

Mecanismos de resguardo en usuarios con perfiles públicos dentro de Instagram

*Protection mechanisms for users with
public profiles within Instagram*

Eva Camila Rodriguez

camirodz94@gmail.com

Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco

Fecha de recepción: 04 de mayo de 2023

Fecha de aprobación: 18 de julio de 2023

Fecha de publicación: 31 de julio de 2023

Para citar este artículo: Rodríguez, Eva Camila (2023). Mecanismos de resguardo en usuarios con perfiles públicos dentro de Instagram. *Textos y Contextos desde el sur*, N.º 11, 119-139.

Resumen

Internet fue disruptiva en lo social porque cambió las concepciones que tenemos sobre espacio y vida pública, privada e intimidad. Las redes sociales consolidaron esa ruptura, creando nuevas formas de construir la identidad, proyectando una narración continua de nuestras vidas y nuestra socialidad, así como también dar cuenta del contexto histórico a partir de las fotografías que tomamos.

Instagram, una de las herramientas digitales preponderantes de la cultura visual, se tornó de suma importancia en la construcción identitaria juvenil, a partir de fotografías que son publicadas y responden a la necesidad de hacer visibles las experiencias, conseguir interacción social y con ella, validación y sentido de pertenencia.

Por eso, se seleccionaron a usuarios “comodorenses” (gentilicio de las personas nacidas en Comodoro Rivadavia, Chubut, Argentina.) de 18 a 34 años, para analizar las fotografías presentes en sus perfiles públicos, sumado a la realización de entrevistas a algunos de ellos. Se logró determinar que Instagram se construye para estas personas, como un espacio juvenil e íntimo, y a su vez, que ejercen mecanismos de control para gestionar quiénes reciben la información que comparten dentro del medio social y poder lograr sentirse resguardados. También los niveles de exposición vinculados al egocentrismo o cosas sobre la personalidad

Palabras clave

Redes sociales, Identidad, Comunicación, Privacidad, Fotografía

Abstract

The Internet was socially disruptive because it changed the conceptions we have about space and public, private and private life. Social networks consolidated this rupture, creating new ways of building identity, projecting a continuous narrative of our lives and our sociality, as well as giving an account of the historical context based on the photographs we take.

Instagram, one of the preponderant digital tools of visual culture, has become extremely important in the construction of youth identity, based on photographs that are published and respond to the need to make experiences visible, achieve social interaction and with it, validation. and sense of belonging.

For this reason, users from Comodoro between the ages of 18 and 34 were selected to analyze the photographs present in their public profiles, in addition to conducting interviews with some of them. It was possible to determine that Instagram is built for these people, as a youthful and intimate space, and in turn, that

they exercise control mechanisms to manage who receives the information they share within the social environment and to be able to feel protected.

Key words

Social networks, Identity, Communication, Privacy, Photography.

Introducción

Investigar en temas vinculados a la comunicación implica orientar la mirada hacia la construcción de sentidos que producen las personas en la relación con los otros. Teniendo en cuenta que en la última década, los cambios en nuestra forma de socializar fueron rotundos y vertiginosos, es primordial analizar las transformaciones que produce la digitalización de las relaciones. La comunicación digital, las redes sociales, la información periodística, es decir, los modos de comunicarnos mediante lo virtual, nos llevan a escribir y leer en todos los momentos del día, todos los días, potenciando la instantaneidad y casi siempre la brevedad, bajo diferentes formatos en simultáneo. Por ello, consideramos pertinente poner la atención en cómo estas innovaciones cambian nuestras formas de socializar, a partir de la reconstrucción de los significados que están implícitos en esos usos.

Es por eso, que nos situamos bajo la premisa de investigar las significaciones que están presentes en y a partir de los usos de lo masivo. Entendiendo que lo masivo, como señala Barbero (2012),

no sólo los medios, lo masivo son los productos, lo masivo son los comportamientos, lo masivo son las creencias nuevas, los nuevos mitos. Estamos empezando a elaborar metodológicamente un mapa que nos permita investigar la gama de posiciones que la gente vive frente a lo masivo (p. 83).

En ese sentido, desde el campo de la comunicación es primordial, ante la naturalización que se produce por su inserción en la cotidianidad, poder dar cuenta del nivel de importancia que le damos a la comunicación digital para la socialización, y cómo repercute en lo presencial u offline.

Al analizar estos procesos, podemos dar cuenta de que el uso de aplicaciones para socializar repercute en los modos y en las maneras a partir de las cuales nos relacionamos con los demás, en cómo comunicamos nuestras identidades.

Según Sandoval (2020, p. 13), apropiación describe los procesos a partir de los cuales una comunidad o un individuo recrean constantemente su identidad, utilizando todos los materiales disponibles y útiles, independientemente de su procedencia. Lo que justifica el foco en el ámbito digital, porque es justamente desde allí que los usuarios construyen una presentación del yo a partir de las posibilidades específicas que les brinda cada medio digital.

A eso, se le suma que actualmente se vive bajo una cultura donde reina la imagen. La lectura digital se da mayormente a través de imágenes, debido a que es cotidiano y habitual que las personas estén constantemente rodeadas de estímulos visuales que narran diversos puntos de vista sobre lo real.

Es por ello que, durante este recorrido, a partir del análisis de fotografías y de entrevistas realizadas a usuarios seleccionados, se desarrollará cómo Instagram se construye como un espacio juvenil e íntimo, así como los mecanismos de control que ejercen para gestionar quiénes reciben la información que comparten dentro del medio social y así lograr sentirse resguardados.

Marco teórico

El concepto de privacidad ha estado relacionada a la distinción (y contraposición) entre esferas: la pública y la privada. Según la perspectiva clásica de Hannah Arendt (2011), para los antiguos griegos la esfera privada era considerada un lugar de privación, asociado a las necesidades de la reproducción de la vida y en contraposición a la esfera pública, espacio de libertad y aparición (es decir: visibilidad) del sujeto. En el marco de una reflexión sobre la transformación de la acción política, que parte de la descripción de Arendt pero que trata de superarla, John B. Thompson (2005, 2015) indica que esta visibilidad sufrió una transformación profunda y estructural debido al desarrollo de las tecnologías de mediación: si suponía tradicionalmente la co-presencia, en la actualidad es posible e inclusive habitual la existencia de una simultaneidad desespacializada y la emergencia de un tipo de publicidad que él llama “publicidad mediada”: la posibilidad de que acciones o acontecimientos ingresen a la esfera pública más allá de las constricciones de la comunicación cara a cara.

