos. En los

⁷Los puntos suspensivos son del autor del blog. En todos los casos mantuvimos la ortografía original, procurando una representación adecuada en castellano.

blogs, dentro del relato en primera persona, los/as autores/as introducen otras voces, en algunas ocasiones, a través del habla directa e indirecta, como ser la de un profesor en el fragmento (7), de compañeros/as, vecinos/as, personas desconocidas o “los argentinos” en general.

En los textos periodísticos, la situación es algo diferente, puesto que adicionalmente interviene el/la periodista como enunciador/a, lo cual, por momentos, torna difícil distinguir a quién pertenecen las afirmaciones. El texto que contiene el fragmento (6) (T_UniSp08), por ejemplo, está escrito en tercera persona, aunque se da a entender que la perspectiva es la del estudiante de intercambio, y en diferentes circunstancias se introducen citas directas de este sujeto. En el segundo artículo de *Unispiegel* (T_UniSp11), el copete está escrito en tercera persona y el resto del texto, en primera. En cambio, el último artículo (T_Zeit12), mediante citas directas e indirectas, integra los aportes de cuatro estudiantes y de miembros de organizaciones e instituciones que intervienen en los intercambios estudiantiles. Por otra parte, esta situación nos permite afirmar que las representaciones que estamos considerando tienen cierto grado de difusión y de aceptación y no están limitadas a los/as estudiantes de intercambio.

Al mismo tiempo, la mención de personas particulares y la introducción de sus dichos –la amabilidad del verdulero (T_UniSp11), los aciertos y desaciertos del profesor de marketing (B_Bo_091008), las explicaciones de las especialistas citadas en el artículo de *Die Zeit* (T_Zeit12)– otorgan una dimensión personal y concreta a los relatos, mientras formulaciones impersonales como “En auto se confía en el apoyo celestial, y en la Universidad de Buenos Aires se está relajado” (T_UniSp08) más bien aportan a la estereotipación.

Si retomamos el análisis de los predicados sobre el país y sus habitantes, vemos que un punto importante está dado por sus costumbres, hábitos y valores. Entre otros, los/as estudiantes detectan un “acento fuerte” en el habla de “los argentinos”; que no simpatizan con “los chilenos”; que tienen mucho “temperamento” y por eso se insultan en los estadios de fútbol; que antes de las nueve de la mañana está todo cerrado; que tienen una idea romántica de Alemania; que se enloquecen apenas caen unos copos de

nieve, etc. La “cultura” de los/as otros/as que Pitman (2013) distingue como un tópico central, así también se destaca en nuestro corpus.

En muchos casos, estas características se describen sin evaluarlas explícitamente; en otras oportunidades, se trata de rasgos marcados positiva o negativamente. De hecho, algunas veces incluso resulta difícil determinar qué dirección toman las vivencias relatadas, ya que las normas de referencia no quedan claras. Así, en el ejemplo siguiente, la costumbre de hablar fuerte podría ser condenada desde el punto de vista de la “cortesía negativa” y, efectivamente, el estudiante la relaciona con las situaciones conflictivas. Por otra parte, realiza su comentario con una sonrisa, puesto que sólo son conversaciones “alegres”:

- (9) Als arrogant, hysterisch und laut werden die *Porteños* von den übrigen Argentinern oft bezeichnet. Zuminest das mit der Lautstärke trifft zweifellos zu, wie [nombre] schmunzelnd erklärt: 'Da denkt man manchmal, zwei Leute hätten den dicksten Streit, dabei diskutieren sie nur fröhlich über Fußball.' (T_UniSp08, subrayado en el orig.)

Los porteños muchas veces son llamados arrogantes, histéricos y ruidosos por los otros argentinos. Por lo menos eso del volumen sin duda es cierto, como [nombre] explica con una sonrisa: 'Algunas veces, uno piensa que dos personas están en la peor pelea, cuando en realidad sólo discuten alegremente sobre fútbol.'

