

**TESINA DE GRADO**  
**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**



**71**  
publicaciones

**1210**  
seguidores

**1193**  
seguidos

**CAROLINA PAOLA PELLIZÓN**

“Personalidades digitales: análisis de perfiles de jóvenes estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social (estudio de casos) en la red social Instagram en el año 2024”

**DIRECTOR**

Sebastián Stra.

Siguiendo

Mensaje



Universidad  
Nacional  
de Rosario

## ÍNDICE

|                                  |           |
|----------------------------------|-----------|
| <b>Agradecimientos.....</b>      | <b>1</b>  |
| <b>Resumen.....</b>              | <b>3</b>  |
| <b>Introducción.....</b>         | <b>4</b>  |
| <b>Planteo del problema.....</b> | <b>6</b>  |
| <b>Objetivos.....</b>            | <b>8</b>  |
| <b>Justificación.....</b>        | <b>9</b>  |
| <b>Antecedentes.....</b>         | <b>11</b> |
| <b>Marco teórico.....</b>        | <b>13</b> |
| <b>Nivel Macro.....</b>          | <b>13</b> |
| <b>Nivel Meso.....</b>           | <b>17</b> |
| <b>Nivel Micro.....</b>          | <b>24</b> |
| <b>Metodología.....</b>          | <b>29</b> |
| <b>Análisis.....</b>             | <b>32</b> |
| <b>Conclusiones.....</b>         | <b>52</b> |
| <b>Anexos.....</b>               | <b>55</b> |
| <b>Bibliografía.....</b>         | <b>56</b> |

## **Agradecimientos**

A mi familia, por creer siempre en mí y brindarme su apoyo incondicional. Su confianza y cariño han sido la fuerza que me impulsó a seguir adelante.

A mis amigos... los de siempre, los que se sumaron en estos años, y las personas que esta casa de estudios me ha regalado. Nada hubiera sido igual sin ustedes.

A Sebastián, mi tutor, por su tiempo, dedicación y compromiso. Su orientación y paciencia fueron fundamentales para hacer de este proyecto una realidad.

A la Universidad Pública, por darme la oportunidad de profesionalizarme y formar parte de un espacio que apuesta al crecimiento.

A todas las personas que, de una forma u otra, colaboraron con esta tesina.

## **Resumen**

Esta tesina explora la construcción de identidad digital en jóvenes de 20 a 24 años, estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario (UNR), a través de la red social Instagram. A partir del análisis de publicaciones, entrevistas y teorías sobre identidad, se examina cómo las imágenes y textos en la plataforma se convierten en herramientas de auto-representación. Además, se investiga cómo los jóvenes emplean Instagram para reflejar sus intereses y emociones, destacando su influencia en la autoexpresión y las relaciones sociales en el entorno digital.

## **Introducción**

La sociedad contemporánea, en el último tiempo, ha experimentado una gran transformación, pasando de un modelo de comunicación unidireccional, donde los usuarios eran los único destinatarios de la información, a ser un medio bidireccional donde las redes sociales jugaron un papel central, así como también las nuevas tecnologías de información y comunicación que cambiaron drásticamente la manera en que los jóvenes se relacionan con el mundo digital. Los jóvenes de hoy se han ido adaptando, identificando y tomando posesión de estas nuevas herramientas. En este marco, es relevante destacar cómo las plataformas mediáticas están influyendo cada vez más en la construcción de identidad de los jóvenes. Al mismo tiempo, es importante que estos logren utilizar estas herramientas de manera positiva sin sentir la presión de mantener o consolidar una cierta imagen predefinida o la necesidad de ajustarse en determinados estándares, como por ejemplo imitar rutinas o ciertas vestimentas de influencers, entre otras.

Entre las diversas plataformas existentes en este nuevo mundo digital, Instagram se destaca como un espacio virtual donde los jóvenes no solo tienen la oportunidad de expresarse, sino también de compartir su vida diaria y, en definitiva, moldear su identidad. Es por esto que esta red social cambió la forma en la que los jóvenes interactúan entre sí y su relación con el mundo que los rodea.

La presente investigación se centrará en la plataforma mediática más utilizada a nivel global, Instagram, debido a que esta aplicación es versátil, combinando diferentes lenguajes como videos, audios, fotografías, texto, etc. La tesina propone abordar la manera en que las imágenes publicadas por los jóvenes en Instagram se vuelven una herramienta fundamental en la construcción de su identidad. Este proyecto busca entender la complejidad de la auto-presentación ante otros, en el contexto de las redes sociales en Internet, involucrando cada vez más la utilización de herramientas digitales.

Esta auto-presentación podríamos pensarla como plantea Groys (2014) en su libro *“Volverse público: las transformaciones del arte en el ágora contemporánea”*, donde afirma que “todo tipo de diseño -incluyendo el diseño de sí- es considerado por el espectador, no tanto como un modo de revelar cosas sino como una forma de ocultarlas” (p. 40), dando por supuesto que las fotografías solo muestra lo que estos usuarios

quieren mostrar a los otros sin saber quién está detrás o que está “ocultando” o que realmente nos quiere decir con ese posteo. Por ejemplo, una persona que publica una fotografía de su viaje a Bariloche podría estar ocultando que en realidad está pasando por un momento difícil en su vida.

A lo largo del estudio, se indagará por las lógicas que están detrás de cada perfil y las identidades digitales asociadas a una selección de jóvenes entre 20 y 24 años estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Se analizará cómo elegir y compartir las fotografías en esta plataforma se convierte en un medio fundamental para la expresión y construcción de la identidad individual. Es importante reconocer que los posteos no son al azar; sino que por el contrario, los usuarios utilizan las fotografías como medio para mostrar sentimientos, emociones, inquietudes, problemas personales y aspectos significativos de sus vidas.

No obstante, es importante señalar las limitaciones intrínsecas de este estudio debido a que la naturaleza de las redes sociales está sujeta a cambios, implicando que los resultados sean efímeros y susceptibles a transformaciones a medida que surgen nuevas tendencias en la propia plataforma. Asimismo, los hallazgos generales deben tratarse con cautela, debido a que las experiencias pueden variar notablemente en función de factores culturales y socioeconómicos.

En este sentido, resulta fundamental destacar la necesidad de monitorear de cerca el impacto de las redes sociales en la construcción de la identidad juvenil. Si bien Instagram brinda posibilidades de autoexpresión, es esencial que los jóvenes comprendan los límites y desafíos asociados con la presión social, la autoimagen y la autenticidad en este entorno digital.

Este proyecto busca comprender y/o entender sobre el complejo mundo de la construcción de identidad en Instagram. A pesar de las limitaciones mencionadas, se espera que esta investigación proporcione una visión esclarecedora de un fenómeno en constante evolución en el ámbito de las redes sociales y contribuya al entendimiento de cómo los jóvenes contemporáneos utilizan estas plataformas para expresarse, conectarse y construir sus identidades digitales.

## **Planteo del problema**

La gestión de la identidad en las redes sociales, especialmente en plataformas como Instagram, se ha convertido en un fenómeno significativo, particularmente para los usuarios jóvenes que oscilan entre los 20 y 24 años y que a su vez, estudian en la Licenciatura en Comunicación Social en la UNR. Estos individuos se encuentran inmersos en una interacción constante con la plataforma, utilizando su espacio virtual para compartir aspectos íntimos de su vida, y de esta manera, construir una identidad digital única y personalizada.

La creación y desarrollo de perfiles en estas redes proporcionan una oportunidad para responder preguntas sobre uno mismo, descubriendo facetas de la personalidad que nos ayudan a conocernos. Esto a su vez contribuye activamente a la construcción de la identidad.

La juventud es una etapa de cambios y transformaciones, tanto físicas como emocionales. Estas emociones pueden estar relacionadas con una serie de factores, como los cambios físicos y hormonales, así como también la inseguridad e incertidumbre. La sociedad también juega un papel importante en la generación de estas emociones, ya que los jóvenes están expuestos a una gran cantidad de mensajes y expectativas sociales que pueden influir en la forma de actuar y pensar.

Por todo lo mencionado hasta ahora, podemos suponer que Instagram funciona como una herramienta que puede ayudar a los jóvenes a construir su identidad. La plataforma les permite conectarse con otros, compartir fotografías, escribir lo que sienten, captarse y mostrarse en el aquí y el ahora. Sin embargo, es importante tener en cuenta que esta aplicación puede generar ciertas inseguridades. Por ejemplo cuando vemos en el feed una fotografía de una persona que conocemos, si la foto nos gusta, le damos like y continuamos viendo cosas. Si la fotografía no nos gusta, es posible que ni siquiera miremos más de un momento. En ambos casos, es posible que no te des cuenta de los detalles de la fotografía como el lugar, la expresión facial, etc. Esto se debe a que la dinámica de Instagram nos lleva a consumir contenido de forma rápida y superficial.

En concordancia con las ideas planteadas por Pisani y Piotet (2009), los perfiles en las redes sociales se asemejan a personalidades digitales, actuando como representaciones

públicas digitales de la identidad de los usuarios. Estos espacios virtuales se convierten en herramientas esenciales para que los jóvenes se representen y cuenten la historia de ellos mismos. La construcción de la identidad en plataformas como Instagram se torna, por tanto, un proceso dinámico y reflexivo donde las imágenes y los contenidos compartidos juegan un papel clave.

La fotografía, en particular, desempeña un papel importante en esta tesina porque más allá de ser un simple medio para capturar momentos, las imágenes publicadas se convierten en una representación visual del individuo, validando su existencia y experiencias. Cada fotografía refleja no solo el cuerpo del usuario, sino también su participación en eventos y vivencias que conforman su propia experiencia personal. En este sentido, las imágenes no sólo capturan imágenes visuales, sino que se convierten en pruebas tangibles de la presencia y la identidad del individuo en la red. Es decir, que la imagen de esos usuarios no solo representa el “ser”, sino que está intrínsecamente relacionado con el acto de “estar”.

En línea con lo anteriormente expuesto, el enfoque de esta investigación se centra en visualizar estos perfiles y analizar sus publicaciones para comprender cómo las personas construyen su identidad en la red. En la siguiente tesina se propone abordar ciertos interrogantes fundamentales: ¿Cómo los jóvenes gestionan su identidad en la red social Instagram a través del contenido que crean en la misma?

El propósito de esta misma radica en comprender las numerosas motivaciones y propósitos que subyacen en la gestión de la identidad en Instagram. A través de observaciones, entrevistas e interpretaciones de los perfiles y sus publicaciones, se pretende descifrar cómo los jóvenes utilizan esta plataforma como herramienta activa para definir y presentar quiénes son, tanto para sí mismos como para el público virtual que los rodea.

## **Objetivos**

Para el desarrollo de la corriente tesina se planteó un objetivo principal que guiará la investigación, del cual se desglosan objetivos más específicos. En este sentido, el objetivo general consiste en explorar el proceso de construcción de identidad de un número reducido de jóvenes estudiantes de entre 20 y 24 años de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNR, que es tomado como estudio de casos, a partir de las fotografías posteadas en los perfiles de Instagram, identificando las significaciones que le atribuyen a las actividades que realizan en dicha plataforma.

Ahora bien, para llevar adelante el objetivo detallado anteriormente, se explicitan ciertos objetivos específicos que servirán para determinar las pautas a seguir. En primer lugar, examinar cómo los jóvenes configuran sus perfiles en Instagram, incluyendo la elección de foto de perfil, biografía y destacados, para proyectar una imagen particular de sí mismos. En segundo lugar, comparar la auto-presentación digital en Instagram con la autoimagen en contextos offline, para identificar diferencias o consistencias en la forma en que los jóvenes se representan a sí mismos en ambos espacios. Y por último, indagar en los significados connotativos y denotativos de las fotografías que se publicaron en la plataforma.

## **Justificación**

Basándonos en algunas estadísticas proporcionadas en el informe de DataReportal “*Digital 2023 october global statshot report*”<sup>1</sup> se estima que, en el año 2023, el número de usuarios activos mensuales en Instagram era aproximadamente de 1320 millones. A raíz de estos datos, la investigación parte del supuesto que Internet, la World Wide Web<sup>2</sup> (www) y finalmente las redes sociales se han insertado en nuestras vidas a tal punto que inciden y están presentes en las costumbres, los valores y creencias de nuestra vida diaria.

En particular Instagram se configura como una plataforma social única, donde de manera entretenida y distintiva, los usuarios comparten momentos significativos de sus vidas a través de imágenes. Además, pudimos recuperar del informe, mencionado anteriormente, un porcentaje estimado de esta plataforma ya que encabeza la clasificación de más sesiones mensuales para las redes sociales debido a que el usuario de la misma abre la aplicación 377 veces al mes. En este sentido, la elección de Instagram para la tesina del corriente año, es una plataforma de redes sociales fundada por Kevin Systrom y Mike Krieger en octubre del 2010 y además es un pilar fundamental de la empresa Meta, liderada por Mark Zuckerberg.

En el marco de este proyecto de investigación, partimos de la premisa de que en la sociedad contemporánea, las redes sociales han desencadenado una explosión de información sobre la vida privada, generando una especie de “necesidad” de hacer público aquello que acontece en la vida diaria. Los sujetos comunican sus acciones, comparten los lugares que visitan, exhiben lo que comen, notifican lo que compran, describen con quiénes conviven, cristalizan sus pensamientos, muestran sus carencias y lo que ostentan. Se presume que todo lo que es publicado es observado y captado por otros usuarios en este vasto escenario virtual.

El uso de las redes sociales ha experimentado un crecimiento sostenido hasta convertirse en el medio más popular de interacción social y formando parte de casi todos los aspectos de nuestras vidas. Los usuarios han incorporado una amplia variedad de tecnologías digitales en su repertorio de comunicación y, entre ellas, el empleo de fotografías como medio para transmitir información que ha adquirido un papel igual o

---

<sup>1</sup> Datos recuperados de <https://datareportal.com/reports/digital-2023-october-global-statshot>

<sup>2</sup> Información disponible en: <https://concepto.de/www/>

incluso más relevante que el del texto y la voz. En el siglo XXI, la mayoría de los jóvenes poseen dispositivos móviles que les permiten capturar momentos significativos a través de imágenes y, posteriormente, compartirlos en las redes sociales.