Si bien el interés de este autor se centra en la forma en que se ha transformado la esfera pública con estas nuevas formas de visibilidad, y especialmente el lugar que ocupan en este proceso los escándalos políticos (Thompson, 2001), ofrece algunas líneas conceptuales de interés para la reflexión sobre el proceso de la transformación de la privacidad. En la tradición del pensamiento político liberal clásico, argumenta el autor, la privacidad suele explicarse a partir de la defensa de la propiedad privada. Sin embargo, una conceptualización de la privacidad útil para los contextos actuales debe partir de otras premisas, y Thompson prefiere plantearla en términos de control informativo: “la capacidad de controlar las revelaciones sobre uno mismo, y de controlar cómo y hasta qué punto estas pueden comunicarse a los demás” (Thompson, 2015, p. 29), y sugiere que el análisis de Erving Goffman (1979) de los “territorios del yo” puede brindar pistas útiles. Para Goffman, las interacciones se regulan a partir de reivindicaciones territoriales, las que suponen cierta construcción de una esfera de privacidad, o al menos de uso exclusivo de un recurso. Entre los distintos territorios en juego (espacio personal, re-

cinto, turno, etc.), uno es especialmente relevante aquí: la reserva de información, entendida como “la serie de datos de uno mismo cuyo acceso una persona espera controlar mientras se halla en presencia de otras” (Goffman, 1979, p. 56), reivindicación que puede ponerse en cuestionamiento a partir de conductas que supongan infracciones de distinto tipo. Estas infracciones pueden ser llevadas a cabo por otros o por el mismo actor cuando comete una infracción en contra del control de sus propias reservas, siendo una de estas posibilidades el exhibicionismo, cuando la conducta del actor lleva a que “otras personas que miran y tocan de forma perfectamente normal, se encuentren sin embargo con que cometen una intromisión” (Goffman, 1979, p. 71).

Lógicamente, tanto las reivindicaciones territoriales como las posibles infracciones, y por tanto la misma noción de privacidad, se definen contextualmente, un aspecto en el que ha profundizado Nissenbaum (2010) a partir de la noción de integridad contextual, que supone la existencia de normas consensuadas generalmente de modo tácito (y por ende, sujetas a discrepancias y negociaciones) regentes en los flujos informativos, tanto sus contenidos como su distribución, en base a los roles de los interactuantes en el marco de contextos situacionales.

Al entender la privacidad como una reserva de información definida contextualmente, esta también puede ser pensada desde el aún más conocido modelo dramático de Goffman (1981), como la diferencia entre regiones anteriores y posteriores de la actuación, y como las tácticas que desarrollan los actores para que la información de las últimas no sea visible en las primeras.

La privacidad y los entornos digitales

El entorno virtual sustenta el día a día de la sociedad contemporánea ya que se convierte el lugar donde desarrollar la vida online. Es en ese sentido que la diferenciación entre esferas online y offline, ya no resulta operativa para describir la mayoría de las prácticas actuales de acceso y uso de tecnologías basadas en internet. José van Dijck (2016) señala que, en menos de una década, ha surgido una nueva infraestructura de socialización y reacción social en línea, penetrando en la cultura contemporánea y haciendo que los patrones de comportamiento co-presenciales, al mixturarse con las normas sociales y sociotécnicas propias de los entornos online, adquieran nuevas características. Ello permite comprender cómo el ciberespacio no se articula como agregado a la sociedad, sino que forma parte de un continuum de relaciones sociales en constante evolución.

Según Cabello (2018), un estudio de mil casos realizado en Estados Unidos a principios del 2018 indica que el 91% de usuarios que tiene entre 18 y 24 años de edad es activo en las redes sociales: “Cuando analizamos los usos que se hacen de Internet, el de las redes sociales aparece como el de mayor peso relativo, a tal punto que en algunos casos llega a constituirse en sinónimo de ingreso a Internet” (p. 57).

Los medios sociales, definidos como el grupo de aplicaciones basadas en internet que permiten la creación e intercambio de contenido creado por los usuarios, han sido centrales en la redefinición y difuminación de los límites entre los entornos online y offline. Al mismo tiempo que construyeron los cimientos tecnológicos e ideológicos de la web 2.0, formaron una nueva capa por la que las personas organizan sus vidas, influyendo en la interacción humana y en las formas de cohabitar en los niveles individual, comunitario y social.

En los medios sociales, en todas sus variantes posibles, han confluído años de historia de comunicaciones, literatura, fotografía, entre otros lenguajes, a su vez que han posibilitado la emergencia de nuevos géneros que irrumpen en las viejas dinámicas y vuelven a poner de manifiesto la posibilidad de que “cualquiera” pueda leer y escribir, producir fotografías o videos, dando un nuevo giro a la expectativa que expresó hace casi un siglo Benjamin, al afirmar que “la distinción entre autor y público está a punto de perder su carácter sistemático” (1989, p. 40).

Es así que las redes sociales se constituyen como una nueva zona para el desarrollo, experimentación y desempeño de la presentación del yo. Con ellos, los usuarios disponen de medios de comunicación y espacios propios de intervención en la vida social. Son, potencialmente, productores y generadores de contenidos que crean conversaciones online entre usuarios, forjando distintos tipos y niveles de interacción.

“A través de las redes, nuestros entrevistados amplían en parte su ámbito de acción, interacción y producción de sentido, pero al mismo tiempo, establecen relaciones que refuerzan el universo próximo” (Cabello, 2018, p. 61). En estos casos, la utilización de las redes sociales permite percibir más facetas de las personas conocidas, al tiempo que generan una situación comunicacional en la que dimensionan hasta qué punto y en qué sentido son considerados por el otro.

Internet se volvió el nuevo soporte o paradigma sociotécnico, donde se constituye

la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación. Lo que hace Internet es procesar la virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, que es la sociedad en que vivimos (Renobell Santarén, 2017, p. 118).

En ese contexto es que las redes sociales se volvieron un espacio público, en el cual se encuentran –y desencuentran– imaginarios, concepciones diferentes sobre qué es lo público, qué lo privado y qué compete a la esfera de la intimidad.

Para Hogan (2010) ya no nos movemos por las etapas de la vida evolucionando cronológicamente, sino que vamos dejando huellas de datos en las redes a medida que avanzamos temporalmente. A partir de ello, podemos interactuar con los datos que los demás dejan, como también interactuar directamente con las per-

sonas: “El mundo, entonces, no es solo un escenario, sino también una exhibición participativa” (p. 377).

Imágenes que eran reservadas en la privacidad, se mueven hacia los nuevos espacios públicos, en las que se hacen visibles, estableciendo una construcción de un perfil, y con esto, de una identidad virtual. En la sociedad actual, sólo aquello que está expuesto a la mirada puede ser garantizado como existente, por lo que la identidad se construye a partir de lo expuesto.