De cualquier manera, los aspectos evidentemente positivos atribuidos a “los argentinos” son, entre otros, la apertura, la amabilidad (véase ejemplo 10), la curiosidad frente a los/as extranjeros/as y otros países y la tranquilidad. Entre los aspectos negativos, los/as estudiantes mencionan que son lentos, complicados, caóticos (véase ejemplo 11), ruidosos y descorteses,⁸ irresponsables y (demasiado) relajados.

⁸En especial, la reproducción de algunas frases “típicas” al final de T_UniSp08 refuerza esta impresión, dado que en su mayoría son expresiones obscenas.

- (10) Ich freue mich sehr darüber, dass die offene und freundliche Art der Argentinier es sehr einfach gemacht hat, sich mit einheimischen Kommilitonen anzufreunden. (B_Ca_231211)

Me alegra mucho que la manera de ser abierta y agradable de los argentinos haya hecho muy fácil hacerse amiga de algunos compañeros locales.

- (11) Mein letzter Tag war also typisch argentinisch chaotisch. :-) (B_Ca_231211)

Mi último día entonces fue típicamente argentino: caótico. :-)

Pero más allá de su evaluación, en la formulación de estos enunciados se hace evidente que subyace la idea de la igualdad (o, mejor dicho, homogeneidad) dentro de la nación – aparentemente, todos/as los/as argentinos/as son amables y caóticos/as–, y de una nación única y diferente frente al resto del mundo. Éstas son sub-estrategias que integran las estrategias de construcción y perpetuación de la nación (de Cillia, Reisingl y Wodak, 1999).

Por otro lado, es necesario reconocer el hecho de que no todas las menciones del país o de sus habitantes predicen propiedades. También se encuentran referencias al país como espacio o a la nacionalidad de las personas que pueden tomarse como tales:

- (12) Nachdem wir die ersten zwei Monate ausschließlich in Buenos Aires verbracht haben, war es nun endlich an der Zeit auch einmal etwas anderes von Argentinien zu sehen. (B_Da_270908)

Como hemos pasado los primeros dos meses exclusivamente en Buenos Aires, ahora era hora de ver también, por fin, otra cosa de Argentina.

- (13) Zufälligerweise haben wir auf dem Boot noch eine argentinische Kommilitonin getroffen und mit ihr und ihren Freunden den Tag am Strand verbracht, Cocktails getrunken und das Paraná-Wasser getestet. (B_Ca_081211)

De casualidad, en el barco hemos encontrado a una compañera argentina y con ella y sus amigos hemos pasado el día en la playa, tomando cócteles y chequeando el agua del Paraná.

(14) Lange war Argentinien eines der teuersten Länder Lateinamerikas, erst der Wirtschaftscrash machte es für Studenten erschwinglich. Zudem sind Argentinien staatliche Unis kostenlos [...] (T_Zeit12)

Durante mucho tiempo, la Argentina era uno de los países más caros de Latinoamérica, recién el quiebre económico lo hizo accesible para estudiantes. Además, las universidades estatales de la Argentina son gratuitas [...]

En el primer ejemplo (12) vemos que, efectivamente, se trata de una mera referencia espacial; en el segundo (13), se destaca la nacionalidad de la compañera, sin derivar de ésta ningún tipo de conclusión. También, el tercer ejemplo (14) contiene expresiones vinculadas al país –y asimismo muestra cómo, en algunos casos, se hace un uso constante y hasta exagerado de dichas expresiones, en contra de la norma estilística que aconseja evitar la repetición de palabras.

En los artículos periodísticos observamos que se introducen las categorías más relevantes en sus títulos y copetes: “Argentina”, “Buenos Aires”, “universidad” y “estudiante de intercambio”, que luego se retoman a lo largo de los textos. Sin embargo, en ocasiones, “Buenos Aires” y “Argentina” funcionan como sinónimos. A pesar de los motivos estilísticos que puedan favorecer este uso, al mismo tiempo es fuente de generalizaciones y, de este modo, reduce el país a su capital y, a lo sumo, a los atractivos turísticos más destacados.⁹ En los blogs, sucede algo similar cuando una autora saca conclusiones acerca de “los argentinos” después de haber pasado apenas algunos días en Rosario (B_Ca_080811) o cuando aparte del título (“Semestre en el exterior en Buenos Aires”) no aparecen referencias a la ciudad, sino sólo al país y el deíctico “aquí” (véase B_Da).