La relevancia de esta investigación radica en el proceso evolutivo de la red, dado que todo está sujeto a constantes cambios y afecta a las personas de diferentes maneras. Es por ello que consideramos de particular interés realizar un acercamiento a la cotidianeidad de estos individuos, con el objetivo de identificar el modo que utilizan Instagram y las significaciones que atribuyen a las actividades llevadas a cabo en esta plataforma.

## **Antecedentes**

Tras indagar, pudimos encontrar artículos académicos, investigaciones e incluso varias tesis de grado y posgrado que tocan directa o tangencialmente nuestro tema de interés.

Se identificaron una variedad de trabajos sobre la relación entre jóvenes y la construcción de identidad en la biblioteca virtual de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, entre ellas las siguientes tesinas: *“Entre el Ser y el (Re)presentar. Sobre la construcción de identidades y el uso de Instagram en los adolescentes”*, de María Sol Villarreal (2019) la cual se interesa por “el proceso de construcción de identidad social en adolescentes, teniendo en cuenta el rol que las redes sociales, en especial Instagram, ocupan en él” (p. 4). La otra tesis *“La construcción identitaria en el espacio digital: Instagram y sus universos simbólicos”* de Diamela Perisutti (2018) trata acerca de la función de la plataforma en sí, de cómo se configura para que las personas creen su identidad.

Además, hay una tesis de grado *“Moda Online. Identidades juveniles construidas en tiempos de hipercomunicación, Instagram e influencers”*, de Sara Infante (2021) que trata acerca de cómo la moda “se adapta al contexto de redes sociales, permitiendo la construcción identitaria de los jóvenes desde una nueva perspectiva, e investigamos sobre las nuevas formas de consumo que estas permiten, siendo el influencer un fenómeno destacado” (p. 2).

Un proyecto de grado similar a esta investigación es de la Universidad Autónoma de Occidente titulada *“Análisis de la construcción de identidad en la red social Instagram en las mujeres entre 18 y 21 años del programa Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Autónoma de Occidente - Cali”*, de Daniela Betancourt Piedrahita y Mariana Alejandra Parra Baldrich (2018) que trata sobre la llegada de las redes sociales. También analizan el comportamiento e identidad en un grupo de mujeres que están constantemente en contacto con Instagram y crean a partir de lo investigado un manual de identidad que generaría impacto en la interacción con sus seguidores.

Indagando e investigando se encontró el proyecto de grado de Leidy Diana Chala Bernal y Laura Viviana Matoma Fetiva (2013) denominado *“La construcción de la identidad en la adolescencia”*. En este trabajo de investigación las autoras buscan

comprender cómo el sujeto construye su identidad a partir de ciertas decisiones, ciertos conflictos y a su vez, desarrollando sus habilidades en otros ámbitos.

Otro proyecto de tesis que funciona como antecedente es “*Instagram y la identidad digital*” de Oriana Agustina Guzzo (2021) que dedicó su tesina a “analizar las narrativas sobre la identidad digital en Instagram por parte de mujeres de entre 20 y 30 años que cursan la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, y su correlato con los posts e historias de sus respectivos perfiles personales” (p. 4).

## **Marco teórico**

Con el fin de establecer las bases teóricas que guiarán el desarrollo de la tesina, se analizaron conceptos, ideas y nociones desde tres distancias de observación: macro, medium (meso) y micro planteadas por el autor Jose Luis Fernández. Estos tres niveles no se piensan por separado, sino que están complementados entre sí para abordar de manera completa el problema a tratar en esta tesina. La interrelación entre estos niveles es clave para desarrollar una perspectiva analítica que contemple tanto las estructuras más amplias como los detalles específicos del objeto de estudio.

Entendemos que la propuesta de Fernández tiene aplicaciones metodológicas, ya que guía la observación en diferentes niveles (desde estructuras sociales amplias hasta interacciones individuales). Sin embargo en este caso será utilizada principalmente como una herramienta teórica para entender cómo las representaciones de la identidad se configuran en cada uno de estos niveles.

Si bien la problemática a abordar se ubica en el nivel micro, es fundamental comenzar por un enfoque más general para luego profundizar progresivamente en él. Esto no solo facilita la contextualización del problema dentro de un entramado social y cultural más grande, sino que también permite observar cómo estos niveles interactúan y moldean la experiencia individual que se investiga. La primera perspectiva que trabajaremos es macro, donde se describen objetos complejos y extensos como la sociedad o la cultura; se desarrollarán en este apartado conceptos sobre *ecología de medios y juventudes*. El segundo nivel es meso, aquí es donde se dan intercambios y conflictos; se retoman conceptos como *plataformas mediáticas*, *tecnologías digitales* e *identidad*. Y por último la perspectiva micro, nos basaremos en las *fotografías/imágenes* que postean los sujetos en los perfiles.

### **Nivel Macro**

Para comenzar a analizar el impacto de Instagram en la construcción de la identidad de los jóvenes nos es imprescindible sumergirnos en la corriente de la *Ecología de medios*, desarrollada por Marshall McLuhan, su principal referente, en la década de 1960. Este enfoque teórico jugará un papel crucial para el desarrollo de la presente tesina, ya que parte de la premisa de que los medios de comunicación no se limitan a ser instrumentos para la transmisión de información, sino que configuran entornos que moldean nuestras

formas de pensar, sentir y, especialmente, actuar. En este sentido, el presente trabajo converge con las ideas de McLuhan (1996), quien sostenía que los medios de comunicación ejercen una influencia significativa en la sociedad y sobre las formas en la que los individuos interactúan.

Siguiendo este planteamiento, el autor sostiene que los medios son extensiones de nuestros sentidos y sistemas nerviosos. En el caso de Instagram, aplicación utilizada para estudiar el fenómeno en esta tesina, se convierte en una extensión del ojo y del yo, además de funcionar como una herramienta. La cámara de Instagram es utilizada para capturar y compartir momentos de la vida de los jóvenes, creando una especie de diario visual de su identidad. Es decir, actúa como un dispositivo que amplifica la vista y permite proyectar una visión idealizada de uno mismo.

Sin embargo, no estamos tan seguros de que tales efectos en Instagram sean del todo positivos. Este proceso de exposición constante a través de imágenes puede generar una ciertas consecuencias:

- La necesidad/obsesión/presión de mostrar una imagen idealizada de sí mismo en las fotografías.
- La constante manía por compararse con el resto de los usuarios, lo que creemos que puede desembocar en problemas con el autoestima y la forma en cómo nos percibimos.
- La necesidad de obtener una aprobación de los otros con los “me gustas” y comentarios para sentirse validado, lo que puede generar una dependencia de la opinión externa.
- La construcción de una identidad que, a través de la selección y edición de fotos, pueda crear una historia sobre quienes somos.

Entonces, cabría afirmar que la ecología de medios proporciona un marco teórico sólido para comprender cómo plataformas como Instagram impactan en la construcción de la identidad de ciertos jóvenes. No obstante, para tener una comprensión más profunda de este fenómeno, es fundamental vincular este enfoque con el concepto de hipermediaciones.

Para comprender esta conexión, es importante definir primero qué se entiende por *hipermediaciones*. Estas son “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de

sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí”. Además, “las hipermediaciones emiten un flujo de diversos lenguajes en simultáneo, al igual que nuevos sistemas semióticos caracterizados por la interactividad y estructuras reticulares” (Scolari, C., 2008, pp. 113 -115).

Por su parte, la ecología de medios estudia la interacción entre diferentes medios de comunicación y el entorno social, cultural y tecnológico. En el caso de Instagram, la plataforma se desarrolla como un ecosistema mediático, el lugar donde las fotografías, los hashtags, los comentarios y los “me gusta” interactúan entre sí para crear una experiencia en los usuarios. Mientras que, las hipermediaciones se manifiestan en Instagram cuando las fotos se convierten en vehículos que integran el texto, la imagen y, en algunos casos, como el Reel, video y audio, lo que permite que los usuarios compartan una narrativa visual más rica y compleja.

Es por lo mencionado anteriormente que la ecología de medios y las hipermediaciones se encuentran unidas en Instagram. Ambas perspectivas son necesarias para comprender cómo la plataforma configura un espacio donde los jóvenes interactúan, construyen su identidad y comparten experiencias.

Para la conformación del nivel macro de esta tesina también se tendrá en cuenta otro concepto que abarca el objetivo del trabajo, este es el de *juventud*.

La juventud es una condición que se articula social y culturalmente en función de la edad -como crédito energético y moratoria vital, o como distancia frente a la muerte-, con la generación a la que se pertenece -en tanto que memoria social incorporada, experiencia de vida diferencial-, con la clase social de origen -como moratoria social y período de retardo-, con el género - según las urgencias temporales que pesan sobre el varón o la mujer-, y con la ubicación en la familia - que es el marco institucional en el que todas las otras variables se articulan-. (Margulis y Urresti, 1996, p. 29).

Además, hay que entender que “la juventud no es una condición natural sino una construcción histórica que se articula sobre recursos materiales y simbólicos” (Margulis y Urresti, 1996, p. 109). También se advierte su característica heterogénea, porque no se es joven de una sola manera, sino que de múltiples formas.

A pesar de que la sociedad actual tiende a clasificar a los individuos por grupos: los jóvenes, los adultos y los mayores, autores como Pierre Bourdieu advierten que tales clasificaciones imponen límites arbitrarios, sugiriendo un lugar social basado en la edad. Por esto mismo, él sostenía que la edad era un dato biológico y podía ser manipulado y manipulable, lo que refuerza la idea de que la juventud no es una categoría estática ni universal, sino una construcción flexible. A pesar de todo esto, hay que comprender que la condición de juventud no se ofrece de igual manera para todos y que cada autor tendrá una mirada y pensamiento diferente a esta categoría.

Más allá de ser sujetos pasivos, los jóvenes son agentes activos que tienen la capacidad de tomar decisiones sobre sus propias vidas y de participar en la sociedad de diversas maneras ya sea en cuanto a lo político, lo económico y lo social (por ejemplo, el sufragio, la militancia, crear su propia empresa, colaborar en voluntariados, etc).

Los jóvenes, debido al contexto actual, se encuentran marcados por tecnologías digitales y algunos desafíos que impactan de manera significativa sobre sus vidas. Éstos tienen conexión a internet en cualquier parte del mundo y a través de ella pueden acceder a datos que los mantienen informados y conectados. Sin embargo, algunos jóvenes de bajos recursos no logran acceder a ese tipo de tecnologías. Igualmente este tema sobre tecnologías digitales será retomado más adelante en el marco teórico.

Por último, resulta crucial retomar las ideas de Morduchowicz (2012) en su obra “Los adolescentes y las redes sociales: la construcción de la identidad juvenil en internet” cuando afirma:

Los adolescentes se encuentran en plena construcción de su identidad, buscando su pertenencia entre diferentes grupos sociales (padres, docentes, amigos) y explorando continuamente su entorno, al que buscan integrarse y pertenecer. Los adolescentes necesitan sentir que pertenecen a los mundos en los que viven: la familia, la escuela, el club, el barrio. La construcción de la identidad en los adolescentes y la necesidad de pertenecer a un grupo social van siempre juntos, y se condicionan mutuamente. (p.25-26).

Sin embargo, la era digital ha introducido nuevas dinámicas en este proceso. Las redes sociales y las plataformas digitales se han convertido en espacios donde los jóvenes experimentan, interactúan y construyen identidad. La necesidad de aceptación y reconocimiento por parte de sus pares es mayor en estos entornos virtuales, donde la

imagen personal y la creación de una “marca” individual cobra gran relevancia. En este contexto, la construcción de la identidad y la necesidad de pertenencia se entrelazan de forma aún más completa. Los jóvenes no solo buscan integrarse a grupos tradicionales, sino que también nace por la compleja red de relaciones y comunidades virtuales que forman en las plataformas digitales.

En definitiva, la era digital presenta desafíos para comprender y contribuir a la construcción de la identidad en la adolescencia. Es un reto que exige un diálogo intergeneracional abierto, donde adultos y jóvenes puedan trabajar juntos para aprovechar el potencial del mundo digital sin perder de vista el enfoque en los valores y necesidades fundamentales en el desarrollo humano.

### **Nivel Meso**

En este apartado, resulta crucial adentrarse en ciertos conceptos que consolidaran la perspectiva meso de la presente tesina. Esta óptica se define como un punto intermedio entre los niveles macro y micro, brindando una visión integral del objeto de estudio. El primer instrumento teórico a abordar será el de las *plataformas mediáticas*.

Para hablar de este concepto nos posicionaremos desde la mirada de Jose Luis Fernandez (2018) quien afirma que “son complejos sistemas de multimodalidad de intercambios discursivos mediatizados que permiten la interacción, o al menos, la copresencia, entre diversos sistemas de intercambio discursivo mediático” (p.30). En pocas palabras, estas plataformas son espacios que combinan tecnología con elementos sociales, políticos y económicos. Su influencia en la sociedad moderna es significativa ya que cambia la forma en que accedemos a la información y nos comunicamos. Cabe aclarar que la plataforma Instagram, es parte de un gran ecosistema y por lo tanto se encuentra en constante relación con otras plataformas mediáticas así como también medios tradicionales de comunicación. Este gran ecosistema digital donde se encuentra sumergido Instagram, puede creerse invulnerable, sin embargo se encuentra constantemente vulnerable a los “caprichos” del mismo ecosistema que lo hizo crecer, es por esto que ninguna plataforma tiene un lugar asegurado y constantemente intentan modificar la aplicación para mantener al usuario activo y dentro de ella. Por ejemplo, apareció Tik Tok donde los usuarios se quedaban demasiado tiempo en la aplicación, entonces Instagram tuvo que perfeccionar su aplicación “imitando” a través de Reels,

función de la misma, para retener al usuario en esta plataforma. Así, observamos cómo las plataformas no son entidades fijas, sino que evolucionan en respuesta a las demandas del mercado y la competencia.