En esa exhibición participativa que son las redes sociales, los usuarios y usuarias narran su identidad a partir del contenido que comparten: fotografías, producciones audiovisuales, escritas y sonoras. Si la identidad se encuentra fundamentalmente en la capacidad de la persona de “llevar adelante una crónica particular” (Giddens, 1994, p. 74), la construcción de este relato se basa en el registro y publicación del devenir de la vida cotidiana, acciones en las cuales la imagen fotográfica se convierte en un recurso central, y de allí que “se afianzara la fotografía como práctica privilegiada” (Murolo, 2015, p. 676) dentro de las redes sociales.

De esta manera, la publicación de imágenes, y el consumo de las que otros y otras publican, resulta funcional a la búsqueda de visibilidad por parte de los usuarios y usuarias de redes sociales, a partir de la premisa de que estar conectado implica pertenecer y no pasar desapercibido. Dado que estos monitorean a otros y otras a la vez que son monitoreados, el aumento generalizado de este tipo de usos de la comunicación en redes fomenta la exposición de cada vez más detalles personales, creando así un círculo en el que la conectividad permanente se traduce en la ansiedad por “no perderse ningún detalle”. Para Paula Sibilia (2008) se trata de una “espectacularización del yo” centrada en la acentuación de la individualidad: mostrar y mostrarse en las redes sociales son formas de reafirmar el yo afines al contexto dado por un modo de producción capitalista donde los principios económicos neoliberales se tornan fundantes y el consumidor y su práctica constituye un eje ordenador (van Dijck, 2016).

Se podría decir que, en la actualidad, el exhibirse ya no es algo extravagante, debido a que, a partir de la irrupción de las redes sociales en la socialización, se volvió una estrategia habitual en la vida de un gran número de personas. Estaríamos ante una generalización de la operación de performar, como la denomina Richard Schechner (2003), entendiéndola como una práctica que busca el ser exhibido al máximo y resaltando que la misma se destina a la mirada de otros y otras y en donde la realización de los actos cotidianos se vuelve indistinguible de su planificación para ser retratados o proyectados, dicha “teatralización coreográfica no sólo se está generalizando, sino que además se ha legitimado en el plano moral” (Sibilia, 2020, p. 168). Mostrarse ya no es algo vergonzoso, ya que la forma en que las identidades se producen, de manera alterdirigida, desde la comunicación de aspectos y detalles que se resaltan en diferentes soportes y ya no sólo en la conversación presencial.

Así, los espacios circundantes se transforman en un plató o escenografía donde retratar la cotidianidad: «nos exponemos como “actores” todo el tiempo o en cualquier tiempo, la ciudad, nuestros hogares y nuestras vidas constituyen un gran escenario» (Morales, 2013, p. 46). Lo innovador de esto es que «todos somos actores, todos podemos ser (y lo somos) figuras públicas, no solo los políticos, los actores profesionales, los deportistas» (Ibíd., p. 46).

Estas prácticas comunicacionales en las que, al menos en apariencia, usuarios y usuarias exhiben su intimidad han sido foco de variados análisis: se las ha enmarcado como prácticas confesionales (Sibilia, 2008), se las ha adscripto a un “capitalismo de las apariencias” (Fontcuberta, 2016) e incluso se las ha asociado a una “sociedad pornográfica” (Han, 2013). La relación que se sostiene en estos posicionamientos es de pesimismo por la convicción de que “se ha roto con la noción clásica de intimidad y de privacidad” (Renobell Santarén, 2017, p. 120).

Sin embargo, resulta más productivo partir de la premisa de que los límites entre privado y público no son fijos ni constantes. Los nuevos contextos llevan a que usuarios y usuarias establezcan –a partir de los condicionamientos y potencialidades de las mismas plataformas– nuevas y específicas diferenciaciones entre lo que es publicable, lo que es íntimo y privado bajo determinados contextos situacionales que quedan definidos por el uso de las redes sociales. En consecuencia, y dado que una definición apropiada de privacidad debe ser relativa a un contexto situacional (e interaccional) específico, indagar empíricamente acerca de cómo los usuarios y usuarias caracterizan el medio social Instagram, y a su vez, averiguar sobre qué consideran corresponde a la esfera privada, qué a lo íntimo y qué a lo público, nos parece pertinente.

Antecedentes

La intersección entre juventud, redes sociales e intimidad ha sido un campo de investigación en expansión en los últimos años. El interés sobre dicho tema ha explorado principalmente los riesgos derivados de la exposición de información personal en perfiles públicos de diversas plataformas. Estos enfoques han arrojado luz sobre las preocupaciones de privacidad de los usuarios, especialmente entre los jóvenes, en un entorno digital cada vez más público.

La revisión sistemática de literatura en torno al uso de las redes sociales de los jóvenes entre 2017 y 2021 de Motemayor Garza & Tapia Cortes (2022) analizó el impacto y los modos de uso de redes sociales en jóvenes. Los resultados demuestran que el impacto del uso de las redes sociales se concentró en riesgos asociados con los fenómenos phubbing, fitspiration y el phishing. De igual forma, se evidencia el efecto de los influencers, la diversidad de contenidos de interés, la preferencia en el horario de uso, el tipo de dispositivo que utilizan para conectarse, las redes sociales más utilizadas, el tipo de habilidades que han desarrollado con el

uso, los beneficios, finalidades y los miedos que enfrentan los jóvenes dentro de las redes sociales. En cuanto a los modos de uso de las redes sociales se encontraron: usos positivos, negativos, educativos, motivante, característicos y alternativos. Sin embargo, no se profundizó en cómo los usuarios implementan estrategias de resguardo en perfiles públicos para mitigar estos riesgos.

Hernández-Serrano et al. (2021) enfocó su investigación en los riesgos que enfrentan los adolescentes en su búsqueda de auto-representación digital en redes sociales. El estudio se centró en cómo este grupo etario enfrenta riesgos al compartir información en plataformas como WhatsApp, Instagram y Spotify. El hallazgo central fue que las prácticas de auto-representación así como la ausencia de filtros de audiencia se presentan como factores de riesgo significativos que exponen a los adolescentes a riesgos de privacidad, a pesar de su conocimiento sobre tales riesgos.

Paralelamente, González Sanmamed et al. (2022) analizaron los hábitos de estudiantes universitarios, evidenciando que la difusión de datos personales en redes sociales es una tendencia preocupante. Estas investigaciones subrayan la necesidad de formación en privacidad y educación sobre la intimidad en el entorno digital.

Bajo el objetivo de investigar la relación entre la configuración de la privacidad en los perfiles de Facebook y dos dimensiones de personalidad (extroversión y neuroticismo) en relación con el sexo, Casado Riera et al. (2015) aplicaron un cuestionario de privacidad y de personalidad a una muestra de 92 mujeres y 70 hombres, usuarios de Facebook. No se encontró una relación significativa entre extroversión o neuroticismo y la privacidad en los perfiles de Facebook, pero si se presentaron diferencias significativas de sexo respecto a la privacidad.