Frente a las referencias espaciales citadas, detectamos otro tipo de menciones que provocan inferencias. Veamos dos ejemplos:

(15) fuer argentinische verhaeltnisse ist es [Salta] eine sehr saubere stadt und gut in schuss, top gepflegt! (B_Bo_091208)

⁹Vale aclarar que el artículo de *Die Zeit* más bien evita los clichés turísticos y se concentra en la vida universitaria.

para las circunstancias argentinas, [Salta] es una ciudad muy limpia y en muy buen estado, ¡súper cuidada!

(16) Ich glaube, die Uni ist im Vergleich zu anderen argentinischen Unis recht gut organisiert... (B_Mi_050311)

Creo que la universidad, en comparación con otras universidades argentinas, está bastante bien organizada...

En el primer caso, el elogio del aspecto cuidado de la ciudad de Salta queda relativizado, porque se la construye como excepción dentro del contexto nacional. Esto implica que, normalmente, las ciudades argentinas son sucias – y quizá que, partiendo de otro estándar, Salta no merecería el elogio. Lo mismo sucede en el ejemplo (16), donde la organización es relativamente buena, considerando la supuesta situación a nivel nacional. Vale aclarar que estas construcciones se destacan en los blogs, donde particularmente un autor muestra cierta predilección por ellas, pero no en los artículos periodísticos. Allí encontramos sólo dos ejemplos, ambos con referencia a Alemania (véase el punto siguiente).

Representación de Alemania y “los alemanes”

Conozcamos ahora las representaciones de Alemania presentes en los textos. También aquí se hallan las ya mencionadas referencias al espacio y a la nacionalidad de las personas que, por lo menos a primera vista, no son valorativas, sino que simplemente indican lugares y procedencias:

(17) am 21.12. heisst es dann auf wiedersehen argentinien und deutschland wir kommen ;) (B_Bo_111108)

el 21/12 habrá que decir adiós argentina y alemania aquí vamos ;)

(18) haben wir uns dann mit 2 anderen deutschen Mädels aus Oldenburg, die auch an der [Universität] studieren, zusammengetan (B_Mi_300311)

nos pusimos de acuerdo con otras dos chicas alemanas de Oldenburg, que también estudian en la [universidad]

En este contexto resulta llamativo el hecho de que muchas veces se mencione el origen regional de los/as alemanes/as en cuestión, como vemos en el ejemplo precedente. Mientras “Buenos Aires” y “Argentina” se vuelven prácticamente intercambiables – como dijimos arriba–, no se menciona ninguna ciudad alemana en reemplazo de todo el país. La determinación de las pertenencias locales, sin embargo, no quita la categorización nacional de las personas ni que “Alemania” aparezca como una unidad espacial y cultural unificada y unívoca.

Tal como describimos para el caso de “lo argentino”, el siguiente fragmento muestra que también la mención de “lo alemán” puede dar lugar a inferencias:

(19) Mein deutsches Verständnis passt da nicht so ganz dazu: Bei meinem ersten Treffen mit argentinischen Mitstudenten kam ich 15 Minuten zu spät und machte mir deshalb unnötig Sorgen. Die ersten Kommilitonen trafen eine halbe Stunde nach mir ein. (T_UniSp11)

Mi percepción alemana no va tan bien con eso: en mi primera reunión con compañeros argentinos llegué 15 minutos tarde y me preocupé innecesariamente. Los primeros compañeros llegaron media hora más tarde que yo.

(20) Außerdem darf man keine deutsche Pünktlichkeit bei Wohnungsbesichtigungen und versprochenen Rückrufen erwarten. (B_Ca_080811)

Además, no se puede esperar la puntualidad alemana en las visitas a los departamentos y en las llamadas prometidas.