Otro autor que anticipa y prefigura este concepto es Jesús Martín-Barbero (1987) en el libro “De los medios a las mediaciones”. Si bien no habla directamente de las plataformas mediáticas y su análisis no es una descripción de las mismas, él estaba anticipando el surgimiento. Sin embargo, podríamos retomar a este autor para reflexionar y relacionarlo con las plataformas mediáticas, podríamos pensarlas como herramientas culturales que inciden en las relaciones entre medios y audiencias. Desde este razonar, no solo deben verse como canales de difusión de información, sino también reconocerlos como espacios complejos donde tiene lugar la interacción social y la creación de significados. Estos significados influyen en la forma en la que se produce y consume la información, así como en la construcción de las identidades y las subjetividades.

Si bien Instagram en sus inicios comenzó a funcionar como una red social para compartir contenido visual, con el paso del tiempo fue evolucionando como una plataforma mediática, ya que tiene características de interacción múltiple. Esta aplicación está diseñada como un espacio dinámico y versátil donde el usuario puede interactuar y comunicarse pero a su vez, estos mismos tienen la posibilidad de crear, consumir e interactuar con los diferentes contenidos multimedia que brinda la plataforma (dar me gusta, comentar, mandar mensajes, etc). Esta transformación llevó a los usuarios a que la utilicen no solo para compartir momentos, sino también para construir y proyectar sus identidades.

Van Dijck (2016) en su texto “La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales”, menciona el concepto de arquitecturas de participación. Esta noción se refiere a todas las plataformas mediáticas como Facebook, X (anteriormente llamado Twitter), Tik Tok, entre otras. La autora las caracteriza de esta manera debido a que todas permiten la interacción y el intercambio de contenido entre redes y usuarios. Además, estas plataformas tienen herramientas que le permiten al usuario crear, editar y distribuir el contenido. Sin embargo, lo más importante de estas aplicaciones es que están basadas en algoritmos por ende cada usuario va a visualizar cierto tipo de contenido dependiendo lo que consuma. Estos usuarios se convierten en

“prosumidores”, es decir, son productores y consumidores de contenido. Dependiendo de lo que hagan, se establece alguno de los roles.

Con el fin de continuar desarrollando el nivel meso, se incorpora el concepto sobre las *tecnologías digitales*. Las personas son responsables de crear y desarrollar a la tecnología y al mismo tiempo la utilizan en un continuo proceso de retroalimentación. Tanto la tecnología como los usuarios evolucionan de manera conjunta, es decir la sociedad no es determinada por la tecnología ni la tecnología dicta el rumbo del cambio tecnológico.

Además, las tecnologías permiten manipular, conocer, transmitir, codificar, generar y almacenar los datos e información de forma exacta en diferentes dispositivos. Según Boyd y Ellison podemos considerar a las tecnologías como:

Servicio basado en la Web que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer la lista de conexiones y aquellas hechas por otros dentro del sistema (Boyd y Ellison, 2007, p. 211).

Los jóvenes tienen una fuerte ventaja, a diferencia de los adultos, con las tecnologías digitales ya que estas constituyen una innovación tecnológica radical. Pero, la tecnología más decisiva en la era de la información es el *Internet*. Se pueden establecer varias posturas, habrá pensadores que la consideren un lugar seguro para expresar sus opiniones, otros creerán que el internet llegó para filtrar datos. Sin embargo creemos que ésta permite una comunicación multimodal e interactiva en cualquier momento y está libre de límites espaciales, a su vez, accede, distribuye y utiliza información digitalizada (Castells, s.f. “El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global”). Además tomaremos en cuenta lo planteado por Morduchowicz (2012), quien afirma que “Internet les ha dado a los adolescentes la oportunidad de convertirse en productores de contenidos. Les permite expresarse con su propia voz y representar sus experiencias con sus propias palabras” (p.11).

Las personas están relacionándose cada vez más con las tecnologías digitales, haciendo que abarquen todos los ámbitos de la vida cotidiana. Estamos viviendo en un mundo de pantallas, sonidos y conversaciones que se producen en todo momento y lugar,

rompiendo la barrera espacio-temporal. Los autores Murden y Cadenasso (2018) plantean lo siguiente:

Las tecnologías digitales son un medio fundamental para comprender la manera en que los jóvenes de hoy se relacionan. Se puede afirmar que las personas en general, y los jóvenes en particular, tienen en la actualidad dos vidas, una “real” y otra online, que se entrecruzan entre sí debido a la existencia de redes sociales y aplicaciones que permiten a las personas interactuar con sus contactos en cualquier momento y lugar, especialmente gracias al uso de dispositivos móviles, que promueven la capacidad de estar constantemente conectados (p. 15).

En la actualidad las tecnologías, en conjunto con otros cambios, están modificando la vida de los jóvenes. Se preguntaran cómo lo hacen, pues creemos que con la llegada de la cultura 2.0, los teléfonos móviles tienden a cumplir tres funciones que los usuarios exigen a una computadora: ocio, información y producción. Sin embargo no se podrían utilizar ninguno de estos aparatos sin las aplicaciones como por ejemplo Tik Tok, Instagram, Facebook, entre otras. A su vez estas aplicaciones son creadas, por las empresas, para que los usuarios sean dependientes y le brindemos la información necesaria para que estas aplicaciones aprendan lo que nos gusta y se adapten a ello (Neira, 2020).

Es por esto, que nos parece crucial retomar ideas acerca de las *redes sociales*, especialmente Instagram ya que será la plataforma elegida para realizar todo este proyecto de investigación.

Las redes sociales son consideradas objetos dinámicos que van transformándose en respuesta a las necesidades, expectativas y deseos de los usuarios. Esto generó en los jóvenes una modificación de acuerdo a las plataformas, y a su vez, sus estilos de vida se vieron alterados. Éstas permiten que los usuarios se creen un perfil, público o privado, establezcan relaciones con otros usuarios a través de botones propios de la plataforma (por ejemplo en el caso de Instagram sería el botón de seguir, mensaje, el corazón, entre otros), y naveguen por la red. A través de estas interacciones, los usuarios tejen una red de conexiones y vínculos que no solo definen su presencia en la plataforma, sino que también influyen en su percepción de sí mismos y de los demás.

Pensando en la construcción de identidad, es importante considerar cómo las tecnologías digitales no solo mediatizan nuestras interacciones, sino también redefinen lo que significa ser un ser humano en la era digital. En este punto es pertinente retomar las ideas de Paula Sibilia, quien en su texto “El hombre postorgánico” introduce la noción de “hombre postorgánico”, describiendo la fusión entre lo humano y lo tecnológico. Según la autora, en esta era digital, las distinciones entre lo natural y artificial se diluyen, transformando de manera profunda nuestra propia corporalidad e identidad. Esta perspectiva es esencial para comprender cómo, en redes sociales como Instagram, los jóvenes construyen su identidad.

La red social no solo sirve como un espacio para la auto-presentación, sino que actúa como un escenario donde los usuarios constantemente manipulan y ajustan su identidad visual. La capacidad de seleccionar imágenes, agregar filtros y analizar qué contenido compartirán contribuye a una construcción de la identidad que es, en muchos sentidos, "postorgánica". Es decir, la identidad digital se convierte en un proyecto continuo, moldeado por las herramientas tecnológicas disponibles y por las expectativas de una audiencia digital global. En este contexto, Paula Sibilia también destaca que la subjetividad, al igual que la identidad, no es fija ni inmutable, sino que está influenciada por la cultura en la que está inmersa. En las redes sociales, la identidad se adapta continuamente, moldeándose en un proceso que la autora describe como una transformación de la subjetividad en un contexto tecnocientífico.

Esta construcción de la identidad en plataformas digitales como Instagram puede ser entendida también a partir del concepto de auto-presentación desarrollado por Erving Goffman (2017) en su obra “La presentación de la persona en la vida cotidiana”. El autor sugiere que las personas se comportan en sociedad como si estuvieran en un escenario, manejando su imagen según las expectativas de su audiencia. En el mundo digital, esta dinámica se intensifica: los jóvenes seleccionan cuidadosamente los aspectos de su vida que desean mostrar, creando una versión idealizada de sí mismos. Como afirma Sibilia (2008), en la era digital, "hay que aparecer para ser" (p.130), y la visibilidad constante genera una presión por exhibir aspectos antes reservados a la intimidad. Podríamos decir entonces que todo lo que queda oculto en el mundo digital corre el riesgo de no existir. En este sentido, la construcción de la personalidad en plataformas como Instagram es un proceso alterdirigido, donde la subjetividad no se

construye únicamente para uno mismo, sino que está influenciada por la mirada de los demás.

Con el progreso de las plataformas digitales, la comunicación pasó de ser una comunicación de red a una sociedad moldeada por plataformas, y de una cultura participativa a una cultura de la conectividad (Van Dijck, 2016). Esto provocó que las personas tejan redes, ya sean personales o profesionales, que son operadas por otras redes digitales que se comunican a través de internet. En este sentido, podemos pensar a Instagram no solo como una plataforma donde los usuarios comparten cierto contenido, sino que también como un espacio donde construyen, negocian y, en muchos casos, reinventan identidades. Las fotos, los videos y las historias no son solo formas de comunicación, sino que representan capas de significados que permiten a los usuarios narrar, editar y recrear sus propias historias en función de cómo desean ser percibidos.

Para cerrar con esta parte del marco teórico nos parece de suma importancia, y como parte primordial de toda la tesina, retomar el concepto *identidad*. Este es un término fundamental ya que se vincula directamente con la construcción del yo en las redes sociales, particularmente en Instagram. El referente que retomaremos para ir posicionándonos será Stuart Hall (2003), quien plantea que las identidades no están unificadas sino que se construyen de maneras diversas a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes (p.17). Toda identidad involucra reproducción social y proyección social, da sustento a la expresión de comportamientos, sentimientos y relaciones dentro de contextos sociales específicos. Es decir, la identidad define quienes somos, nuestra cultura, la forma de pensarnos, de definirnos, entre otras y solo puede construirse en la relación con otros sujetos. Siguiendo con esta línea de pensamiento, el Stuart Hall (2003) lo define como:

Punto de encuentro, el punto de sutura entre, por un lado, los discursos y prácticas que intentan «interpelarnos», hablarnos o ponernos en nuestro lugar como sujetos sociales de discursos particulares y, por otro, los procesos que producen subjetividades, que nos construyen como sujetos susceptibles de «decirse». De tal modo, las identidades son puntos de adhesión temporaria a las posiciones subjetivas que nos construyen las prácticas discursivas. Son el resultado de una articulación o «encadenamiento» exitoso del sujeto en el flujo del discurso (p. 20).

Además, Hall (2003) pensaba que el “acto de poder” juega un papel fundamental en la construcción de identidad porque implica un acto de exclusión cuando notamos que se constituyen a través del juego de la diferenciación y por lo tanto, de la jerarquización. Es decir, implica la capacidad de influir y moldear la realidad social. La identidad es la postura que el sujeto toma, y estas posiciones subjetivas se construyen a través y en el discurso, lo cual implica siempre un acto de poder. Como consecuencia, las identidades se construyen dentro de un juego de poder y exclusión (relaciones de poder).

Mirando desde otra perspectiva, el concepto identidad según Roxana Morduchowicz (2012) tiene una doble perspectiva: la convergencia y la divergencia. El primero podemos pensarlo como lo igual, lo idéntico que nos permite compartir ideas similares. El segundo, se define por la diferencia porque nos diferencia de aquellos sujetos que no somos como nosotros pero que al mismo tiempo nos definen. (p. 21).

Sostenemos que la identidad se determina no solo por lo que compartimos y la imagen que tratamos de mostrar sino también por lo que los demás comparten y opinan de nosotros. La construcción de identidad, que es de carácter multifacético, no sólo se encuentra en constante cambio y se adapta a los diversos contextos culturales, sino que también se expone en lo que Paula Sibilia (2008) denomina “diario íntimo”, un fenómeno donde los usuarios exponen su vida íntima en los espacios virtuales (p.16). Este proceso de exteriorización permite que las personas transformen su vida privada en un espectáculo público, alimentado por la necesidad de visibilidad y reconocimiento.

La identidad es una construcción compleja, personal y social, consistente en parte en quien creemos ser, como queremos que los demás nos perciban y cómo nos perciben. Sin embargo, Groys (2014) afirma que:

Los parámetros para definir nuestra identidad codificada socialmente nos resultan completamente extraños. No hemos elegido nuestros nombres, no hemos estado presentes de manera consciente el día de nuestro nacimiento, no elegimos el nombre de la ciudad o de la calle donde se supone que tenemos que vivir, no elegimos a nuestros padres, ni nuestra nacionalidad, etc (p. 140).

En esta tesina consideramos que la identidad puede ser definida a través de las fotografías que cada usuario postea en su perfil. En la mayoría de los casos la interacción no se da por un intercambio directo con otra persona, sino que esa interacción se puede producir cuando estos posteos son visibles. Sin embargo, la

pregunta sobre lo exteriorizan los jóvenes, su privacidad, nos inquieta. ¿Están expresando verdaderamente como son o se muestran de la misma manera como lo hacen en el mundo real?