Situándonos en el análisis en torno a la red social Instagram específicamente, Montero Corales (2020) realizó un acercamiento hacia la apropiación y consumo en dicha aplicación por parte de jóvenes universitarios, donde identificó la diversidad de usos de la plataforma, entre los que se encuentran la utilización de esta red social como herramienta de interacción social, documentación, expresión personal y mirar lo que los otros hacen, así como un espacio de interacción con usuarios, marcas e influencers.

Otro estudio, realizado por Lemus (2020) se encargó de examinar las regulaciones en el desarrollo de la identidad virtual en Instagram, logrando identificar que los jóvenes siguen pautas en relación a la imagen corporal y el estilo de vida. Para esto, a partir de un enfoque metodológico cualitativo, donde combinó entrevistas biográficas con observaciones virtuales de publicaciones de Instagram, indagó en las prácticas para mostrarse e interactuar online de 27 varones y mujeres de entre 15 y 18 años. En relación al tipo de imagen corporal que se debe mostrar, la investigación evidencia una tendencia a la reproducción de estereotipos de género, así como la tendencia a seguir estilos de vida vinculados al “éxito”, enfatizando la importancia del consumo, la belleza y el entretenimiento.

Podemos decir que los estudios en torno a la juventud, las redes sociales y la intimidad están vinculados mayoritariamente a los riesgos derivados de la publicación de información personal en sus perfiles en diversas plataformas. Se pone el foco, asimismo, sobre los aspectos negativos vinculados a prácticas de uso excesivas que entorpecen el desarrollo de otras actividades cotidianas –por ejemplo, la atención en la escuela–. Además, se ha explorado e indagado sobre la existencia de diferencias en los niveles de exposición de información privada según el género y del perfil sociodemográfico. También se analizan las prácticas de publicación de aspectos de la cotidianidad en asociación con trastornos de la personalidad, o diferentes patologías en virtud de dicha exposición.

A pesar de estas investigaciones esclarecedoras, persiste una vacancia investigativa significativa en la literatura en torno a la gestión y la resignificación que realizan los jóvenes sobre lo íntimo, lo público y lo privado en su apropiación de sus redes sociales. Lo que nos da lugar para indagar en torno a cómo los usuarios con perfiles públicos en Instagram implementan mecanismos para gestionar su información y salvaguardar su privacidad en un entorno público, específicamente en un contexto patagónico contemporáneo. Entender cómo los usuarios jóvenes navegan el delicado equilibrio entre autoexpresión y privacidad puede brindar una visión más completa de sus prácticas y desafíos en el ámbito de la presencia digital.

Metodología

La estrategia metodológica que sustenta esta investigación opta por el valor de la integración metodológica y, en consecuencia, por un diseño multimétodo. Para ser más específicos, este diseño utiliza una estrategia de combinación (Morgan, 1998) entre un abordaje cuantitativo y uno cualitativo, de implementación secuencial y en la cual el segundo posee un estatus preferente (Bericat Alastuey, 1998).

El dispositivo cuantitativo quedó constituido por un corpus de fotografías que fueron recopiladas de perfiles públicos de Instagram que responden a las características detalladas a continuación, con la finalidad de buscar en ellas indicadores acerca de la manera en que se definían los espacios privado, público e íntimo así como las motivaciones de la elección de Instagram para desplegar la narración de sus identidades. A partir de la utilización de una cuenta personal perteneciente al/ a la/ a los autor/a/es, se detectaron perfiles que cumplían con los siguientes requisitos:

1. Edad: 18 a 34 años. Esta segmentación de edad corresponde a que la mayor cantidad de usuarios de Instagram son parte de este rango etario. Según el sitio Statista, quienes se desempeñan como proveedores de datos de mercado e información sobre los consumidores, representan en Argentina, el 42% del total de usuarios.
2. Lugar de procedencia: Comodoro Rivadavia.
3. Género: se eligieron perfiles de hombres, mujeres y disidencias sexuales.

4. Privacidad de la cuenta: las cuentas debían estar configuradas en modo público.
5. Actividad en la cuenta: actualización de feeds con un período no mayor a 1 año entre publicación y publicación.
6. Cuentas personales: los perfiles sin fines de lucro.

El corpus se recopiló entre enero y noviembre del año 2021, a partir de 27 perfiles escogidos de acuerdo a los criterios recién enumerados. Se seleccionó una muestra de entre 10 y 14 imágenes de cada cuenta para realizar un análisis de contenido de cada fotografía. Además, se efectuó un análisis sobre el orden plástico de la imagen, es decir, la forma. Este análisis permitió delimitar grupos de usuarios con características a priori diferenciadas en cuanto al interés de la investigación, así como establecer ejes temáticos para el abordaje de las entrevistas. En un primer análisis realizado en base al corpus fotográfico, Rodríguez (2022), se evidenció que los usuarios seleccionados presentan su imagen bajo diferentes categorías. En primera instancia, podemos diferenciar las tomas de acuerdo a si el personaje aparece solo o acompañado por más personas. Cuando se trata de presentaciones con otras personas, se diferenció de acuerdo al tipo de relación que poseen con el personaje que suman a sus perfiles. Por último, se realizó la categorización de los espacios y actividades que retratan y comparten dentro de Instagram.

De esta manera se procedió a la instancia cualitativa, en la que se efectuaron entrevistas en profundidad a 13 usuarios, buscando indagar en las construcciones de sentido asociadas a la práctica comunicativa de publicación de fotografías personales en Instagram, especialmente en cuanto a las definiciones de intimidad, privacidad, publicidad, a las tácticas de control del flujo informativo. Las entrevistas tuvieron lugar entre diciembre 2021 y enero 2022. Fueron grabadas y sus desgrabaciones analizadas con un software de análisis cualitativo de datos (Atlas.ti). En la presentación de resultados se han modificado los nombres con el objeto de preservar el anonimato de los entrevistados.

Resultados

Teniendo en cuenta que la hipótesis planteada es que el uso de Instagram implica la construcción de una concepción específica de intimidad, es que se procedió a realizar entrevistas con usuarios seleccionados bajo los criterios anteriormente descriptos para la indagación de lo sugerido.