En ambos casos es necesario disponer de ciertos conocimientos previos para saber a qué remiten estos enunciados. Tanto la “percepción alemana” como la “puntualidad alemana” funcionan como metonimias para referirse a la puntualidad entendida como “llegar exactamente en el horario acordado, establecido” (Duden online) o, mejor aún,

cinco minutos antes.¹⁰ Sólo a partir de este conocimiento puede inferirse cuán puntuales o impuntuales son las personas de las que habla la enunciadora en (20) o cuál es la “percepción” de la que habla el autor en (19).

Aquí de nuevo se observa la singularidad de la nación –alemana, en este caso– como una de las sub-estrategias a las que se refieren de Cillia, Reisigl y Wodak (1999). Claro está que en el fondo esta singularidad no existe, por lo menos en la forma en que se la construye aquí. Esto no quiere decir que las pautas de la puntualidad sean iguales en Alemania y Argentina; simplemente, no se trata de elementos limitados a una sola unidad geográfica, política o administrativa. Vale mencionar también que, en estos ejemplos, estamos frente a analogías implícitas, donde “lo alemán” se compara con “lo argentino”.

A pesar de estas menciones directas de dos elementos “típicamente alemanes”, en los blogs pudimos encontrar otro recurso completamente opuesto al anterior: la impugnación de estereotipos. Veamos un ejemplo:

(21) Es gibt Vorurteile und Stereotypen von Menschen, Kulturen und Ländern. Dazu gehört z.B. das Deutschland besonders bürokratisch wäre und es in lateinamerikanischen Ländern hingegen sehr locker und unkompliziert zu geht. [...] Es lebe die deutsche Bürokratie! (B_Da_120808)

Hay prejuicios y estereotipos sobre personas, culturas y países. Uno de ellos es, p. ej., que Alemania sería particularmente burocrático y que en los países latinoamericanos todo sería relajado y poco complicado [...] ¡Viva la burocracia alemana!

Aquí la autora pone en duda tanto sus propios preconceptos sobre Latinoamérica como también los estereotipos corrientes sobre Alemania y llega a la conclusión de que no tienen fundamento. En este contexto, “¡Viva la burocracia alemana!” podría interpretarse como encuentro con la propia nación, del que habla Dolby (2004).

¹⁰Decimos “metonimia” porque en el mundo, por supuesto, existen otros países que manejan la misma percepción de lo que es puntual y de lo que no lo es.

(22) 2. in deutschland arbeitet man von 9 bis 16 uhr und um 18 sind alle zuhause...gibt nix mehr...um 20 uhr gehen wir ins bett...ganz anders argentinien...die arbeiten von 9 bis 20 uhr..konstant, agil, fleissig... ach was?! ja? (B_Bo_091008)

2. en alemania se trabaja de 9 a 16 hs y a las 18 hs todos están en la casa... ya no hay nada...a las 20 hs nos acostamos...argentina todo lo contrario...ellos trabajan de 9 a 20 hs..constantes, ágiles, trabajadores... ¡no me digan! ¿sí?

En este fragmento, el autor ridiculiza las afirmaciones de un profesor –aparentemente mal informado, aunque convencido de sus propios conocimientos– en una clase. En esta oportunidad, recurre a un “nosotros” referido a “los habitantes de Alemania” en general, a los que opone un “ellos”, “los argentinos”. Mientras en este ejemplo se trata de estereotipos enunciados por otra persona, en (21) la autora probablemente refuta las ideas que ella misma albergaba o que toma como representaciones comunes. En uno y otro caso, no obstante, estos estereotipos se hacen explícitos.

Curiosamente, la reacción en ambas situaciones es la afirmación de la propia pertenencia, recurriendo al pronombre “nosotros/as” o a la exclamación “¡Viva la burocracia alemana!” para incluirse en el grupo que consideran atacado. Tanto más significativo resulta, entonces, que ambos/as estudiantes aquí refuten los estereotipos, defendiendo al mismo tiempo un *ingroup* alemán.