Podríamos pensar que existen ciertas cuestiones que interpelan a los jóvenes como que piensan de sí mismos, como se ven, cómo los ven los demás y cómo quieren ser vistos. Navegar por el internet, las redes sociales, entre otras va construyendo una identidad digital. En esta identidad convergen muchos aspectos: sociológico, cultural y psicológico y a veces, esta identidad digital no se corresponde con la real, simplemente porque cada usuario quiere mostrar lo mejor de sí mismo. Cabe destacar que la gran mayoría de los sitios y redes sociales, piden ciertos requisitos, como por ejemplo crearte un perfil/cuenta, vincularlo con un nombre y apellido (supuestamente debería ser con el que nos identificamos y el resto nos reconoce), descripción del usuario e información personal (lugar donde viven, número de teléfono, edad, si son casados o solteros, sexo, gustos, intereses, entre otras). Por lo tanto, el sujeto añade cierta información en la red social sobre sí mismo que puede, y debería, corresponder con la realidad. En el ámbito digital, el usuario realiza ciertas acciones que son un reflejo de su identidad, ya sea comentarios, publicaciones u otras actividades que realicen en la red. Todo lo que se ejecute en las redes sociales contribuyen a la construcción del perfil que define quién es en el mundo digital.

### **Nivel Micro**

Luego de transitar por los diferentes temas, llegamos a la parte final del marco teórico, donde conceptualizamos una de las nociones que es indispensable para el fenómeno que indagamos: la *imagen o fotografía*. Este apartado es crucial, ya que en nuestra tesina la imagen es la base sobre la que investigamos, y es, en última instancia, el vehículo que utilizamos para explorar la construcción de la identidad en redes sociales.

Pensaremos a la fotografía como un dato de carácter personal ya que muestra directa o indirectamente determinados atributos de la personalidad del usuario y es uno de los elementos de la identidad digital que más caracteriza a la persona. Posicionándonos en lo que plantea Barthes (1989) “Cuando me siento observado por el objetivo, todo cambia: me constituyo en el acto de posar, me fabrico instantáneamente otro cuerpo, me transformo por adelantado en imagen” (p. 37). Esta afirmación no solo resalta el poder

de la imagen, sino también su capacidad de modificar la percepción y autopercepción del sujeto, otorgando a la fotografía un rol clave en la representación del yo en el entorno digital. Además, Barthes considera a la fotografía como un “certificado de presencia”. La idea de la imagen empieza a reemplazar la expresión y la palabra, mostrando por medio de las fotografías experiencias, conocimientos, sentimientos y otras cosas que las personas desean exponer en las redes sociales.

Remontándonos un poco a lo más antiguo, obtener una fotografía era un proceso más complejo ya que solo existían cámaras analógicas que necesitaban de todo un proceso químico para obtener la foto. Hoy en día nos encontramos en una era donde la tecnología, y en particular el celular, se ha convertido en una de las herramientas más utilizada por las personas para capturar cosas de manera instantánea. Las fotos que tomamos con los celulares podemos tenerlas como recordatorios en los dispositivos y a su vez estas se almacenan en una nube. Esto significa que si perdemos o nos roban el celular sabemos que podemos recuperar las fotos, mientras que con la cámara analógica si el rollo se dañaba se perdía todo lo que habías fotografiado y era casi imposible de recuperar.

La fotografía no sólo captura un momento, sino que también sugiere una conexión entre el fotógrafo que fotografió el objeto y la persona que mira. Esa "mirada" de los demás, ya sea real o ficticia, es importante para construir nuestra imagen (Barthes, 1989). En Instagram esa apariencia se hace más grande y aparece en todas partes. Las personas no sólo se toman fotos a sí mismas, sino que también buscan llamar la atención y la aprobación de los demás. Su "actuación" se convierte en algo interminable en el que todos siempre buscan el visto bueno de los demás en sus fotografías.

El dicho “fotografio, luego existo”, adquiere un nuevo significado en el mundo digital. Las fotografías se convierten en una de los varios métodos que construimos nuestra identidad, a través de ellas mostramos al mundo quienes somos. Se podría decir que constantemente estamos rodeados de cosas que nos parecen “fotografiables” y la cámara de nuestro celular nos permite capturar eso que tenemos al frente y mostrarlo al mundo. Siguiendo con este pensamiento, Groys (2014) plantea:

El acceso relativamente fácil a las cámaras digitales de fotografía y video combinado con Internet - una plataforma de distribución global - ha alterado la relación numérica tradicional entre productores de imágenes y consumidores.

Hoy en día, hay más gente interesada en producir imágenes que en mirarlas (p. 14).

Como dijimos anteriormente, la fotografía es la base de la tesina pero el dispositivo que utilizamos para obtener estas imágenes es Instagram. Ésta aplicación nos permite, de una forma divertida y peculiar, compartir momentos de nuestras vidas con amigos, familia o hasta desconocidos a través de fotografías. Además, las redes sociales se convirtieron en el escenario perfecto de la sociedad estética, donde existe una producción y presentación de imágenes bellas, experiencias atractivas, estilos de vida “envidiables” y diseños de interacción del usuario. En este contexto, la estética se convierte en un valor fundamental ya que define la forma en la que nos presentamos ante el mundo digital.

Las redes sociales, y en especial Instagram, no son solo espacios virtuales, sino que también tienen un impacto en la vida de las personas que las utilizan. Existe una relación entre el mundo virtual y la realidad física/presencial, lo cual demuestra que lo virtual no debe ser entendido como algo aparte sino como un mundo donde puede coexistir la verdad y la mentira. En este contexto podríamos establecer que en la interacción social, online y offline, buscamos transmitir una imagen de nosotros mismos, ya sea de manera consciente o inconsciente.

En el mundo de lo digital, la imagen de las personas se vuelve aún más importante, ya que se trata de una construcción idealizada que se crea a través de publicaciones, me gustas y comentarios. Es una imagen que busca ser vista y validada por el resto de los usuarios.

En la aplicación cada uno puede crear su propia historia a través de las fotografías que permiten crear una narrativa del usuario. Estas historias pueden ser formadas en base a la sensación que cada uno quiere dar de uno mismo a través de la foto. A su vez, el usuario les está mostrando sobre lo que es y lo que ellos deberían observar sobre ese es (Goffman, 2017).

El individuo deberá usar signos para establecer una representación de su actividad. Esta imagen, que muchas veces se toma de diferentes formas (fotografía, pintura, narración, etc) no es una copia perfecta de la realidad ya que la imagen que construya, incluso si se

ajusta a los hechos, estará sujeta a las mismas distorsiones que las impresiones (Goffman, 2017).

La fotografía, especialmente en Instagram, se ha transformado en una forma importante para la construcción de identidad. Las imágenes ayudan a crear una representación visual de nosotros mismos que queremos compartir con los demás. Sin embargo, es fundamental recordar que esta representación no es la verdad absoluta sino una visión subjetiva de la realidad. Además, el uso de Instagram ha desencadenado lo que Sibilia (2008) describe como un "festival de vidas privadas", donde las confesiones y momentos personales se exhiben sin pudor ante el mundo. Las publicaciones diarias, tanto en palabras como en imágenes, se convierten en cápsulas de tiempo congelado que cualquier persona puede observar simplemente haciendo click. Esta exposición transforma lo privado en un espectáculo público, donde la intimidad es consumida como contenido (p.32).

Las alteraciones que se producen en la configuración de nuestra identidad mediante la fotografía pueden ser intencionadas como accidentales. En muchos casos, al publicar una imagen en Instagram, los usuarios buscan crear una versión idealizada de sí mismos, editando fotos para eliminar imperfecciones, mejorar la luz o ajustar los colores. Estos retoques no solo son una herramienta estética, sino que también contribuyen a la construcción de una identidad digital que busca alinearse con los estándares sociales y culturales de éxito, belleza y felicidad. A través de estos ajustes, el usuario proyecta una imagen cuidadosamente seleccionada, un "yo" que puede no corresponder necesariamente con la realidad. Sin embargo, este proceso de edición no siempre es consciente o deliberado; en otras ocasiones, las alteraciones pueden surgir de manera accidental, producto de una memoria imperfecta o de un punto de vista subjetivo, lo que demuestra que nuestra identidad digital es siempre un reflejo parcial y, a menudo, distorsionado de lo que somos en realidad.

En definitiva, Instagram se ha convertido en una plataforma de estética y consumo y esto también influye directamente en la manera en que se construye la identidad. Las imágenes cuidadosamente creadas y editadas buscan no solo proyectar una versión ideal de nosotros mismos, sino que también se utilizan como herramientas de promoción. Las empresas han encontrado en Instagram un espacio virtual para llegar a un público

más amplio y segmentado, utilizando a los usuarios como vehículos para transmitir mensajes comerciales.

La construcción de la identidad se ve influenciada por estas empresas y los productos que comercializan. Las fotografías que se seleccionan para subir a la aplicación, y las marcas que aparecen en ella, son solo una forma de expresar al mundo quienes somos y qué valores queremos representar.

Los usuarios adquieren productos para satisfacer sus necesidades como también para mostrar pertenencia a un grupo social o para proyectar una imagen de éxito y bienestar. Es importante estar atentos a la influencia del consumo y la estética ya que debemos evitar caer en la trampa de la comparación social y el consumo desmedido.

## **Metodología**

Luego de haber expuesto toda la parte teórica procederemos a adentrarnos en el campo de lo metodológico. La presente tesina se encuadrará en la utilización del enfoque metodológico de corte cualitativo, basándonos en las afirmaciones de Castro (1996) quien asegura que “los métodos cualitativos privilegian el estudio interpretativo de la subjetividad de los individuos y de los productos que resultan de su interacción” (p.64). La investigación cualitativa permite captar matices y dinámicas que pueden pasar desapercibidos en estudios cuantitativos, ofreciendo así una comprensión más rica y detallada del tema.

La investigación se centrará en jóvenes estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social, de la Universidad Nacional de Rosario (UNR), pertenecientes al rango etario entre 20 y 24 años. La elección de este grupo responde a la naturaleza de la investigación como estudio de casos, permitiendo un análisis detallado de las experiencias de los estudiantes. La decisión de enfocarnos en estos estudiantes se basa en tres principios. El primero es la accesibilidad que tenemos al campo de estudio, debido a que la UNR nos ofrece la posibilidad de establecer contacto directo con los sujetos a analizar, facilitando el acercamiento y la realización de entrevistas. El segundo principio es la concentración de la población objetivo ya que la carrera de Comunicación Social de la UNR atrae un número considerable de jóvenes que se encuentran dentro del rango de edad establecido para esta investigación, lo que nos permite obtener una muestra representativa de la población objetivo. Y por último la vinculación con Instagram porque la naturaleza de la carrera y las habilidades adquiridas por los estudiantes hacen que Instagram sea una herramienta de comunicación utilizada por este grupo. Además, es posible que la mayoría de los estudiantes, e incluso egresados, hayan tenido experiencia como Community Managers.

Es importante destacar que la decisión de centrarse en este grupo determinado en particular no significa que nunca se podrán realizar estudios similares con otros segmentos de la población. Particularmente en esta investigación consideramos que los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNR son un grupo adecuado para explorar la temática de interés.

La elección del rango de edad es pertinente y no fue elegido al azar sino que considerábamos que no debíamos encerrarnos en un grupo de jóvenes que conformen la misma edad, necesitábamos poder ver las diferentes perspectivas de edades ya que estos sujetos a analizar estarían cursando 3, 4 o 5 año de la carrera.

Teniendo en cuenta los objetivos específicos y generales, planteados previamente, vemos como el trabajo a realizar pone énfasis en el estudio de casos y se llevará adelante a partir de la etnografía digital. El estudio de caso se enfocará en analizar de manera profunda la naturaleza de una determinada situación o caso, contribuyendo a generar conocimientos sobre los fenómenos relacionados con un individuo, grupo y/o organización. Para obtener la muestra de estudio, se invitó a participar de entrevistas semiestructuradas a estudiantes que además de cumplir con las características del objeto de estudio estuviesen dispuestos a colaborar de la entrevista de manera voluntaria. La convocatoria se realizó a través de diversas estrategias, por un lado se efectuó una difusión más directa donde se contacto a potenciales participantes mediante el grupo de la facultad y a través de informantes claves que nos derivaron perfiles y, por otro lado, se intentó un alcance amplificado ya que se publicó una historia en el Instagram de nosotros, la cual fue compartida por colegas y compañeros, ampliando significativamente el alcance a la convocatoria.

Estas estrategias de reclutamiento nos permitió obtener una muestra diversa y representativa de estudiantes que nos ayudó a enriquecer la investigación con una amplia gama de perspectivas.

Podríamos decir entonces que la entrevista se funda en un diálogo entre el entrevistador y el entrevistado sobre un eje o tópico previamente determinado, de modo que podamos obtener la información requerida. Suele caracterizarse por su profundidad al indagar en forma amplia en una multiplicidad de aspectos y detalles. Para esta tesina se optó por utilizar la entrevista semiestructurada como técnica metodológica. Esta técnica se caracteriza por su flexibilidad ya que le permite al entrevistador realizar preguntas adicionales cuando las respuestas generan nuevos interrogantes. De este modo se logra profundizar en temas inesperados que surgen en las entrevistas.

Además, es importante resaltar que todas las entrevistas fueron llevadas a cabo de manera virtual. Esta modalidad, facilitada por las herramientas digitales surgidas tras la pandemia (como por ejemplo meet), nos proporcionó la posibilidad de capturar no solo

las respuestas verbales, sino también las expresiones no verbales de los participantes, aportando al análisis y permitiendo al lector o espectador sumergirse de manera más profunda en la experiencia investigativa. Al contar con grabaciones de las entrevistas, pudimos realizar múltiples revisiones y profundizar en el significado de cada respuesta. Para llevar a cabo dicha investigación, nos enfocaremos en seleccionar a diez perfiles de jóvenes estudiantes, entre 20 y 24 años, de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Estos serán tanto usuarios masculinos como femeninos ya que consideramos que se podría reflejar si se producen diferencias en cuanto al sexo de los usuarios a la hora de publicar contenidos en la plataforma y construir sus identidades.