Del análisis de los datos de las entrevistas realizadas, se desprenden 2 tipos de caracterizaciones de acuerdo a los temas que se fueron abordando durante el diálogo con cada usuario:

- Usos y prácticas comunicacionales vinculadas a Instagram
- Privacidad, intimidad y publicidad

Usos y prácticas comunicacionales vinculadas a Instagram

Instagram fue una de las primeras redes sociales exclusivas para acceso móvil. Es una red social para compartir fotos y vídeos entre usuarios, con la posibilidad de aplicación de filtros. Originalmente, una peculiaridad de Instagram era su limitación en cuanto al formato fotográfico, ya que sólo permitía fotos cuadradas, imitando el estilo vintage, como el de las cámaras Polaroid. En 2012, la aplicación fue adquirida por Facebook cambiando algunas de sus características, ya que ahora es posible publicar fotos en diferentes proporciones, vídeos, historias, boomerangs y otros formatos.

De acuerdo con el informe Digital In 2022 elaborado por We Are Social en colaboración con Hootsuite, en 2022 Facebook se encuentra en primer lugar del ranking al contar con 2.910 millones de usuarios a nivel global. En el segundo puesto está ubicado YouTube, que actualmente cuenta con 2,562 millones de usuarios activos. Más allá del caso particular de Facebook, es innegable que la empresa reúne a la mayoría de las redes sociales con más usuarios del mundo, ya que WhatsApp (2.000 millones de usuarios), Messenger (988 millones de usuarios) e Instagram (1.478 millones de usuarios) se encuentran en el top 10 de este ranking, en la tercera, cuarta y séptima posición respectivamente.

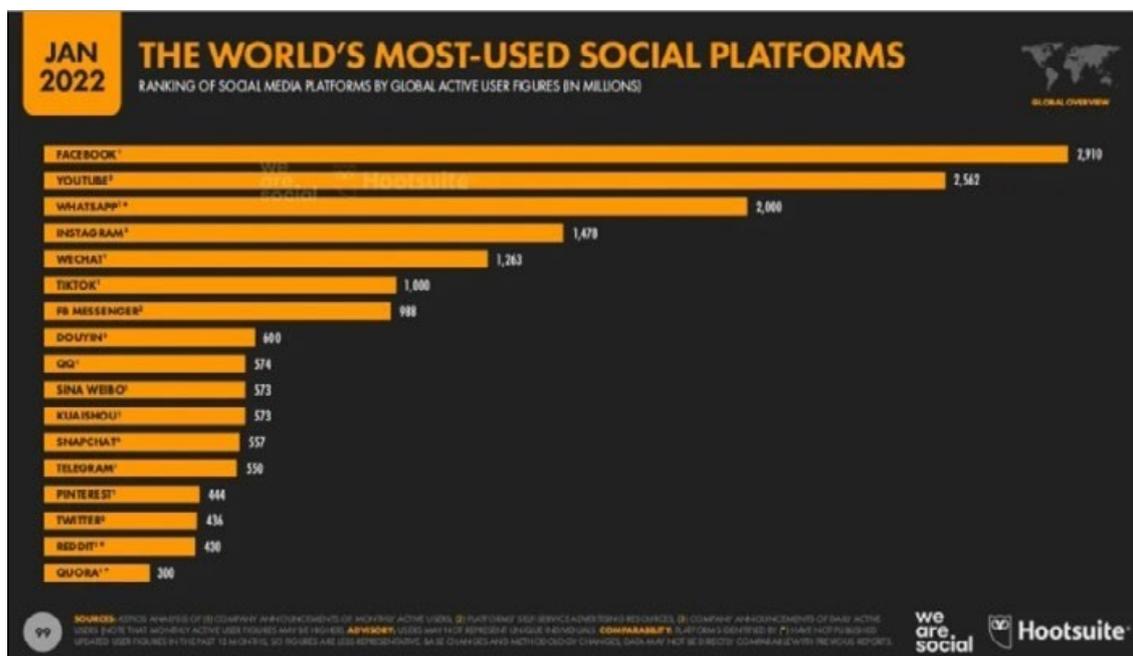


Gráfico N.º 1: Redes sociales más utilizadas a nivel mundial en 2022.

Fuente: We are social / Hootsuite

En ese sentido, al ser una de las principales redes sociales vinculadas a lo visual, Instagram es esencial a la hora de interrogarse sobre los usos de la fotografía que realizan los jóvenes.

Tal como podemos evidenciar en el siguiente gráfico del mismo informe citado, Instagram es la red social favorita para la segmentación etaria de 18 a 34 años, conformando por el 28, 8% en el caso de las mujeres, y el 32, 8% para los varones del total de usuarios presentes en esa red.

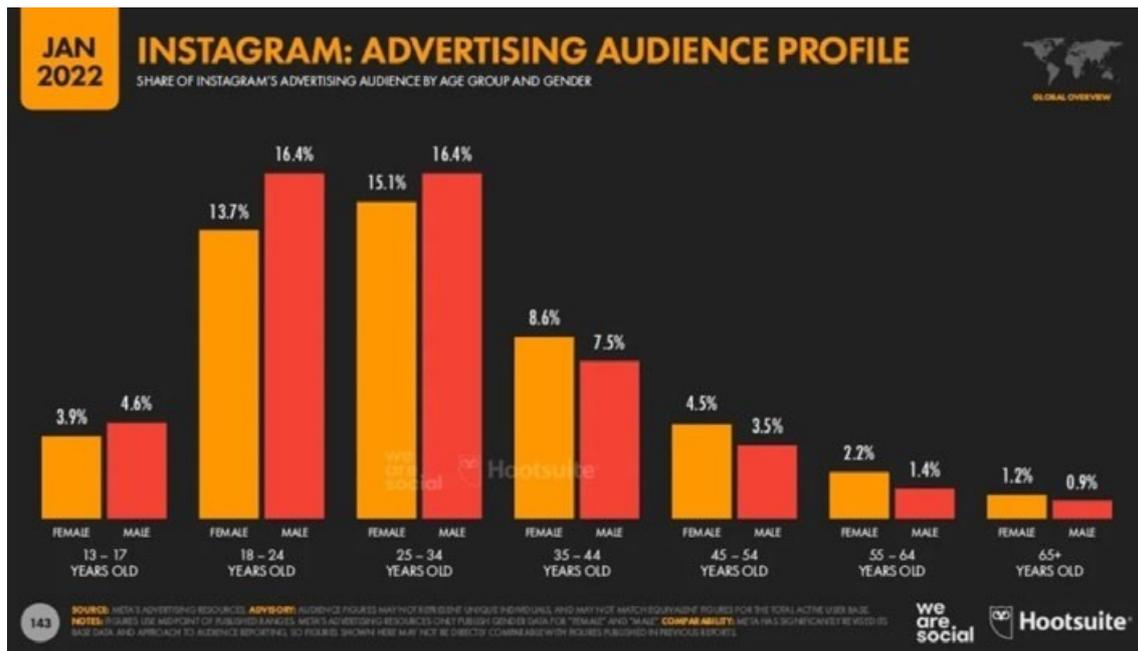


Gráfico N.º 2: Usuarios de Instagram de acuerdo a edad y género.