Comparaciones entre los países

Las comparaciones entre Alemania y Argentina se encuentran en blogs y artículos periodísticos y se basan en algún elemento o rasgo de los/as habitantes común a ambos países:

(23) Es ist kurz nach zwei, Rushhour an deutschen Unis – in Buenos Aires aber sind die Gänge leer. (T_Zeit12)

Son un poco más de las dos, hora pico en las universidades alemanas – pero en Buenos Aires, los pasillos están vacíos.

(24) endlich wieder nutella...zwar nich ganz so geil wie in deutschland..aber es ist nutella!!!! :) (B_Bo_151008)

por fin de nuevo nutella...no tan espectacular como en alemania...jjjipero es nutella!!!! :)

De nuevo vemos que pueden aparecer valoraciones, pero no necesariamente lo hacen. Mientras en el segundo fragmento la balanza se inclina hacia el lado de Alemania (concretamente, hacia la crema Nutella fabricada o vendida en Alemania), en el primero no podemos distinguir esa tendencia.¹¹

De las trece contraposiciones de este tipo halladas en el corpus, llama la atención que en los blogs favorezcan a Alemania o a lo sumo equilibren a ambos países. Las comparaciones en los textos editados, en cambio, no son marcadamente valorativas (como ejemplo (23)), o bien, como sucede en los artículos de la revista *Unispiegel*, destacan las ventajas de la vida estudiantil en la Argentina. De cualquier manera, desde el punto de vista teórico, estas analogías entre los dos países enfatizan las diferencias entre las naciones, como señalan de Cillia, Reisigl y Wodak (1999).

Similitudes y diferencias entre los textos

En este punto conviene oponer los blogs a los textos periodísticos a fin de resumir de qué manera se presentan, en ambos géneros textuales, las categorías analíticas establecidas al principio.

El primer elemento, el pronombre “nosotros/as”, no tiene relevancia en los artículos publicados en *Unispiegel* y *Die Zeit*. En los blogs, se refiere principalmente al entorno inmediato; sólo excepcionalmente se aplica a toda la “nación” alemana.

En los dos grupos de textos, las estrategias de nominación y predicación para referirse a la Argentina y a sus habitantes mencionan aspectos tanto positivos como negativos. Algunas veces son relatos de hechos sin dimensión valorativa, si bien se encuentran también diversos estereotipos. En cuanto a la enunciación, en ambos casos se introducen las voces de otras personas, aun cuando éstas prácticamente no contradicen

¹¹ La conclusión “los argentinos son vagos” no se admite aquí, porque inmediatamente después se explica que la mayoría de los/as estudiantes trabaja y va a clase por la tarde.

las ideas que los/as autores/as defienden. Mientras la reducción de Argentina a su capital está presente en los dos grupos, sólo en los blogs encontramos construcciones que implícitamente dan cuenta de rasgos “típicos” de la Argentina.

Respecto de Alemania, en los blogs y en los artículos periodísticos se señala el origen regional de las personas, aparte de la mención de su pertenencia nacional. La reproducción de estereotipos para luego refutarlos sólo está presente en los blogs.

En las comparaciones entre Alemania y Argentina llama la atención que en los textos editados favorezcan a la Argentina o a ninguna de ambas partes. En los blogs, o bien son equilibradas o tienden a favorecer a Alemania.

De lo expuesto se desprende que ambos géneros no coinciden en todos los aspectos, aunque en muchos lo hacen. Es posible que esto se deba a factores como el público al que están dirigidos, su extensión, el desarrollo del blog acompañando las experiencias vividas más que como producto terminado, etc. En este último aspecto, es acertada la observación de Pitman (2013): el estudio de los blogs permite seguir de cerca los procesos de aprendizaje que después de cierto tiempo pueden ser vistos como experiencias triviales sin significado. Consideramos, además, que para determinar si algunos de los elementos mencionados son partes fundamentales de un género, sería necesario conformar un corpus más amplio. Sin embargo, las coincidencias señaladas nos permiten distinguir cuatro formas de presentar y mantener vigente la dimensión nacional, como detallamos en el apartado siguiente.