Luego de realizar las entrevistas y tener seleccionados a nuestros individuos a analizar, se realizarán las etnografías digitales, ya que una gran parte del fenómeno a observar se realiza de manera virtual debido a que tomaremos las fotografías de los perfiles y las analizaremos. Este método consta en el registro y observación participante del investigador acerca de un grupo social a estudiar en su vida cotidiana por un tiempo determinado. A su vez, nos permitió complementar la información obtenida en las entrevistas con datos empíricos sobre el comportamiento de los usuarios en la plataforma. Se analizaron aspectos como la elección de las fotos de perfil, la biografía, los tipos de publicaciones, y la interacción con otros usuarios, con el fin de identificar patrones y tendencias en la construcción de la identidad digital.

En un contexto donde es complicado establecer una diferencia clara entre el mundo online y offline, se vuelve necesario comprender el uso de las tecnologías y su participación en la configuración de la vida social. Por lo tanto, la etnografía digital nos permitirá observar y analizar el comportamiento de las jóvenes en redes sociales, basándonos en las cosas que publican, las cuentas a las que siguen, los contenidos que más les interesan, la forma en la que se muestran, entre otras.

## Análisis

El desarrollo de esta tesina constó de dos grandes partes, una de carácter teórica que fue desarrollada y expuesta en las páginas anteriores y otra empírica, que comenzaremos a trabajar a continuación. Esta misma consiste de dos momentos diferenciados, por un lado realizaremos el análisis etnográfico de los posts de diez usuarios (estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social del rango etario de 20 a 24 años). Por otro lado, analizaremos las entrevistas realizadas a estos mismos diez estudiantes.

Para comenzar nuestro análisis dejaremos segmentado por rango etario y a disposición la biografía, foto de perfil y nombre de usuario de las personas entrevistadas y seleccionadas para nuestra investigación.

### Usuarios de 20 años:

#### Quimey Maria Noguera



#### Emilia Coccaro



### Usuarios de 21 años:

#### Luisina Llanos



### Usuarios de 22 años:

#### Carola Fantasia



#### Matteo Rossi



**Usuarios de 23 años:  
Valentina Pilar Aita**

Imagen 6

< valennaita >



61 publicaciones 904 seguidores 1.452 seguidos

Valentina Aita  
23   
Comunicación Social -UNR  
 Social Media

**Martina Bernabei**

Imagen 7

< marbernabei >



26 publicaciones 1.930 seguidores 1.169 seguidos

Martina  
[Blog personal](#)  
community manager  
comunicación social UNR

**Usuarios de 24 años:  
Carolina Abril Marcos**

Imagen 8

< carito\_abril >



276 publicaciones 1.413 seguidores 1.179 seguidos

Carito Marcos  
    
看到翻譯  
  

**Facundo Garcia Mata**

Imagen 9

< facugm\_ >



17 publicaciones 1.381 seguidores 1.340 seguidos

Facu García Mata  
deviniendo 

**Facundo Durán**

Imagen 10

< facuduran\_ >



22 publicaciones 2.069 seguidores 3.321 seguidos

Facu Duran  
 facuduran\_  
solo se trata de vivir, esa es la historia  
...  
 comunicación, reformismo y democracia.  
[@lafranjanfcpolit](#)  
Rosario 

Como mencionamos al principio de este apartado, esta parte de investigación empírica constó de un trabajo de etnografía digital a partir de la cual se realizó una observación detallada y el análisis de diez perfiles que se ofrecieron voluntariamente para poder realizar este estudio. Esta etapa del proceso investigativo es crucial, ya que nos permitió examinar cómo los individuos construyen su identidad en un entorno digital como Instagram.

Antes de comenzar a hablar de los posteos es necesario destacar que todo lo que se mostrará, ya sean fotos, perfiles, biografía y destacadas, que se analizarán a lo largo de esta investigación, fueron capturadas el día 31 del mes de mayo y el 1 de julio del 2024. Es de suma importancia mencionar esto debido a lo cambiante que puede ser lo digital ya que los usuarios pueden borrar una foto o ocultarla, modificar la biografía o el nombre de usuario. Además, las actualizaciones frecuentes de las plataformas pueden alterar su estructura, lo que podría cambiar el contexto en el que los perfiles fueron analizados. Es por esto que en un futuro, tal vez, nos encontremos con los perfiles de los usuarios de manera diferente a como fueron observados.

También es pertinente aclarar que todos los sujetos de investigación nos autorizaron y aprobaron la utilización de sus nombres y fotos pertenecientes a sus perfiles personales en Instagram. A su vez, tuvimos que pedir permiso para empezar a seguirlos ya que la mayoría contaba con el perfil privado. Una vez que pudimos acceder a las publicaciones nos tomamos todo el mes de mayo y junio para analizar los posteos. En esta primera observación, a través de técnicas de análisis de contenido y del discurso, pudimos identificar patrones y temas recurrentes en las publicaciones de los participantes.

Es sustancial señalar que cada usuario al crear su perfil en la red social Instagram, debe completar algunos datos para crear una “identidad virtual”. Ese perfil se convertirá en un espacio de expresión personal, donde contendrá tanto información de carácter visual como textual. A través de una imagen/foto de perfil y una biografía cuidadosamente seleccionadas, los usuarios podrán compartir aquellos aspectos de sí mismos que deseen dar a conocer. Es decir, este momento es un factor clave debido a que el sujeto va a dar a conocer su identidad en una red social en este caso Instagram. Además, en las diferentes redes sociales que existen actualmente, el usuario elige que tipo de información compartir y que cosas publicar.

En cuanto a la foto de perfil, que actúa como un identificador visual, pudimos encontrar que la gran mayoría optó por utilizar una foto suya o con alguna persona/paisaje a excepción de Carolina Abril Marcos que su foto es una imagen de un Yin y Yang (imagen 8). Al indagar sobre esto, Carolina nos comentaba que, antes de las actualizaciones de Instagram, no era posible agrandar la foto de perfil entonces “quería una foto que cuando la gente vea diga: ah esta es Caro”. Además nos comentaba que era algo “que la representaba”. Este ejemplo pone de manifiesto que, aunque la mayoría de

las imágenes elegidas para el perfil tienden a representar directamente al usuario, en algunos casos, las personas pueden optar por símbolos o imágenes que sienten que los representan de manera abstracta o simbólica.

Consideramos, por lo tanto, que la gran mayoría de las fotografías que eligieron de perfil representan al sujeto en cuestión sin importar si es una imagen sacada de internet o una selfie, paisaje o con otras personas. Los usuarios crean parte de sus identidades y personalidades a través de esas fotografías, y es por medio de ellas que nos reconocen por primera vez. Sin embargo, no es el único elemento que nos permite hacerlo ya que cada usuario, a su vez, tiene otros factores como el nombre de usuario y la biografía que esto lo puede ver cualquier persona a pesar de que se tenga el perfil privado.

Cabe mencionar que todos los usuarios tienen su nombre o segundo nombre y apellido, lo que sugiere que desean ser identificados si o si por el nombre que se les asignó al nacer. Este hecho refleja una tendencia clara: los usuarios, al mantener su nombre real en sus perfiles, parecen querer proyectar una identidad fácilmente reconocible, tanto para sus contactos cercanos como para cualquier persona que pueda llegar a interactuar con su contenido. Este patrón de autoidentificación con el nombre propio, así como el uso de fotografías personales en sus fotos de perfil y la información expuesta en sus biografías, concuerda con la mayoría de los sujetos investigados.

Por otro lado, la biografía de los diez usuarios investigados presenta cierta diversidad en el tipo de información que cada uno decide compartir. Como se puede observar en las imágenes del 1 al 10, la información varía notablemente de un usuario a otro. Algunos proporcionan detalles bastante completos sobre sí mismos, tales como su situación académica, especificando que estudian y donde, otros mencionan sus trabajos, frases o palabras favoritas, o incluso incluye emojis y referencias a sus equipos de fútbol preferidos. Sin embargo, no todos los usuarios comparten información tan detallada. Observamos que algunos optaron por no proporcionar ningún tipo de información personal en su biografía, manteniendo este espacio vacío o utilizando únicamente emojis sin ningún texto que ofrezca detalles adicionales sobre su vida personal.

Notamos que ocho de los diez perfiles analizados tenían la configuración de privacidad establecida como privada, lo que significa que solo las personas aprobadas como seguidores pueden ver su contenido completo. Esto es un factor determinante en el análisis, ya que no cualquier persona tiene acceso a ese contenido. Por el contrario, los

dos perfiles restantes tenían la configuración como pública, lo que permite que cualquier usuario de la plataforma tenga acceso a su contenido. Además, la elección de mantener una cuenta pública o privada puede reflejar las preferencias individuales respecto al grado de exposición que cada usuario está dispuesto a aceptar. Es importante señalar que esta configuración de privacidad es dinámica, ya que los usuarios pueden cambiarla en cualquier momento según sus necesidades o deseos. Esto implica que la información obtenida y analizada en este estudio corresponde a un momento específico en el tiempo, y podría ser modificada posteriormente.

La relevancia de los aspectos del perfil analizados reside en la interacción social que se genera en la plataforma. Todo esto que mencionamos anteriormente acerca del perfil no serían tratadas en esta tesina si nadie las viera ya que casi todos los jóvenes seleccionados poseen una gran cantidad de seguidores que oscilan entre 700 y 2800 aproximadamente, lo cual sugiere una amplia red de conexiones y una interacción constante dentro de la plataforma. Sin embargo, hay una excepción, Luisina Llanos, que solo ronda casi los 300 seguidores, lo que la diferencia notablemente del resto del grupo. Esto podría indicar una preferencia por un círculo más reducido de interacciones o una menor preocupación por ampliar su red social dentro de la plataforma.

En cuanto al número de personas seguidas, este varía entre los 780 y los 3320, siendo Luisina nuevamente la salvedad al seguir solamente a 263 personas. Más allá de este caso puntual, se observa una proporcionalidad entre el número de seguidos y seguidores lo que refleja una red de interacción social activa, haciendo que las publicaciones tengan sentido. Además, consideramos que la presencia de seguidores no necesariamente forman parte del círculo de amigos cercano. Si bien la mayoría de los seguidores muestran un interés genuino por la vida virtual de las personas que siguen, también existen aquellos que siguen por mero compromiso o por el deseo de aumentar su propio número de seguidores. Aun así, su perfil sigue siendo un espacio de expresión e interacción, aunque con una audiencia más limitada en comparación con los otros usuarios.

En definitiva, Instagram se presenta como un espacio donde convergen dos tipos de interacciones: por un lado, tenemos a los individuos que no solo observan el contenido que comparten, sino que también se involucran activamente con la vida virtual de la persona que siguen. Estas personas interactúan mediante “me gusta”, comentarios o

incluso mensajes directos, manteniendo una conexión bidireccional que alimenta la construcción de una relación digital, muchas veces reforzando la conexión que ya tienen en el mundo offline. Por el otro lado, existe un grupo que no interactúan directamente con el usuario, sino que mantiene una presencia pasiva en el perfil, es decir, consumen el contenido sin interactuar directamente con el usuario.

Es importante tener en cuenta estas dinámicas en el contexto como lo plantea Morduchowicz (2012) sobre que “los adolescentes recurren a los blogs o a las redes sociales para contar sobre sí mismos, relatos sobre su cotidianidad que describen sus rutinas diarias, llenos de información sobre sus vidas, que quieren compartir con sus pares” (p.33). Esta afirmación cobra relevancia en un espacio como Instagram, donde los usuarios, especialmente los jóvenes, encuentran una plataforma perfecta para narrar su vida cotidiana a través de imágenes y breves descripciones.

A su vez esta aplicación nos ofrece dos maneras de compartir nuestras fotografías: el feed y las historias. El feed que lo consideramos como un álbum de fotos, donde las imágenes se conservan a largo plazo, formando una representación duradera de nuestra vida. Consideramos que esta manera es la esencia y la identidad que cada usuario va construyendo en el mundo digital. Las historias, en cambio, son más un diario visual, donde podemos compartir momentos que desaparecen después de las 24 horas, creando una conexión más inmediata con nuestros seguidores.

La función “destacados” es una sección especial de Instagram que le permite a cada usuario conservar y mostrar historias por más tiempo, superando las 24 horas que duran por defecto. En 2018 fueron incorporados<sup>3</sup>, ofreciendo una manera de almacenar recuerdos y momentos especiales de forma permanente en el perfil. Estas destacadas se diferencian de las historias ya que estas últimas son efímeras y desaparecen al cabo de un día. De esta manera, los usuarios tienen la posibilidad de crear un archivo visual de sus experiencias y compartirlo con sus seguidores a su propio ritmo.

Nuestro análisis de los diversos perfiles relevó que destacan historias y las agrupaban bajo una misma temática, generalmente. Si bien las destacadas dependen de elecciones individuales, los temas recurrentes incluyen fotos personales, mascotas, amigos y viajes.

---

<sup>3</sup> Información obtenida de [https://business.instagram.com/blog/como-criar-e-o-que-colocar-nos-destaques-do-instagram?locale=es\\_LA](https://business.instagram.com/blog/como-criar-e-o-que-colocar-nos-destaques-do-instagram?locale=es_LA)

Además se visualizan otras temáticas como novios, conciertos, familia, deportes, comidas y paisajes. Sin embargo, hay excepciones. Por ejemplo, observamos que Carola Fantasia no contiene ni una destacada mientras que los demás tienen entre dos a seis. Este hecho podría indicar una mayor preferencia por la temporalidad y la privacidad, o simplemente una menor inclinación a conservar los momentos de su vida digital. En contraste, en el perfil de Valentina Aita pudimos observar 17 destacadas, algunas de ellas más antiguas que otras. Este hecho puede reflejar una intención de crear un archivo detallado y completo de su vida digital, donde cada aspecto de su identidad y experiencias tiene un lugar bien definido. Este contraste entre usuarios nos muestra cómo las funciones de Instagram, aunque están disponibles para todos, son utilizadas de manera muy diferente según las preferencias individuales de cada persona.