Fuente: We are social / Hootsuite

Según las personas entrevistadas, el “boom” de Instagram fue luego de 2012, según indica Néstor, “yo me lo hice en 2012, 2013, pleno auge”. La mayoría de los usuarios consultados responden que, a partir de dicho boom, de la toma de conciencia de que la mayoría de sus conocidos y círculos estaban en esa red, deciden crearse un perfil para “no quedarse afuera”. El miedo a la exclusión y la invisibilidad actúan, de manera que se debe estar conectado para pertenecer. Una de las usuarias entrevistada, Mariela, refiere a ello, diciendo que se hizo un perfil debido a que «todos mis compañeros tenían Instagram, yo me acuerdo que tenía Facebook y como que en una sentía como que me perdía cosas porque por ahí hablaban de cosas que compartían y en ese momento era como “yo quiero estar ahí”».

Si no estás en Instagram, un poco no existís

Instagram, como tantas otras redes sociales, se convirtió en un espacio de visibilidad social para los jóvenes usuarios. A partir de dicha visibilidad, confirman que

existen, reafirman su existencia a través de compartir imagen/es de la experiencia sucedida. En ese sentido, aquellas personas que no están presentes en las redes son vistas como raras o como símbolo de alarma, ya que María señala que ante el caso de buscar a alguien en Instagram y que no aparezca su perfil, se plantea «¿Es real esta persona? No está en redes, no está en Instagram, ¿existe realmente? Como que te lleva a ese cuestionamiento, porque no estás en redes sos una loca, como red flag dirían por ahí».

Es así que los usuarios, apelan a que la creación de un perfil dentro de Instagram les sirvió para vincularse con conocidos, actualizarlos sobre sus vidas y al mismo tiempo obtener retroalimentación de las vidas de los demás. Es decir, exponerse sus identidades para ser monitoreadas, al tiempo que monitorean a los demás. En ese sentido, cuenta Néstor que lo utiliza específicamente para actualizar a su entorno sobre sus estados,

“lo uso mucho para esas personas que están lejos y quizás a veces no hablamos, pero bueno «está haciendo esto, está bien el chico» , más que nada para eso. Para que sepan los que están a más de mil kilómetros mío, que estoy bien y qué estoy haciendo, un punto de referencia”.

Asimismo, actualizan sus estados corporales, como desarrolla Mariela “yo me tiño el pelo todo el tiempo entonces dejar un registro por lo menos de los colores que tengo del pelo. Como mostrar una imagen actual” .

Uso diferenciado entre redes

Instagram posee, como plataforma perteneciente a Facebook, la opción de vincular el contenido que se comparte en dicha red social hacia otras redes del mismo conglomerado comunicativo, como Facebook o WhatsApp. Sin embargo, los usuarios concuerdan en que la utilización que hacen de las redes es diferenciada, es decir, suben diferente contenido según el ámbito. Juan dice que,

“Lo que subo a Instagram, solamente lo subo ahí. Es más, viste que aparece la opción «compartir en Facebook» pero no lo hago, no sé por qué. Facebook son memes y la parte con mi familia, y en Instagram es la parte de mis amigos. Aunque en Facebook igual tengo amigos y en Instagram igual tengo familia, pero es como que está marcada la línea”.

En ese sentido, el espacio de Instagram se construye como un espacio “controlado”, en el que se está con contemporáneos, más con los amigos que con la familia y en el que se genera un código específico referido a lo que es apropiado subir y lo que no.

Privacidad, intimidad y publicidad

Métodos de cuidado

Una de las variables establecidas a la hora de seleccionar los usuarios a analizar fue que posean sus cuentas personales en modo público, debido a que, al ser de libre acceso, no se requiere autorización del autor/a para acceder a ellas, y a su vez supone una circulación más amplia que su círculo inmediato. A la hora de consultarles sobre ello, muchos de los usuarios no recordaban tener esa configuración. Sin embargo, consideran que comparten el contenido para que sea visto, sin ningún problema relacionado a ello. Opinan que tienen bastante conocimiento y seguimiento de quiénes son las personas detrás de las cuentas que los siguen, tanto como a quiénes siguen. Tal como podemos observar en las siguientes afirmaciones:

LAUTARO: No, la verdad que no. Conozco los riesgos, es internet. No me preocupa y tampoco lo pienso, porque no sé qué pasaría.

SANTIAGO: Cuando subo alguna foto, no estoy pensando en la llegada o quién lo puede ver. Si lo comparto es porque quiero que se vea, pero no tomo como esa dimensión.

SERENA: Una vuelta con una amiga descubrimos que si entras a estadísticas te dice la cantidad de veces que tu foto fue mandada y la cantidad que fue guardada y de ahí entre en un loop de querer saber desesperadamente quién se guardó mi foto y quién se la mandó, obviamente nunca lo terminé de saber completo. Me generó muchísima incertidumbre y me puso un poquito ansiosa, entonces no. Prefiero no darle bola.

También consideran que llevan a cabo un modo de selección de seguidores, debido a que periódicamente revisan qué perfiles los siguen, entrando a ellos para chequear información. En el caso de que posea escasa o nula información, les resulta alarmante por lo que optan por eliminar o bloquear a ese seguidor.

Las familias, out

Los usuarios consultados a partir de las entrevistas, describen que, aunque posean un perfil público, en el que estén expuestos al público en general, deciden poner un límite a quienes llegan a determinados contenidos que comparten en Instagram particularmente. Ese límite se lo orientan principalmente hacia sus familias. El general de los entrevistados alegó que, si no lo hacen actualmente, durante épocas pasadas tuvieron a familiares bloqueados de sus perfiles para evitar conflictos, o planteos. En otras palabras, se va perdiendo progresivamente este tipo de restricción al acceso a medida que se avanza en edad.

Dicha restricción o bloqueo a la familia, en los usuarios seleccionados que corresponden a las disidencias sexuales, sucede en todos los casos. Lo que se suma a lo visto durante el análisis realizado en el corpus de fotografías pertenecientes a los

perfiles de los usuarios entrevistados, donde se evidencia que en dichos perfiles no hay fotografías con o de sus familias. Es decir, que los usuarios correspondientes a disidencias sexuales, construyen un espacio dentro de Instagram en los que las familias están restringidas en el acceso, así como ausentes de representación visual.

Tal como podemos ver en la Imagen N.º 1, donde la persona protagonista del perfil se presenta a partir de una construcción centralizada en su propia imagen y con la eventual adhesión de amistades en su perfil.