Referencias a “lo nacional”

Observamos, en primer lugar, la mención de lo nacional que se da a través de referencias al espacio y a la nacionalidad de las personas, sin predicar propiedades. En definitiva, se trata de expresiones vinculadas a los países como unidades administrativas o políticas. Sin embargo, su constante alusión aporta a la construcción de la nación en el sentido de que mantiene vigente la categoría “nacionalidad”.

Recordemos la “regla de consistencia” de Sacks (véase arriba), según la cual suelen explotarse las categorías de un solo *membership categorization device*. De esta suerte y como opción más cercana (aunque no obligatoria), categorizar a alguien como “compañera argentina” lleva a una auto-categorización como “alemana” y deja de lado

otros posibles dispositivos de pertenencia tales como sexo/género, edad, la carrera que ambas personas comparten, etc.

En segundo lugar encontramos la atribución explícita de rasgos, donde se enuncian las propiedades adjudicadas a las personas o a los países. Ésta puede ser valorativa, aunque no necesariamente lo es; incluso, a veces no es posible determinar si lo dicho expresa una actitud positiva o negativa. En este grupo no sólo se halla una serie de estereotipos (especialmente sobre la Argentina), sino también interviene la impugnación de estereotipos, dado que allí se nombran características para luego refutarlas.

Como tercer punto vale señalar la implicación de propiedades, donde las supuestas características no se enuncian directamente, sino a través de la mención de lo nacional. Así o bien se activan conocimientos previos (como en la “puntualidad alemana” en ejemplo (20)), o bien se destaca un acontecimiento inesperadamente positivo sobre el trasfondo “argentino” cotidiano (ejemplos (15) y (16)).

Finalmente puede indicarse la comparación entre naciones, centrada en algún eje considerado relevante, como ser un producto comercial o alguna característica de los/as habitantes de ambos países. También estas construcciones pueden no tener un carácter explícitamente valorativo.

En suma, detectamos que a través de los recursos detallados, “lo nacional” posee una presencia fuerte tanto en los textos periodísticos como en los blogs revisados. Dado que aportan a la continuidad de las identidades nacionales ya establecidas más que a su reformulación, podemos afirmar que forman parte de las estrategias de construcción y de perpetuación de las que hablan de Cillia, Reisigl y Wodak (1999).

Conclusiones

En el corpus estudiado, “lo nacional” efectivamente cuenta con una presencia constante y destacada: en diferentes oportunidades, se construyen dos grupos nacionales definidos como “los alemanes” y “los argentinos”, cada uno con sus valores, tradiciones y costumbres compartidas y evidentemente homogéneas. Dentro de estos textos, la evaluación de ambos grupos no es completamente desequilibrada, ya que ninguno de los dos países recibe únicamente atributos positivos o negativos.

En este contexto llama la atención que los pronombres “nosotros/as” y “ellos/as” no fueran los protagonistas en la construcción de los grupos sociales; más bien lo son los diferentes elementos lingüísticos que hacen a las categorizaciones sociales –y, especialmente, a la construcción de grupos nacionales–, tal como especificamos en el punto anterior.

A pesar de haber comparado brevemente los blogs con los artículos periodísticos analizados, la extensión del corpus no nos permite descartar la dimensión individual en el uso de determinados recursos, ciertas formulaciones o enunciados francamente estereotipados. Sería, por lo tanto, irrisorio hacer afirmaciones acerca de “los estudiantes alemanes” en Argentina o en general. Si bien en nuestro corpus se repiten diversos aspectos mencionados por Pitman (2013), los blogs de estudiantes de intercambio todavía requieren mucho análisis tanto cualitativo como cuantitativo, a fin de determinar cómo intervienen factores como el lugar de proveniencia, el género, otras categorías de pertenencia, etc. Asimismo, como lo hacen Rulyova y Zagibalov (2012), en futuros estudios será interesante revisar el espectro de temas y de miradas, determinar cuáles son los elementos que pasan desapercibidos y hasta qué punto los textos sobre intercambios estudiantiles reproducen estereotipos a través del relato de determinadas situaciones (las clases de tango, pero no los bailes folklóricos en alguna guitarra organizada por estudiantes del Norte argentino, por ejemplo). También podría llevarse a cabo una comparación con los escritos de migrantes alemanes/as que se establecieron en Argentina permanentemente y cuya percepción del país seguramente ha cambiado en el transcurso de su estadía.