Estas categorías que encontramos en “historias destacadas” ofrecen una mirada a aspectos interesantes de la vida de los usuarios que nos ayudan a comprender más la identidad que cada persona elige proyectar y formar en la plataforma. Sirven como una puerta a sus pasiones, intereses y experiencias, logrando una comprensión más profunda detrás de cada perfil.

Más allá de la información que el usuario proporciona, y que hemos venido mencionando, estos continúan expresando su identidad en mayor grado a través de las fotografías que publican en sus perfiles. Estas imágenes sirven como representaciones visuales de sí mismos.

Consideramos que Instagram es un espacio donde, a través de un dispositivo móvil, posibilita a los usuarios comunicarse con fotografías de maneras variadas. Los jóvenes utilizan la plataforma para llevar un registro fotográfico de cada instante de sus vidas, capturando momentos que van desde salidas con amigos hasta paisajes/lugares. Esta acción de registrarse en fotos debe ser pensada no solo como un acto de exposición sino también como una narrativa de situaciones y/o experiencias personales, donde las fotografías tejen historias. El perfil, a su vez, se transforma en una gran biografía en constante evolución, revelando una imagen cada vez más esclarecedora de la identidad de uno mismo.

Se establece una correlación entre la edad y la frecuencia de publicaciones. Los usuarios del grupo de edad más joven de nuestra tesina, entre 20 y 22 años, generalmente tienen un menor número de publicaciones, con algunos perfiles que tienen solamente dos.

Durante nuestro análisis, encontramos casos como el de Matteo Rossi (imagen 5), quien a pesar de tener 32 publicaciones, no ha compartido ninguna foto nueva en casi un año. Este hecho, confirmado durante las entrevistas que realizamos, nos lleva a pensar que las usuarias femeninas en este mismo rango de edad podrían haber borrado publicaciones antiguas, manteniendo sólo aquellas que consideran más relevantes o actuales.

Por el contrario, los usuarios del rango de 23 a 24 años tienen un número significativamente mayor de publicaciones, que van desde 17 hasta 276. Al scrollear por los perfiles, se puede observar que ninguno de estos usuarios tiene la intención de ocultar o borrar sus fotos viejas. En cambio, aceptan su pasado y presente dejando intactas sus fotos antiguas. Al dejar en el perfil sus fotos más antiguas, estos usuarios parecen mostrarse cómodos con la evolución de su identidad digital, permitiendo que su feed funcione como un archivo de momentos que han marcado su vida. Cada posteo en Instagram actúa como una especie de “capsula de tiempo”, como describe Paula Sibia. Las imágenes publicadas en esta red no solo documentan un instante, sino que lo convierten en parte de una narrativa más amplia que se proyecta hacia una audiencia global, solidificando la presencia digital del usuario. Este patrón que detectamos en los diferentes rangos nos sugiere que se produce un cambio de comportamiento en las redes sociales, donde los usuarios más jóvenes se inclinan a mostrar su presencia en línea en un lapso más corto como lo es la actualidad, mientras que los usuarios mayores se sienten cómodos compartiendo su historia de vida casi completa.

En las últimas páginas de este apartado exponemos una representación selectiva, del mes de mayo y junio, de todas las fotografías que publicaron los jóvenes en sus cuentas en esos meses para poder materializar todo aquello sobre lo que exponemos en este apartado.

Instagram es una red social visual, que furtivamente obliga a sus usuarios a generar un contenido estético y armonioso, por eso es importante ver cómo cada usuario va construyendo su perfil. Notamos en las imágenes 11, 13, 14, 15, 18, compartidas durante el mes de mayo y junio, que los jóvenes publicaron contenido de ellos mismos, se mostraron en sus redes de manera individual. Sin embargo, en algunas ocasiones como en las imágenes 16 y 20, se aprecia la presencia de otras personas. Cabe destacar que, en estas últimas publicaciones, los jóvenes se muestran junto a personas de su

círculo íntimo, como amigos y parejas, en actitudes que denotan contacto físico cercano como lo es el abrazo. A su vez, consideramos que la forma en la que “posan”, abrazan o se posicionan es una forma de comunicación no verbal, debido a que nuestro cuerpo también habla. Cada aspecto cuenta: la postura, la mirada del sujeto, la forma de vestirse y maquillarse, es por esto que los jóvenes siempre están queriendo comunicar algo a través de las fotografías. Consideramos al cuerpo como signo de identidad, como objeto que nos identifica individualmente y un medio para expresar esa identidad.

En el mundo de las redes sociales, las tendencias se encuentran en constante cambio. En la actualidad podemos ver que en Instagram una de las últimas modas que ganó popularidad entre los jóvenes son los “Dumps”.

Los “Dumps” se tratan de publicaciones que consisten en subir fotografías de manera aleatoria para mostrar su día a día, desde cualquier ángulo, sin editar, es decir salga como salga la foto. A simple vista, parecen ser publicaciones espontáneas, una mirada sin filtro a la vida de los jóvenes usuarios. A raíz de poder definir que son, nos surge la interrogante ¿hasta qué punto estos “Dumps” son realmente espontáneos? ¿no se tratara de seguir simplemente una nueva tendencia?

En algunas imágenes 12, 17 y 19 podemos visualizar esta especie de “Dumps”. Creemos que es un intento de mostrar su lado más real y auténtico, alejándose de los filtros, las poses elaboradas y la planificación. Es decir, lo que ellos quieren mostrar es otro lado de su identidad, de manera más informal para que vean más allá de lo estético, dando a mostrar que la vida no siempre es perfecta. Podríamos decir que estos “Dumps” son una manera de conectar con otros usuarios de una forma más genuina y honesta.

La búsqueda por la autenticidad es un factor importante en la tendencia de los “Dumps”, pero no podemos negar que seguir las tendencias también juega un rol determinante. Los jóvenes están atraídos a las modas que se viralizan en las redes sociales, y subir “Dumps” puede ser una manera de encajar y ser parte de la comunidad de Instagram. De esta forma, lo que parece ser un acto de espontaneidad también podría estar condicionado por la necesidad de seguir una tendencia.

Otro factor que observamos es que algunos usuarios postean sobre sus cumpleaños, esto se puede ver en las imágenes 12, 21 y 22. En la actualidad, y sobre todo en las redes sociales, los cumpleaños y las tortas ya que se han convertido en protagonistas

indiscutibles. Es por esto que consideramos que lo que los usuarios nos quieren mostrar es un momento de alegría y celebración, extendiendo ese festejo al mundo digital, tratando de contagiar la felicidad a los demás seguidores. A su vez, consideramos que cada vez son más los usuarios que comparten fotos de sus cumpleaños en Instagram. Esta particularidad se convirtió en algo seguro ya que este tipo de publicaciones suele recibir muchos me gustas y comentarios, además de generar demasiada interacción con el cumpleañosero. Al desarrollar este pensamiento tenemos presente lo que plantea el autor Ugarte (2012) “ ya no participar en lo del otro sino de interactuar con el otro” (p. 10).

Por último, pudimos observar que las publicaciones que se comparten en Instagram, en su mayoría están acompañadas por un pie de foto descriptivo, convirtiéndose en una ventana hacia las emociones y pensamiento de los usuarios. Estos posts nos sirven como fuente de información, permitiéndonos identificar rasgos de su personalidad, sus relaciones con amigos, familiares y pareja, e incluso distinguir los lazos sociales que forman parte de la vida cotidiana. Cada foto publicada en compañía de otras personas nos brinda pistas sobre la naturaleza de los vínculos y el significado que tienen para el usuario.

Tanto en las redes sociales como en nuestra vida cotidiana nuestros valores y preferencias van modificándose, provocando que lo que alguna vez compartimos con entusiasmo pueda ya no estar acorde con nuestra identidad actual. En este contexto, Instagram ofrece a sus usuarios dos herramientas clave para gestionar su presencia en el mundo digital: la eliminación definitiva de publicaciones y el “archivado” (función de la aplicación que permite archivar un posteo). Mientras que la primera implica borrar un posteo por completo despojándose del pasado digital, la segunda nos brinda la posibilidad de preservar nuestro recuerdos sin que afecten nuestra imagen pública actual. Esta flexibilidad es fundamental para construir una identidad digital coherente y auténtica a lo largo del tiempo. Podríamos decir entonces que archivamos para preservar pero también para transformar. Al seleccionar que guardar y qué borrar estamos, en cierto modo, decidiendo quiénes somos y quiénes queremos ser.

Al revisar nuevamente los perfiles de los usuarios tratados en esta tesina, observamos una discrepancia en el contenido publicado por Carola Fantasia. La imagen 15 ha sido removida de su perfil. Dada la dinámica de las redes sociales, no podemos asegurar si

esta publicación ha sido eliminada de forma permanente o simplemente archivada. Esto lo podemos ver reflejado en la imagen 25. Esta acción, sin embargo, nos permite vislumbrar cómo los jóvenes ajustan constantemente su presencia en línea, en función de cómo desean ser percibidos en un momento determinado.

Antes de continuar con el análisis de las entrevistas, es pertinente destacar que este estudio no busca generalizar los hallazgos a toda la población, sino que todo lo contrario nos enfocamos en un grupo específico, cuidadosamente seleccionado, para obtener una perspectiva sobre sus experiencias y opiniones.

Como mencionamos anteriormente, dejaremos los posteos del mes de mayo y junio en este apartado para poder visualizar todo lo mencionado hasta el momento.

