



# JÓVENES, TECNOLOGÍAS DIGITALES Y SUBJETIVIDADES



LA EXTIMIDAD: UNA FORMA DE CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD EN INSTAGRAM



FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA  
Y RELACIONES INTERNACIONALES  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO



Tesina de grado

Licenciatura en Comunicación Social

## **Jóvenes, tecnologías digitales y subjetividades**

La extimidad: una forma de construcción de identidades en Instagram

Autor: Esteban Díaz

([estebandiaz244@gmail.com](mailto:estebandiaz244@gmail.com))

Tutor: Sebastián Castro Rojas

Rosario, octubre de 2019

A la universidad pública, por la posibilidad inconmensurable.

A mis padres, Viviana y Hugo, por el apoyo constante.

A mi tutor, Sebastián, por su tiempo y dedicación durante este trayecto.

A mis amigos, por la valiosa compañía.

## **Resumen**

"En las redes uno es lo que dice ser". A medida que transcurre el tiempo, la frase que Manuel Castells popularizó en 1997 toma cada vez más vigencia. Sobre todo, en un gran grupo de jóvenes que, por su etapa temprana en la vida, no saben qué ni quiénes son. Exhibiendo su intimidad en Instagram, buscan resolver esta incertidumbre. A través de una conjunción entre iniciativas propias y tendencias ajenas, están construyendo su identidad.

## **Palabras clave**

Jóvenes, subjetividades, extimidad, identidad, Instagram.

# Índice

1. Introducción.....	6
2. Abordaje histórico: las nuevas formas de organización y configuración social a partir de la Web.....	11
2.1. Internet como reestructurador de la vida humana.....	13
2.2. Usos de Internet.....	15
2.3. Participación: de los internautas a los webactores.....	17
2.4. Cómo el moldeamiento de la identidad modifica la dinámica relacional.....	20
2.5. Intenciones de los usuarios al hacer pública su intimidad.....	23
3. La visibilidad de lo íntimo, método para forjar la identidad.....	26
3.1. ¿Qué es la extimidad?.....	28
3.2. La identidad forjada en perfiles virtuales.....	30
3.3. Soy lo que digo, no lo que soy: del Minitel a la conformación de ciberlazos.....	32
4. Análisis de posteos.....	35
5. Reflexiones.....	47
6. Bibliografía.....	52
7. Anexo.....	54

## Introducción

En la actualidad, se ha naturalizado de tal manera el simple acceso a Internet hasta el punto de concebirlo como una extensión del cuerpo. Este trabajo no tratará el ingreso de la gran masa de la población a él, sino a una ínfima fracción del espacio que alberga: las redes sociales. Pero no las aplicaciones en sí mismas, si no el desenvolvimiento de un cierto grupo de personas dentro de ellas. Más específicamente, de Instagram.

Estudios latinoamericanos revelan que el 64% de los usuarios de Internet en el mundo tiene una cuenta en redes sociales. Si se considera Argentina, el séptimo país del mundo que más utiliza Internet detrás de Filipinas, Brasil, Tailandia, Colombia, Indonesia y Sudáfrica, aquel porcentaje aumenta ya que es el 68% de las personas que acceden a la web quienes frecuentan una red social. Instagram, por su parte, cuenta con 1000 millones de usuarios activos en el mundo (Infobae:2018, Perfil:2018, CNN en Español:2018, Juan C Mejía:2019).

Aquí no se brindará una definición precisa de lo que es una red social. Lo que verdaderamente importa son sus usos. Es que, desde la llegada de Internet, se ha comenzado a hablar de "calidad" de usos, y sobre esta noción se versará aquí. Porque la red ha producido profundas modificaciones en el mundo de los medios de comunicación, principalmente en la manera en que cada persona se posicionaba frente a ellos. Con el arribo de Internet, en primer lugar, y la ratificación de la Web, luego, ha variado la concepción de audiencia tradicional: se pasó de una masa amorfa que recibía la misma información a una individualización de la misma. Se trató del fin de la estandarización: los jóvenes dejaron de ser espectadores para comenzar a actuar. Adoptaron un rótulo, por lo que se convirtieron en usuarios. Y tomaron decisiones.

Es así como Internet, la Web y luego las redes sociales se han inmiscuido en nuestras vidas hasta el punto de incidir en nuestras costumbres, valores y preferencias. No solamente permiten la comunicación, si no también que han modificado actitudes y conductas. Actualmente, millones de personas comunican en Instagram sus acciones, señalan los lugares que visitan, exhiben lo que comen, notifican lo que compran, describen con quiénes conviven,

cristalizan sus pensamientos, muestran sus carencias y de lo que ostentan. Es casi una compulsión por hacer público lo que les sucede.