De cualquier modo, no deja de sorprender la cantidad de generalizaciones culturales –aparentemente inmotivadas– que emplean los/as estudiantes de intercambio en un espacio potencialmente abierto a todas las personas que disponen de acceso a Internet. Esto nos conduce a dejar planteada la siguiente pregunta: ¿por qué los textos analizados aquí son tan diferentes de las experiencias de Tusting, Crawshaw y Callen (2002) con estudiantes de Gran Bretaña? En definitiva, la presencia constante de las referencias nacionales hace pensar que Calhoun (2008) está en lo cierto cuando postula que las relaciones transnacionales son importantes, pero no por eso hay que olvidarse de las solidaridades nacionales y locales.

Referencias

- Bauman, Z. (2002), "From Pilgrim to Tourist – or a Short History of Identity", en S. Hall y P. Du Gay (eds.) (2002), *Questions of cultural identity*. London/Thousand Oaks/New Delhi, Sage, pp. 18-36.
- Calhoun, C. (2008), "Cosmopolitanism and nationalism", en *Nations and Nationalism* 14(3), pp. 427-448. Consultado en: <http://han.uni-graz.at/han/38937/web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=7150e118-f1f3-4fb6-8843-22c1e6d361ea%40sessionmgr13&hid=21> [13 de febrero de 2013].
- De Cillia, R., Reisigl, M. y Wodak, R. (1999), "The discursive construction of national identities", en *Discourse and Society* 10(2), pp. 149-173. Consultado en: <http://www.sis.zju.edu.cn/wyxyzy/conference/researchgroup/download/v10%282%29discursive%20construction%20of%20national%20identity.pdf> [30 de diciembre de 2010].
- Dervin, F. (2011), "The repression of us- and we-hoods in European exchange students' narratives about their experiences in Finland", en *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology* 2(1), pp. 71-84. Consultado en: <http://doctorat.sas.unibuc.ro/wp-content/uploads/2011/07/Compaso2011-21-Dervin.pdf> [09 de enero de 2014].
- Dervin, F. y Dirba, M. (2008), "Figures of strangeness: blending perspectives from mobile academics", en M. Byram and F. Dervin (eds.), *Students, Staff and Academic Mobility in Higher Education*. Newcastle, Cambridge Scholars Publishing, pp. 237-261. Consultado en: <http://users.utu.fi/freder/dervindirbafinal.pdf> [06 de enero de 2014].
- Dolby, N. (2004), "Encountering an American Self: Study Abroad and National Identity", en *Comparative Education Review* 48(2), pp. 150-173. Consultado en: <http://www.jstor.org/discover/10.1086/382620?uid=3737528&uid=2&uid=4&sid=21103297150853> [07 de enero de 2014].
- Duden online: Entrada "pünktlich". Consultado en www.duden.de/rechtschreibung/puenktlich [05 de junio de 2014].
- Hall, S. (2000), *Rassismus und kulturelle Identität*. Hamburg, Argument-Verlag (2ª ed.).