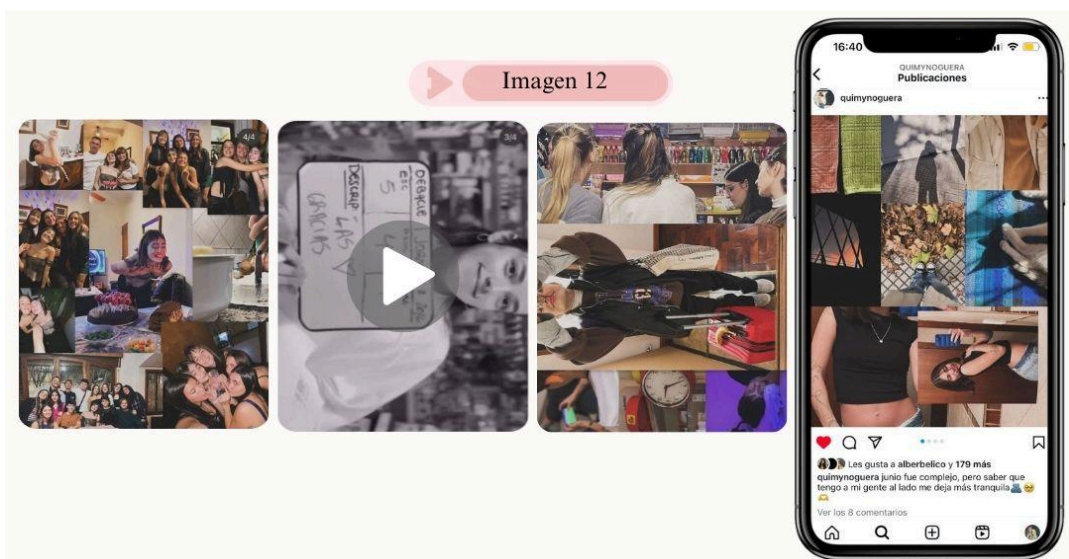




Imagen 13



Imagen 14

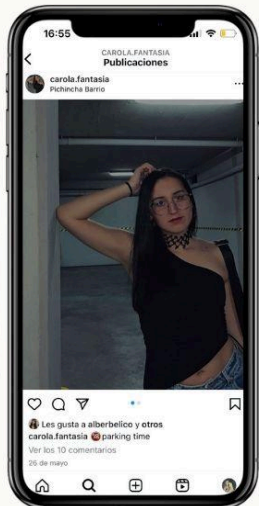


Imagen 15

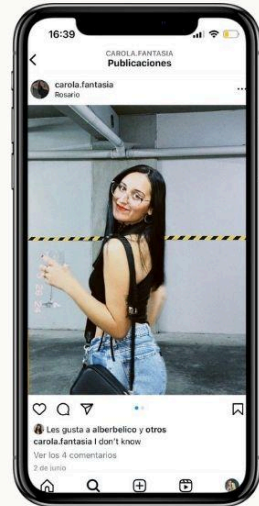


Imagen 16



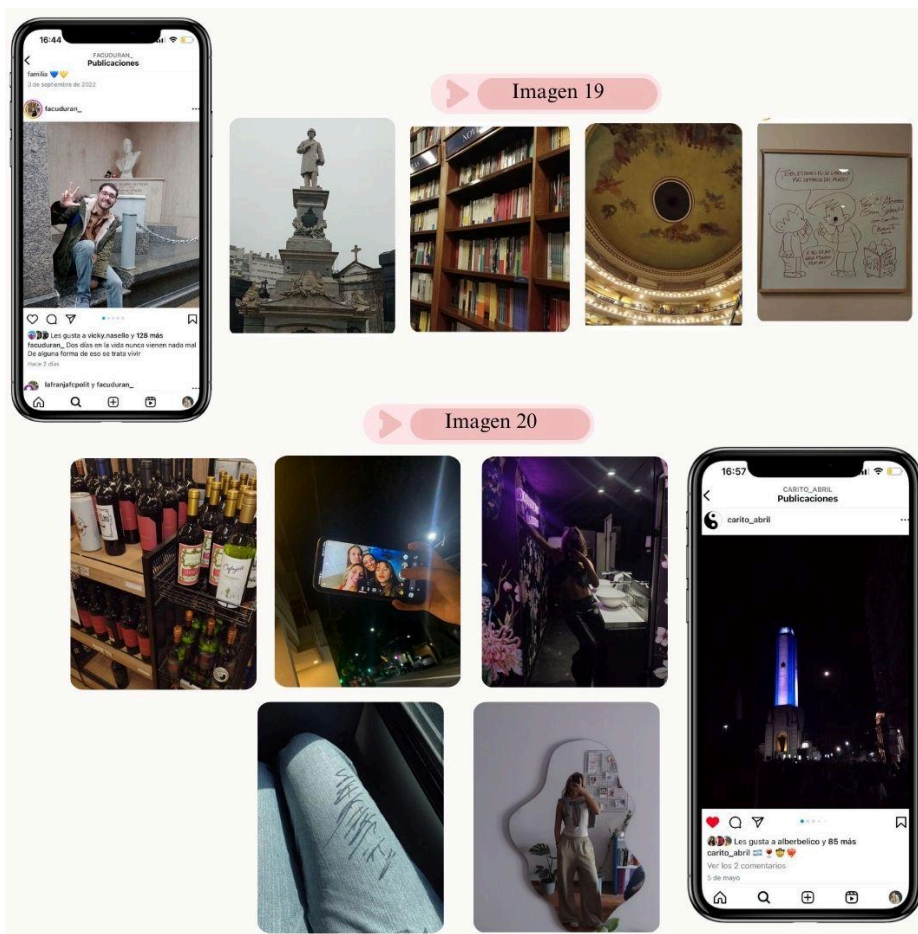
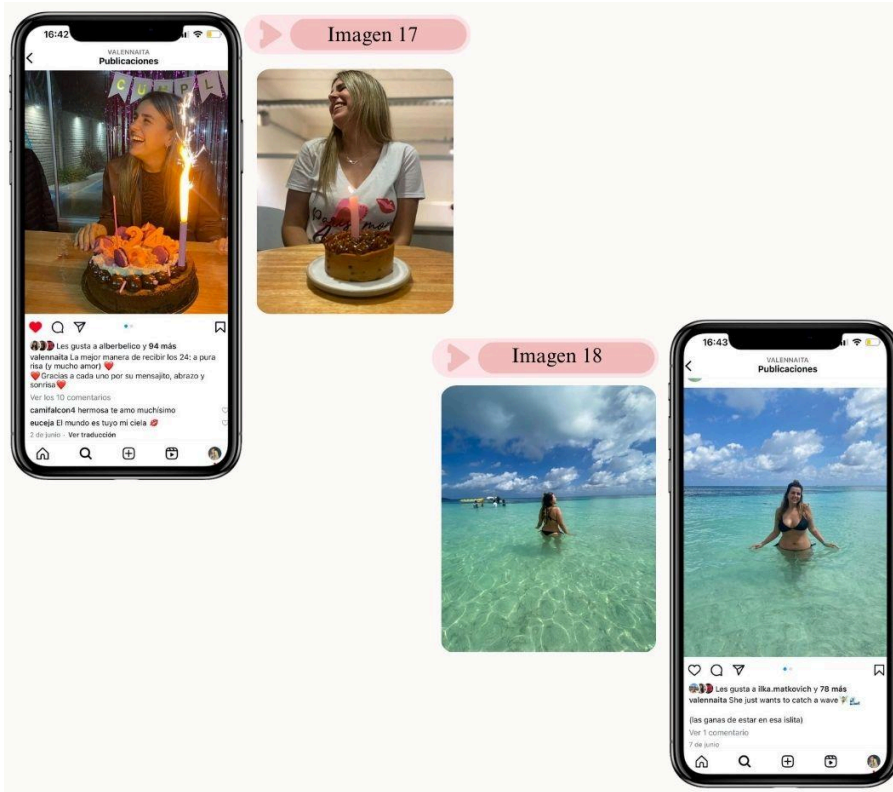


Imagen 21

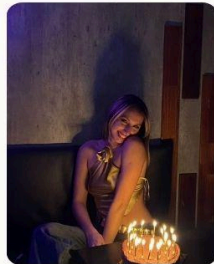


Imagen 22

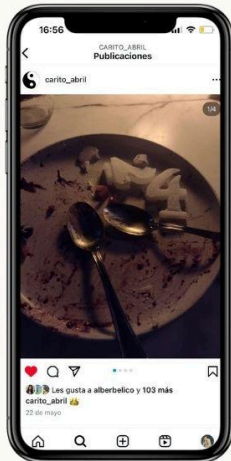
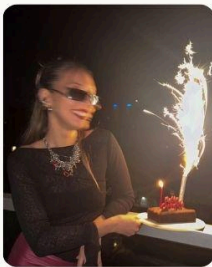
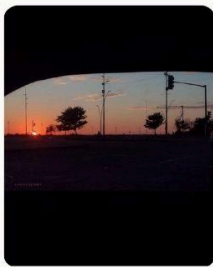
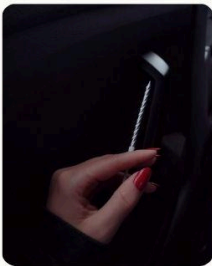
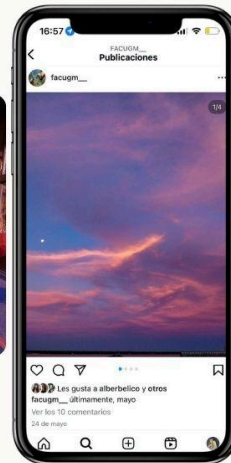
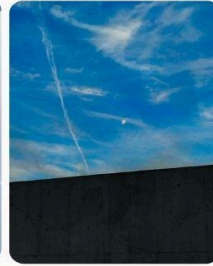


Imagen 23



Imagen 24





Recuperada el 25/7.

Para continuar con la observación, realizaremos un análisis de las entrevistas. Éstas nos permitirán obtener una comprensión más profunda de lo que sienten, ven y realizan los jóvenes en las redes sociales, especialmente en Instagram. Este análisis cualitativo nos ayudará a complementar el estudio realizado a través de la etnografía digital, donde se analizaron perfiles, bibliografía y posteos. Esta aproximación mixta nos ayudará a tejer una comprensión más integral sobre cómo los adolescentes construyen su identidad en el entorno digital y cuál es el papel que las redes sociales, en especial Instagram, juegan en este proceso.

En esta parte de la tesina intentaremos entrever lo que plantean los individuos con las ideas desarrolladas a lo largo del trabajo, tejiendo una comprensión profunda de la cotidianeidad adolescente, la construcción de identidades y el rol que ocupan las redes sociales en este proceso. Además queremos conocer si lo que nosotros apreciamos en sus posteos condice con las acciones que ellos realizan.

Como mencionamos anteriormente, gran parte de los entrevistados tenían su perfil de Instagram en la configuración de privado. A partir de las respuestas, se identificaron diversos factores que influyen en esta decisión. Los individuos expresaron su preocupación por la seguridad de sus datos, el robo de fotografías y la posibilidad de ser contactados por personas desconocidas. A su vez, un aspecto que fue destacado es la

necesidad de resguardar su intimidad y tener el control sobre quién puede tener acceso a ese contenido tan personal.

Consideramos que algunos usuarios configuran el perfil en privado como una prioridad, motivada por el temor a la exposición excesiva y el mal uso de la información personal. Sin embargo, la minoría restante tiene la configuración de Instagram en público y destacaron sus perspectivas sobre su uso.

Muchos jóvenes configuran su perfil en privado como una estrategia defensiva ante el temor a la exposición excesiva y el mal uso de la información personal. Sin embargo, algunos mantienen su perfil en público, y a través de las entrevistas podemos explorar sus motivos. Por ejemplo, Martina Bernabei, considera que mantener su perfil público le está permitiendo proyectar una imagen más profesional, ya que hace no más de 3 meses que lo tiene público. En cambio, Carolina Abril Marcos, argumenta que es consciente que la información que se sube a internet, incluso en privado, puede llegar a ser pública. Asimismo propone como ejemplo el caso de filtración de información a figuras públicas como Messi, donde se produce una fragilidad de la privacidad en el entorno digital. Entonces estos dos polos de configuración de un perfil pueden reflejar la complejidad de la privacidad en las redes sociales.

Esta diferencia de enfoques sobre la privacidad refleja la complejidad de cómo se percibe y gestiona la exposición en redes sociales. Mientras algunos usuarios priorizan la seguridad y el control sobre su perfil, otros ven en la apertura una oportunidad para la visibilidad y la autoexpresión.

Una de las preguntas de nuestras entrevistas se centró en el impacto de los me gustas, comentarios y seguidores en la experiencia de Instagram. Las respuestas que obtuvimos fueron diversas, reflejando la complejidad de la interacción social que se desarrolla en esta plataforma. Para comprender a profundidad las percepciones de los usuarios, dedicaremos párrafos al análisis de cada uno de estos elementos, explorando detalladamente las diversas formas en que los usuarios están influidos en la interacción social.

Con respecto a los me gustas, algunos de los usuarios los consideran irrelevantes, incluso llegando a ocultarlos o desactivarlos por su falta de valor. Sin embargo, algunos

nos comentaban que lo que les interesa es la calidad de esos me gustas, es decir quien los da.

En cuanto a los comentarios, la sensibilidad varía según su contenido. Los comentarios sobre el cuerpo o la imagen personal generan cierta incomodidad en algunos usuarios, mientras que otros ocultan o restringen los comentarios de sus familiares porque le producen cierto “cringe” o les generan cierta vergüenza o incomodidad. Consideramos que esta sensibilidad hacia los comentarios negativos refleja la importancia que la autoimagen y la validación social tienen para los adolescentes en la era digital.

Por otro lado, los seguidores no parecen ser una prioridad para la mayoría. Algunos revisan su listado por un tema de seguridad, aceptando solo a conocidos o a personas que tengan cierta referencia. Sin embargo, otros entrevistados se fijan en el número de seguidores como un indicador de “popularidad”.

Consideramos que la relación con los me gustas, comentarios y seguidores en Instagram es personal y diversa. Si bien pueden influir en la percepción de cada uno y en la interacción social de las redes, su importancia varía según las experiencias y valores individuales.

Instagram se ha convertido en un compañero indispensable para muchos usuarios ya que la gran mayoría ingresan a lo largo del día y se encuentran en constante interacción con otras aplicaciones como TikTok o X, antiguo Twitter. El acceso a las redes, según nuestros entrevistados, se realiza principalmente a través del celular, dispositivo que facilita la conexión constante. Sin embargo, nos comentaban que también acceden desde sus computadoras, especialmente aquellos que trabajan con las redes sociales de manera profesional.

Después de transcribir las entrevistas notamos que los motivos para utilizar la plataforma son variados, pero se puede visualizar un aspecto común que es la búsqueda por el entretenimiento y la necesidad de quemar un momento. A su vez, consideramos que el teléfono nos da esa inmediatez y la facilidad de uso, convirtiendo a Instagram en una herramienta ideal para el consumo de contenido y la interacción social fugaz.

En el universo de las redes sociales, donde la inmediatez y la autenticidad son parte, nos surgió la pregunta: ¿el contenido que postean es espontáneo, hay una meditación

previa? Para abordar este dilema retomamos las entrevistas, donde la mayoría de las respuestas coincidían en una cosa: el contenido no es espontáneo, hay una meditación. Sin embargo, Carolina Abril Marcos nos comentaba que trata de ser espontánea subiendo lo que realmente le pasa o cosas que le gustaron, no importa si la foto está borrosa, o no es estética. También cree que es un poco meditado ser espontáneo. Esto que nos comenta se puede ver reflejado tal cual en las imágenes 20 y 23.

Para responder a la pregunta nos guiaremos por las perspectivas de dos usuarios, Facundo Garcia Mata y Matteo Rossi, quienes nos brindaron sus perspectivas, opuestas, sobre la creación de contenido en la plataforma Instagram. Recalamos que no son las únicas miradas, pero para poder ejemplificar de una manera más clara retomamos estos dos individuos.

En el caso de Facundo, encontramos un enfoque que podríamos denominar como espontaneidad meditada. Si bien consideramos, por todo lo observado, que no se trata de una planificación rígida, existe una búsqueda consciente de momentos especiales para capturar y compartir. Su feed se convierte en un espacio donde comparte vivencias significativas y cada imagen es cuidadosamente seleccionada y compuesta, buscando crear una armonía visual que refleje la esencia del instante que vivió.

Un ejemplo claro de esta meticulosidad la podemos observar en su última publicación (imagen 24) donde nos comentaba que le dedicó tiempo a editar la fotografías donde aparecía él para que el color del cielo coincidiera. Todo este comosé que realizó le causó estrés, y recordarlo le hizo dar la misma sensación. Por esto creemos que este detalle revela la importancia que Facundo le otorga a la estética y cohesión visual de su perfil.

Por otro lado, tenemos el enfoque de Matteo Rossi quien nos presenta una perspectiva que abraza a lo espontáneo. Su feed refleja esta filosofía, con publicaciones menos frecuentes pero que muestran frescura y autenticidad. No existe tal vez, y según lo que nos comentaba en la entrevista, una planificación previa sino que es un impulso que lo lleva a capturar lo que le llama la atención en el momento.

Al adentrarse en este análisis una pregunta crucial nos surge: ¿la imagen que proyectamos en las redes sociales corresponde fielmente con quienes somos en la realidad? Este cuestionamiento nos invita a reflexionar sobre la relación entre la

identidad que construimos en el entorno digital y nuestra identidad en el mundo físico. Para abordar esta cuestión interrogamos a nuestros participantes sobre su percepción de la identidad virtual y real. Sin embargo, antes de seguir con el análisis es importante poder distinguir lo real de lo virtual, para eso retomaremos a Levy Pierre (1999) que plantea:

En su uso corriente, el término virtual se suele emplear a menudo para expresar la ausencia pura y simple de existencia, presuponiendo la «realidad» como una realización material, una presencia tangible. Lo real estaría en el orden del «yo lo tengo», en tanto que lo virtual estaría dentro del orden del «tú lo tendrás», o de la ilusión... (p.10).

En general, los usuarios expresaron su deseo de autenticidad en las publicaciones, seleccionando las imágenes que mejor representan su esencia. Sin embargo, reconocen la existencia de dos identidades: la virtual y la real. Si bien ambas coexisten en el mismo individuo, no siempre lo hacen en armonía ya que Instagram, por su propia naturaleza, tiende a enfocarse en momentos felices, dejando de lado las facetas menos agradables de la vida. En este sentido, las redes sociales podrían interpretarse como una ventana que solo muestra un fragmento, un pedacito de lo que realmente somos.