Desde su invención, las redes sociales han ofrecido múltiples usos. Con el paso de los años, su función comunicativa, tomando a esta como de intercambio directo con otro u otros usuarios ha quedado en un plano secundario. Es sabido que a partir de lo que cada persona muestra, está comunicando. Y la tendencia actual es esta: mostrar para comunicar. Es decir, muchos jóvenes están comenzando a utilizar sus perfiles de Instagram como una forma de representación personal. Están forjando su identidad. Y lo hacen con total consciencia de sus actos, implementando usos, decisiones y elecciones para exhibir una representación favorable a sus intereses. Una representación que logre ser aceptada, aprobada y recompensada por quienes la observen. En muchas ocasiones, los usuarios dejan en claro lo que son. Pero en otras, lo que buscan ser o parecer. Es así como se modifica el vínculo interpersonal: el otro importa en la medida en que puede reafirmarme.

Pero... ¿Por qué se piensa indagar acerca del comportamiento de los jóvenes en las redes sociales y no en el mundo off-line, como se le llama a la "vida real"? Es que, por la utilización de éstas, buena parte de los adolescentes se manifiesta de tal manera que difícilmente sea similar a como lo hacen personalmente.

"La comunicación por Internet es un espacio propicio para compartir secretos y confidencias difíciles de expresar en persona. La mediación electrónica, la ausencia de una imagen física, y la anulación de la dimensión corporal permiten a los adolescentes hablar de sí mismos con menos inhibición, con mayor autenticidad y evitando el cara a cara y el juicio valorativo de sus pares (...) De alguna manera, los jóvenes sienten que en la web no existen limitaciones; es, posiblemente, el único espacio en el que se sienten en verdad independientes" (Morduchowicz 2012:28).

A partir de esto, cabe preguntarse qué contenido comparten en Instagram, una red social pura y exclusivamente basada en la fotografía. Sin embargo, más allá de cada imagen presente, cada publicación deja entrever muchas aristas.

Difícilmente el material allí publicado no tenga que ver con experiencias personales. Son éstas las que cuentan con un mayor abordaje en este trabajo.

Aquellas en las que los adolescentes exteriorizan su intimidad. Aquellas donde se logran vislumbrar personalidades alterdirigidas, es decir, donde cada autor *postea* pensando en la mirada ajena. Aquellas donde los propios usuarios sean autores, narradores y personajes de sus perfiles. Porque el grupo a estudiar vive de la autoreferencia, incluso en aquellos *posteos* donde no exhiben su figura. Y tienen en cuenta dos puntos: la espectacularización –ellos convertidos en personajes- y el control –tener en cuenta qué y cómo publicar-.

Otro de los puntos que puede registrarse en las publicaciones del grupo elegido es que cada imagen es real. Es la realidad lo que priorizan en sus *posteos*, por encima de las descripciones que acompañan las fotografías y, en varias oportunidades, de la fotografía misma. Para ellos, se trata de la originalidad de lo cotidiano. A pesar de que en muchas ocasiones se exhiben en lugares poco comunes o que sus seguidores no logran acceder, con celebridades o con adquisiciones recientes, lo que predomina en ellos es la constante exhibición de lo ordinario. Y es aquí donde se diferencian de aquellos que solamente optan por cristalizar lo que consideran extraordinario.

La utilización de los perfiles como un modo de representación de sus vidas, donde cada momento queda registrado, permitió realizar el pertinente estudio para llevar a cabo este trabajo. Es que en este grupo de usuarios de Instagram, está presente la concepción de que, si el momento no fue cristalizado en la red, no existió. Es a partir de la red como cada usuario adopta existencia propia. Considerando esto, se seleccionarán distintas publicaciones donde distintos adolescentes hagan pública su intimidad analizando el discurso que cristalizan. En este sentido, se implementará un método cualitativo donde se tratará de obtener un tipo de conocimiento comprensivo y no explicativo o determinista. El plano de análisis de la realidad será microsocioal y diacrónico.

Lejos está de ocurrir que sean únicamente cierto grupo de jóvenes los que llevan a cabo estos comportamientos. De hecho, otras franjas etarias también adoptan actitudes similares. Sin embargo, para este trabajo fueron elegidos los adolescentes que demandan de la mirada de otro sobre sus *posteos* hasta el punto de convertirse en narcisistas, histriónicos y obsesivos, tal como caracterizó un estudio de la Universidad del Siglo XXI a la personalidad de los jóvenes argentinos.