Imagen N.º 1

Asimismo, consideran Instagram como un espacio más juvenil y contemporáneo – cuestión que es verificada al tener en cuenta que el segmento de usuarios mayoritarios dentro de Instagram, se corresponde con las edades de las personas entre-

vistadas—. En el caso de Facebook, los usuarios lo suponen como un espacio de grupos más avanzados en edad, es “el lugar de los viejos y de las familias” . Nos cuenta Marcos que,

“Entonces creo que en Instagram yo me animo, no sé, a subir muchas cuestiones que tienen que ver con el activismo que son políticamente incorrectas por así decirlo, que en Facebook no lo haría porque hay determinada gente que no lo entendería. Más que nada porque en Facebook hay más gente mayor, mayor en edad y gente que es muy asociada a esa red social. Facebook ha quedado como una red social que usa gente de 40 y pico para arriba”.

Si algún miembro de sus familias posee un perfil dentro de Instagram, en muchos casos tienden a bloquearlos. “Si, me siento bastante libre en mis redes, pero si mantengo gente bloqueada para también poder sentirme cómodo en mis redes sociales, porque es mío y si no te interesa no me sigas o bloqueame vos” describe Lautaro.

Por último, un mecanismo de “ocultamiento” desplegado por los usuarios para evitar ser detectados por sus familiares en la red es el de utilizar nombres artísticos. Serena dice

“Lo uso porque soy consciente de que yo me estoy exponiendo, soy consciente a quién me estoy exponiendo e independientemente de que no sea completamente quien yo soy, hay cosas, siguen siendo cosas muy personales que prefiero que gente no vea, y que no pregunte y que no curioseé por ahí. Por ejemplo, mi familia. En Instagram tengo bloqueado a todos, a toda mi familia”.

Conclusiones

Hoy, la mayoría de las actividades de socialización que realizamos, están mediadas técnicamente. A través de las redes sociales podemos enterarnos que la hermana de nuestra mejor amiga se compró un auto, que nuestro sobrino está reunido con sus amigos estudiando, conocemos el nuevo tatuaje de nuestra compañera de la Facultad; al tiempo que nos enteramos la invasión rusa a Ucrania y por qué es feriado pasado mañana.

Naturalizamos las formas a través de las cuales nos comunicamos y perdemos de vista que no es algo natural e innato, sino que se da a partir de alfabetización. El sistema es desigual y esa desigualdad se transcribe necesariamente al ámbito digital (Bianchi y Sandoval, 2020, p. 4).

Es por eso que, desde las ciencias sociales, es esencial poder desnaturalizar los procesos de socialización en los que estamos envueltos para dar cuenta de las signifi-

caciones que recorren en la relación con otros. Y específicamente desde el campo de la comunicación, dar luz sobre aquellos procesos que están tan implícitos que pasan desapercibidos. Tal como señala Bianchi (2014)

Indagar en estas prácticas implica situarse en el lugar de pensar las nuevas tecnologías como centrales en la vida cotidiana de gran parte de la humanidad (por presencia o ausencia) y también indagar en el quehacer de la gente con las nuevas tecnologías: cómo las incorpora a sus tareas, cómo se transforman las prácticas con esa introducción, qué nuevas prácticas emergen con su uso (p. 9).

Poder orientar la atención a los modos por los cuales las tecnologías cambian nuestra manera de relacionarnos, es vital en este momento, y más si tenemos en cuenta que la mayoría de los usuarios en la red seleccionada son personas que están terminando su adolescencia, entrando a su adultez. Sandoval nos indica que

Hay muchas y buenas razones para fijar la mirada en la juventud. Entre otras –pero no de importancia menor– hay una buena razón teórica: es difícil encontrar un sujeto que deba constituirse en la respuesta a interpelaciones tan distintas, contrapuestas y contradictorias. Los jóvenes no son un apéndice, sino más bien un síntoma de nuestras sociedades (2004, p. 29).

Entonces, aquí se propone destacar la importancia de estudiar los fenómenos comunicativos, ya que la modificación de los mismos, consecuentemente modifica la manera de relacionarnos con otros y con la construcción de nosotros mismos.

Por eso, retomamos la hipótesis de que el uso de Instagram es un espacio importante para la presentación del yo de los usuarios seleccionados e implica una concepción específica de intimidad, y el desarrollo de mecanismos que les permitan sentirse al resguardo. “Así como esperamos que nos miren, también debemos disputar esa mirada. La plataforma de Instagram funciona más al estilo de vidriera desde donde presentarse a otros en el mundo a través de la imagen” (Bard & Magallanes, 2021, p. 9).

La elección de Instagram específicamente responde a que se edificó como un territorio juvenil de socialización, con códigos estéticos y compositivos que los guían en los modos de fotografiarse y compartir contenido. En ese sentido, lo apreciado dentro de este espacio es lo joven, bello, armonioso, por lo que los usuarios construyen una presentación del yo en el que sigan o contradigan lo hegemónico, a partir de la selección de sus rasgos corporales a representar en la fotografía.

Se puede decir que los usuarios entrevistados, a partir de sus perfiles en modo público, construyen dentro de este espacio digital un círculo íntimo. Aunque su información y fotografías estén disponibles al público en general, ellos consideran que ejercen un control constante sobre quienes acceden a sus perfiles y sobre qué información está allí disponible.

Al construirlo como un espacio juvenil, donde está limitada la entrada a ciertas personas –familia en particular u otros, como es el ámbito laboral o escolar/universitario– Instagram se edifica como un espacio íntimo donde se ejerce control sobre quienes conocen sobre sus vidas. Por eso, el concepto de intimidad es desplegado por los usuarios: como demarcación de espacios donde se representan como una construcción a conciencia (feed) o más cotidiana y menos producida (historias) junto a la delimitación de las personas que no pueden ver el perfil –bloquear los husmeadores no deseados o establecer mejores amigos–. En línea a lo detectado por Montoya & Mira (2020) que, según usuarios de Instagram entrevistados en virtud del análisis de sus comportamientos de exhibición de detalles personales dentro de la red social, lo íntimo fue “entendida como una esfera de la vida en la que cada individuo tiene un propio dominio sobre detalles personales que se reservan para sí mismos o para su círculo más cercano de amigos y familia” (p.26).

Ese espacio establecido en Instagram como juvenil e íntimo, la información que comparten es adecuada a dicho círculo. Lo que se constituyó como diferente en Instagram es la toma de conciencia sobre la capacidad que poseen los usuarios de construir ese espacio como íntimo, a partir del control sobre la información que les comparten a sus seguidores. Lo que representa un cambio en qué es lo considerado público y que lo privado para los jóvenes, ya que la identidad virtual desarrollada dentro de Instagram, se construye sumando cada vez más aspectos de la vida en dicho espacio público.