En cuanto al tema de las cuentas secundarias, encontramos un panorama dividido. La mitad de los participantes manifestó poseer una, mientras que la otra mitad las consideraba innecesarias, incluso abrumadoras. Aquellos que sí tenían una cuenta secundaria las describieron como espacios privados donde podían expresarse con mayor libertad, compartiendo contenido más espontáneo y personal. Cabe destacar que la existencia de las cuentas secundarias también son parte de una nueva tendencia que surgió en Instagram.

En definitiva, las redes sociales nos presentan una realidad cuidadosamente filtrada, un reflejo de nosotros mismos que ha sido meticulosamente seleccionado donde existe una línea difusa que divide lo virtual de lo real. Las cuentas secundarias se podrían considerar como una máscara que se cae y la espontaneidad toma el control, permitiéndonos visualizar una faceta más genuina de las personas que habitan en el mundo digital. Además estas cuentas pueden funcionar como herramientas para

explorar diferentes facetas de su personalidad o para conectar con personas específicas que comparten intereses similares.

En el contexto actual, las compañías privadas intervienen en la construcción de cuerpos y modos de ser, influyendo de manera significativa en cómo los individuos se presentan y son percibidos en la sociedad (Sibilia, 2005). Instagram, como parte de estas instituciones, desempeña un rol importante al crear y perfeccionar una plataforma que no solo facilita la interacción social, sino que también orienta a los usuarios a comportarse y representarse de ciertas maneras. A través de sus algoritmos, interfaces y características de interacción, Instagram contribuye activamente a la reproducción de un determinado tipo de identidad, moldeando las formas en que los usuarios se expresan y se relacionan con los demás en el entorno digital.

Para cerrar con todo el análisis podríamos decir que la relación entre identidad virtual y real es compleja. No existe una sola respuesta que aplique a todos los usuarios, ya que cada individuo navega por los espacios digitales de manera personal y única. Las redes sociales, con todas sus complejidades, nos ofrecen un espacio para la expresión individual y sobre todo para la construcción de identidad ya que nos invita a reflexionar en que podemos convertirnos y cómo somos percibidos en este universo virtual que cada día cobra mayor relevancia. Reforzaremos esta idea retomando lo que planteaba Hall (2003):

Las identidades tienen que ver con las cuestiones referidas al uso de los recursos de la historia, la lengua y la cultura en el proceso de devenir y no de ser; no «quiénes somos» o «de dónde venimos» sino en qué podríamos convertirnos, cómo nos han representado y cómo atañe ello al modo como podríamos representarnos (p. 17-18).

## **Conclusiones**

En esta investigación se abordó la construcción de identidades digitales en Instagram, analizando como esta plataforma influye en la manera en la que los jóvenes se presentan y relacionan con el entorno. A través de la publicación de fotografías, textos, videos y otros contenidos, los usuarios no sólo muestran aspectos de su vida cotidiana, sino que también participan activamente en la creación de una narrativa personal que refleja cómo desean ser percibidos por los demás. Esta narrativa no es fija ni única; es el resultado de múltiples interacciones y decisiones que los jóvenes toman para construir una imagen de sí mismos.

El estudio se centró en un grupo de jóvenes estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNR, dentro del rango de edad de 20 a 24 años, y se estableció como objetivo principal comprender el proceso mediante el cual los jóvenes configuran y gestionan su identidad en Instagram a través de las imágenes y contenidos que publican.

La identidad, en este contexto, no es algo dado de una vez y para siempre sino que es un proceso en constante construcción, que se transforma y manifiesta de múltiples maneras. Es decir, no hablamos de una única identidad sino de varias identidades que nos forman en conjunto sin que una excluya a la otra.

Uno de los factores que le da sentido a estas identidades son las redes sociales, y en esta tesina, específicamente Instagram. En las aplicaciones pueden compartir momentos, historias pero sobre todo pueden mostrarse. Las imágenes publicadas tratan de ser un reflejo de la realidad, sin embargo cada perfil de Instagram también actúa como un espejo del propio usuario, donde proyectan una versión seleccionada y editada. En este nuevo contexto de redes sociales, el lenguaje visual pasa a ocupar el mismo lugar que antes se reservaba al lenguaje escrito u oral dentro del proceso de identidad. Las personas construyen significados a partir del lenguaje fotográfico, se conceptualizan, se representan a sí mismos y se comunican a través de él.

Sin embargo, tal como plantea Paula Sibilia (2008) en su libro *La intimidad como espectáculo*, “lo que los medios -¿y los lectores?- parecen querer saber es quién es quién en realidad” (p. 259). Esto nos lleva a reflexionar si, al observar las fotos en Instagram, realmente conocemos a los usuarios o solo estamos viendo una versión cuidadosamente

editada que ellos desean mostrar. ¿Podemos afirmar que conocemos a alguien solo por lo que publica en sus fotos? En este sentido, podríamos cuestionarnos si las imágenes que se proyectan en redes sociales muestran la verdadera identidad de los usuarios o si, en realidad, ocultan tanto como revelan.

Luego de haber realizado toda la investigación expondremos algunos puntos a los que hemos llegado. En primer lugar observamos que los jóvenes no solo utilizan Instagram como un espacio para compartir momentos sino también para proyectar y construir una identidad sumamente cuidada. Los posts que realizan no están pensados al azar sino que responden a una narrativa personal que los usuarios editan y seleccionan para expresar lo que quieren de ellos mismos o lo que quieren que los demás perciban. Con este hallazgo confirmamos que los usuarios están creando una identidad digital con las herramientas que las plataformas le ofrecen para auto-presentarse.

En segundo lugar, encontramos que Instagram genera una exposición constante debido a que es una plataforma visual, social e interactiva. A medida que los jóvenes construyen su perfil, van creando una versión pública de sí mismos que puede diferir de la real. Cada perfil refleja una subjetividad, una personalidad y una historia. Cada elección que hacen, desde la foto de perfil hasta la biografía, pasando por las imágenes que deciden publicar, forma parte de un nuevo portal de identidad que actúa como reflejo de la subjetividad de cada joven. Instagram no es solo un espacio de interacción, sino una plataforma que permite a los usuarios construir una narrativa visual que los define ante sus seguidores.

En tercer lugar, surge una dicotomía entre la identidad digital y la realidad. Muchos entrevistados destacaron que las redes sociales les permiten construir una versión de ellos mismos, que algunas veces no condice con la realidad diaria. Los filtros, las elecciones cuidadosas de contenido y la edición de las publicaciones reflejan el deseo de presentar una imagen perfecta, que encaje con las expectativas sociales del entorno digital. Esta identidad digital, aunque es una extensión de la identidad real, puede no ser puramente “real” lo que genera una diferencia entre quiénes son los jóvenes en su vida cotidiana y quiénes aparentan ser en las redes. Algunos entrevistados señalaron que en sus publicaciones no mostraban momentos difíciles, como cuando están tristes o angustiados, ya que prefieren no exponer esos aspectos en sus cuentas principales. Sin embargo, aquellos que poseían cuentas secundarias expresaban que ahí sí eran

auténticos porque solo los seguían un círculo reducido de personas, lo que les daba mayor valor y libertad para compartir de manera espontánea y sin la presión social de la imagen pública.

En cuarto lugar, analizamos el papel que desempeña la configuración de la privacidad en la construcción de identidad en Instagram. Aunque la mayoría de los usuarios opta por tener su perfil privado, siguen teniendo la necesidad de exponer aspectos de su vida cotidiana, lo que crea una tensión constante entre lo que se quiere ocultar y lo que se desea mostrar. Instagram se convierte así en un escenario donde la privacidad y la exposición coexisten, y los jóvenes, conscientes de las implicancias de este espacio público, negocian constantemente qué aspectos de su vida están dispuestos a compartir y cómo lo hacen. Este proceso refleja un equilibrio delicado entre la necesidad de visibilidad social y la protección de la intimidad personal.

Este estudio nos ha permitido adentrarnos en el complejo proceso de construcción de la identidad digital en un entorno como Instagram, donde las normas sociales, la estética y la búsqueda de aceptación social juegan un papel importante. A pesar de las limitaciones del estudio, que se basan en la naturaleza cambiante de las plataformas y las tendencias, los resultados brindan una visión valiosa sobre la manera en que los jóvenes gestionan su identidad en las redes sociales. En un contexto de hiperconectividad, donde la vida privada se convierte en un espectáculo público, es crucial seguir reflexionando sobre cómo las plataformas digitales moldean nuestra subjetividad y qué implicancias tiene esto para las generaciones futuras.

Instagram y otras redes sociales seguirán evolucionando, y con ellas, también lo hará la forma en que los jóvenes expresan, negocian y construyen su identidad. Es por esto que esta temática continúa siendo relevante para futuras investigaciones, ya que al iniciar esta tesina, ya se habían producido cambios en la plataforma. Consideramos que es un campo de estudio que debe seguir siendo investigado y analizado, dado que las transformaciones tecnológicas y sociales en el mundo digital influyen directamente en la manera en que las personas definen quiénes son en la esfera pública y privada.

## **Anexos**

### **Entrevistas:**

<https://drive.google.com/drive/folders/1Uejqzay4qCavgzFXIvQVd7hRMPficnj?usp=sharing>

## **Bibliografía**

Barthes, R. (1989). *La cámara lúcida*. Buenos Aires-Barcelona-México. Editorial Paidós.

Bourdieu, P. (2002). *La juventud no es más que una palabra*. En Sociología y Cultura. México. Editorial Grijalbo.

Betancourt Piedrahita, D. y Parra Baldrich, M. A. (2018). *Análisis de la construcción de identidad en la red social Instagram en las mujeres entre 18 y 21 años del programa Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Autónoma de Occidente - Cali*. [Proyecto de grado, Universidad Autónoma de Occidente].

<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10377/T08044.pdf;sequence=5>

Boyd, M. y Ellison, B. (17 de diciembre 2007), Journal of Computer-Mediated Communication. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Castells, M. (s. f.). *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*. OpenMind. <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global/>

Castro, R. (1996). *En busca del significado: supuestos, alcances y limitaciones del análisis cualitativo. Para comprender la subjetividad: investigación cualitativa en salud reproductiva y sexualidad*. México. El Colegio de México.

Chala Bernal, L. D y Matoa Fetiva, L, V. (2013). *La construcción de la identidad en la adolescencia*. [Proyecto de grado]. <http://repository.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/2535/TE-16019.pdf?sequence=1>

*Cómo crear y qué colocar en los Destacados de Instagram*. (2019). Instagram for Business. Recuperado el 21/10/2024, de [https://business.instagram.com/blog/como-crear-e-o-que-colocar-nos-destaques-do-instagram?locale=es\\_LA](https://business.instagram.com/blog/como-crear-e-o-que-colocar-nos-destaques-do-instagram?locale=es_LA)

Fernandez, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. CABA. Argentina. Editorial Crujía.

Goffman, E. (2017). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires. Amorrortu editores.

Guzzo, O, A. (2021). *Instagram y la identidad digital*. [Tesina de grado]. <http://repositorio.sociales.uba.ar/items/show/2113>

Groys, B. (2014). *Volverse público: las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*. Buenos Aires. Editorial Caja Negra.

Hall, S. (2003). *¿Quién necesita identidad?* En Stuart Hall y Paul Du Gay; Cuestiones de Identidad Cultural. Buenos Aires. Amorrortu.

Infante, S. (2021). *Moda Online. Identidades juveniles construidas en tiempos de hipercomunicación, Instagram e influencers*. [Tesina de Grado, Universidad Nacional de Rosario].

<https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/23107/Tesina%20-%20Infante%2c%20Sara.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Kemp, S. (26 de enero 2022). *Digital 2023 october global statshot report*. DataReportal. Recuperado el 4/1/2024

<https://datareportal.com/reports/digital-2023-october-global-statshot>

Margulis, M. y Urresti, M. (1996). *La juventud es más que una palabra*. Buenos Aires. Editorial Biblos.

Martin-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.

McLuhan, M. (1996). *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*. Barcelona: Paidós

Morduchowicz, R. (2012). *Los adolescentes y las redes sociales: la construcción de la identidad juvenil en internet*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.

Murden, A. y Cadenasso J. (2018). *Ser joven en la era digital. Una aproximación a los procesos de construcción de la subjetividad*. CEPAL.

Neira, E. (2020). *Streaming Wars. La nueva televisión*. Barcelona, España. Editorial Planeta.

Perisutti, D. (2018). *La construcción identitaria en el espacio digital: Instagram y sus universos simbólicos*. [Tesina de Grado, Universidad Nacional de Rosario]. <https://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/14024/Tesina%20Diamela%20Perisutti.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Pierre, L. (1999). *¿qué es lo virtual?*. Ediciones Paidós Ibérica, S. A.

Pisani, F. y Piotet, D. (2009) *La Alquimia de las multitudes. Como la web está cambiando el mundo*. Barcelona. Paidós Comunicación.

*¿Qué es la World Wide Web? - Concepto, importancia y más*. (s/f). Recuperado el 18 de junio de 2024, de <https://concepto.de/www/>

Scolari C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa Editorial. España.

Sibilia, P. (2005). *El hombre postorgánico: Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.

Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.

Ugarte, D. (2012). *El poder de las redes*. Buenos Aires. Aurelia Rivera.

Van Dijck J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires. Argentina. Siglo Veintiuno Editores.

Villarreal, M. S. (2019). *Entre el Ser y el (Re)presentar. Sobre la construcción de identidades y el uso de Instagram en los adolescentes*. [Tesis de Grado, Universidad Nacional de Rosario].

<https://rehip.unr.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/2133/15292/Tesina%20Villarreal%2c%20Mar%2c%3%ada%20Sol.pdf?sequence=3&isAllowed=y>