- Härkönen, A. y Dervin, F. (en prensa), “Talking just about learning languages and getting to know cultures is something that's mentioned in very many applications': Student and staff imaginaries about study abroad”. Consultado en: <http://blogs.helsinki.fi/dervin/files/2012/01/Harkonen-Dervin-Article-final.pdf> [19 de enero de 2015].
- Herring, S. C., Scheidt, L. A., Bonus, S. y Wright, E. (2004), “Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs”, en *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences*. Los Alamitos, CA, IEEE Press. Consultado en: <http://www.computer.org/csdl/proceedings/hicss/2004/2056/04/205640101b.pdf> [01 de octubre de 2015].
- Hester, S. y Eglin, P. (eds.) (1997), *Culture in Action. Studies in Membership Categorization Analysis*. Washington D. C., International Institute for Ethnomethodology and Conversation Analysis/University Press of America.
- Karner, C. (2011), *Negotiating National Identities. Between Globalization, the Past and 'the Other'*. Farnham, Ashgate.
- Lee, J. W. Y, Kim, B. y Kim, M. S. (2011), “Creating the intercultural learning narrative using social network sites status updates: An innovative approach in using social media”, en *Global Learn* 1, pp. 1819-1826. Consultado en: http://www.editlib.org/p/37407/proceeding_37407.pdf [29 de septiembre de 2015].
- Pitman, L. (2013), *'The Constellations were in a Different Place': Using Blogs to Understand Student Learning During Study Abroad* (Master's Thesis). University of South Carolina. Consultado en: <http://scholarcommons.sc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2424&context=etd> [29 de septiembre de 2015].
- Reisigl, M. y Wodak, R. (2009), “The Discourse-Historical Approach (DHA)”, en R. Wodak y M. Meyer (eds.), *Methods of Critical Discourse Analysis*, 2ª ed. Los Angeles, Sage, pp. 87-121.
- Rulyova, N. y Zagibalov, T. (2012), “Blogging the Other: Construction of National Identities in the Blogosphere”, en *Europe-Asia Studies* 64(8), pp. 1524-1545. Consultado en:

<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09668136.2012.712280#.VgrIAZesSxU> [29 de septiembre de 2015].

Schegloff, E. A. (2007), "A tutorial on membership categorization", en *Journal of Pragmatics* 39, pp. 462-482. Consultado en: http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271806&_user=100557&_pii=S0378216606001640&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=2007--31&view=c&originContentFamily=serial&wchp=dGLbVIB-zSkWA&md5=e989e065f8fdc41b86652d8a2be135ab&pid=1-s2.0-S0378216606001640-main.pdf [13 de febrero de 2013].

Smith, A. D. (2001), *Nationalism. Theory, Ideology, History*. Cambridge, Polity Press.

Tusting, K., Crawshaw, R. y Callen, B. (2002), "I know, 'cos I was there': how residence abroad students use personal experience to legitimate cultural generalizations", en *Discourse and Society* 13(5), pp. 651-672. Consultado en: <http://www.pineforge.com/healeystudy5/articles/Ch3/IknowcosIwasthere.pdf> [3 de enero de 2011].

Van Dijk, T. (2008 [2003]), *Ideología y discurso. Una introducción multidisciplinaria*. Barcelona, Ariel.

Fecha de recepción: 17 de Abril de 2015

Fecha de aceptación: 25 de Septiembre de 2015

Anexo: Listado de los textos analizados

Referencia	Formato y autor/a	Título	Año	Cantidad de entradas	Cantidad aproximada de palabras
<i>B_Bo_ddmmaa</i>	Blog, "Bo"	"Abenteuer Auslandssemester 2008 - Argentinien"	2008	18 entradas	9300
<i>B_Mi_ddmmaa</i>	Blog, "Mi"	<u>"nogoimba. Auslandssemester in Buenos Aires"</u>	2011	13 entradas	8300
<i>B_Ca_ddmmaa</i>	Blog, "Ca"	"Tango, Gauchos y Fútbol"	2011	15 entradas	9800
<i>B_Da_ddmmaa</i>	Blog, "Da"	"Auslandssemester in Buenos Aires"	2008	10 entradas	3600
<i>T_UniSp08</i>	Artículo, firmado	"Gott ist Argentinier"	2008	-	700
<i>T_UniSp11</i>	Artículo, sin firmar (aparece nombre del estudiante)	"Küssende Männer, und der Papst sieht zu"	2011	-	1000
<i>T_Zeit12</i>	Artículo, firmado	"Die Erben der 68er"	2012	-	1100
<p>Nota: A fin de preservar la privacidad de los/as estudiantes, optamos por omitir nombres y referencias a lugares e instituciones.</p> <p>Última consulta de todos los textos: 27 de marzo de 2015.</p>					