En contraposición a lo aportado por Hernández Serrano et al. (2021) en el análisis de usos que realizan los adolescentes en las redes para autopresentarse, donde desarrolla que

El control que ofrece al usuario de las redes sociales la posibilidad de limitar la publicación de información personal para diferentes audiencias, una acción que no ha resultado ser una práctica común en los adolescentes de la muestra analizada, ya que en torno al 70% confirmaron que no la realizan. Esto podría suponer que, efectivamente, sus prácticas suponen riesgos para su privacidad, porque su información personal es de acceso público y no limitada a sus contactos (p. 146).

Por último, podemos dar cuenta a través de las entrevistas que los usuarios suponen lo privado y lo íntimo como sinónimos. Este es un eje importante a indagar y profundizar en una próxima investigación, para poder establecer qué diferencias construyen los usuarios de privacidad e intimidad o si lo usan como un concepto sinónimo para referirse a tras bambalinas.

Referencias

Arendt, H. (2011). *La condición humana* (1. Aufl., 7. Nachdr). Paidós.

- Bard, G. y Magallanes, M. (2021). Instagram: La búsqueda de la felicidad desde la autopromoción de la imagen. *Culturales*, 9, e519. <https://doi.org/10.22234/recu.20210901.e519>
- Benjamin, W. (1989). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. En *Discursos interrumpidos I* (pp. 15-57). Taurus.
- Bericat Alastuey, E. (1998). *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social: Significado y medida*. Ariel.
- Bianchi, M. P. (2014). Prácticas en una comunidad colaborativa virtual: Condiciones de posibilidad para la cooperación, aprendizajes y sociabilidad. *Razón y Palabra*, 18, pp. 380-394. Recuperado a partir de <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/603>
- Bianchi, M. P. y Sandoval, L. R. (2020) Covid-19, desigualdad y reflexiones desde la periferia. *Question/Cuestión*, Informe Especial Incidentes III.
- Cabello, R. (2018). *20 minutos en el futuro: distancias y relaciones interpersonales en el espacio digital*. Prometeo libros.
- Casado Riera, C., Oberst, U., & Carbonell, X. (2015). Facebook: personalidad y privacidad en los perfiles. *Anuario de Psicología*, 45(1), 39-54.
- Fontcuberta, J. (2016) *La furia de las imágenes: notas sobre la postfotografía*. Galaxia Gutenberg
- Giddens, A. (1994). *Modernidad e identidad del yo: El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Península.
- Goffman, E. (1979). *Relaciones en público: Microestudios del orden público*. Alianza Editorial.
- Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu.
- González Sanmamed, M., Dans Álvarez de Sotomayor, I., Muñoz Carril, P. C., & Estévez Blanco, I. (2022). Adolescencia y privacidad digital. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 27(93), 583-603.
- Han, B.-C. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Editorial Herder.
- Hernández-Serrano, M^a J., Renés-Arellano, P., Campos Ortuño, R. y González-Larrea, B. (2021). Privacidad en redes sociales: análisis de los riesgos de auto-representación digital de adolescentes españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 133-154. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1528>
- Hogan, B. (2010). The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377-386. <https://doi.org/10.1177/0270467610385893>
- Lemus, M. (2021). Exposición regulada: prácticas de jóvenes en instagram. *Astrolabio* (26), 312-342. En *Memoria Académica*. Disponible en: https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.13256/pr.13256.pdf
- Martín-Barbero, J. (2012). De la Comunicación a la Cultura: perder el “objeto” para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento*, vol. XXX, núm. 60, pp. 76-84. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86023575006>
- Montero Corrales, L. (2020). Un acercamiento hacia la apropiación y consumo de Instagram por parte de jóvenes universitarios. *Revista Reflexiones* 99(2), 1-22. DOI: 10.15517/rr.v99i2.39543
- Montoya, M. y Mira, V. (2022) *Exhibición de intimidación: reconfiguración de comportamientos en usuarios de Instagram*. Universidad de Antioquia, Medellín.
- Morales, S. (2013). Apropiación tecno-mediática: El capitalismo en su encrucijada. En S. Morales & M. I. Loyola (Eds.), *Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación: La apropiación tecno-mediática* (pp. 37-51). Imago Mundi.
- Morgan, D. L. (1998). Practical Strategies for Combining Qualitative and Quantitative Methods: Applications to Health Research. *Qualitative Health Research*, 8(3), 362-376. <https://doi.org/10.1177/104973239800800307>
- Motemayor Garza, M. y Tapia Cortes, C. (2022). Impact and modes of use of social networks: A systematic review of literature 2017-2021. *New Trends in Qualitative Research*, 12, e660. <https://doi.org/10.36367/ntqr.12.2022.e660>

- Murolo, N. L. (2015). Del mito del narciso a la selfie. Una arqueología de los cuerpos codificados. *Palabra Clave, Revista de Comunicación*, 18(3), 676-700. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.3.3>
- Nissenbaum, H. F. (2010). *Privacy in context: Technology, policy, and the integrity of social life*. Stanford Law Books.
- Renobell Santarén, V. (2017). Análisis de Instagram de desde la Sociología Visual. En M. Á. Martínez-García (Ed.), *La imagen en la era digital* (pp. 115-129).
- Sandoval, L. R., (2004). El tiempo no para: inter- pelaciones múltiples a lo “juvenil”. en *Los Jóvenes. Múltiples miradas*, Centro de Estudios Patagónicos de Comunicación y Cultura. Universidad Nacional del Comahue (pp. 19-39).
- Sandoval, L. R. (2020). La apropiación de tecnologías como proceso: una propuesta de modelo analítico. En R. Canales Reyes y C. Herrera Carvajal (Coords.), *Acceso, democracia y comunidades virtuales: apropiación de tecnologías digitales desde el cono sur*. CLACSO; Red de Investigadores sobre Apropiación de Tecnologías Digitales, pp. 33-49.
- Schechner, R. (2003). *Performance theory* (Rev. and expanded ed). Routledge.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo* (1a ed.). Fondo de Cultura Económica.
- Sibilia, P. (2020). ¿Autenticidad o performance? En L. Africano (Ed.), *La vida digital de los medios y la comunicación: Ensayos sobre las audiencias, el contenido y los negocios en internet*. Granica.
- Thompson, J. B. (2001). *El escándalo político: Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Paidós.
- Thompson, J. B. (2005). The New Visibility. *Theory, Culture & Society*, 22(6), 31-51. <https://doi.org/10.1177/0263276405059413>
- Thompson, J. B. (2015). Los límites cambiantes de la vida pública y la privada. *Comunicación y Sociedad*, 15, 11-42. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i15.1138>
- van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.



Esta obra está bajo licencia internacional [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).