Además, son los jóvenes quienes mayor protagonismo tienen en las redes. Es el segmento entre los 18 y los 24 años quien más utiliza Instagram, posición que comparten con la franja 25-34. En Argentina, por su parte, el 90% de las personas de entre 18 y 34 años utiliza redes sociales. También, nuestro país es uno de los que más utiliza Internet en el mundo: ocho horas y 19 minutos diarios. Esto se ratificó con la propagación de los Smartphones, en los cuáles se puede albergar Instagram. Se estima que el 84% del último grupo mencionado cuenta con un teléfono móvil en Argentina (Perfil:2018, CNN en Español: 2018, Juan C Mejía:2019). Por lo antes mencionado es que como objetivo de este trabajo se plantea describir e identificar los comportamientos "éxtimos" de ciertos jóvenes en Instagram.

Como se dijo recientemente, en muchas oportunidades los jóvenes se comportan de una manera distinta en las redes que en la vida real ya que consideran que es un espacio que les es propio. Y esto puede justificarse a través de cada publicación realizada, donde se encuentra una consonancia en el estilo de sus posts. Sus personalidades alterdirigidas; su exhibición de la intimidad hasta el punto de convertirse en narcisistas, histriónicos y obsesivos; su simplicidad en las descripciones; y la conjunción de los roles de autores, narradores y personajes que experimentan es lo que ha llevado a diferenciar sus publicaciones de otras de distinto índole: aquellas personas que optan por dejar en claro su intelectualidad, aquellas que utilizan descripciones más filosóficas, aquellas que solo dan a conocer momentos extraordinarios, aquellas que se preocupan más por sí que por la mirada ajena o aquellas que desean dar a conocer sus opiniones políticas, sociales, culturales o religiosas. No, este grupo poco tiene que ver con estas personas. Así, a medida que la red que comenzaban a utilizar se iba plagando de publicaciones que no coincidían con sus parámetros, la abandonaban para ir pasando a otra. El camino recorrido, actualmente, es Facebook-Twitter-Instagram. Los intrusos determinarán el calibre de esta última. Muchos ya la consideran invadida, por lo que han iniciado su mudanza a Snapchat. Morduchowicz, también sostiene que la visión que los otros tienen de los jóvenes, ha fortalecido esta concepción de "propia" que le han asignado a las redes sociales:

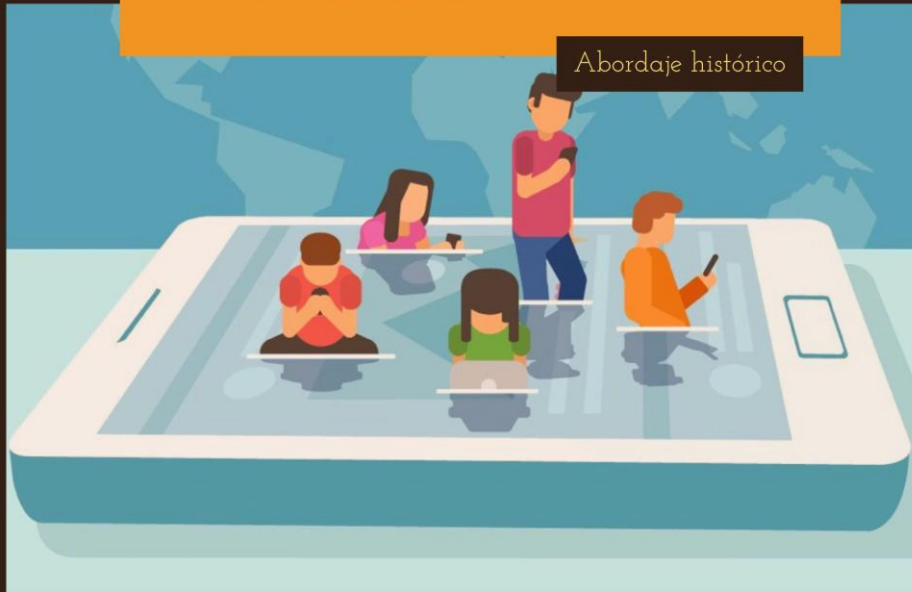
"La cultura popular es uno de los pocos escenarios que, en la propia percepción de los niños y jóvenes, les pertenece y en el cual sienten que se habla de ellos y a ellos. La cultura popular les permite entender quiénes son, cómo se los define socialmente y cómo funciona la sociedad en la que viven" (Morduchowicz 2008:47).

A partir de no tener una personalidad definida, sino una que varía constantemente con las tendencias que se van sucediendo minuto a minuto, es posible que éstos jóvenes naveguen por distintos senderos. Que exhiban cierta faceta de su vida de una forma y de otra totalmente distinta tiempo después. Así, la obsolescencia en la manera en que se presentan es otra de las características que describe a este grupo. Aunque esta obsolescencia forma parte de la identidad: "las identificaciones nunca se construyen plena y definitivamente; se reconstruyen de manera incesante y, por eso, están sujetas a la volátil lógica de la reiterabilidad. Son lo que se ordena, consolida, recorta e impugna constantemente" (Souter en Hall, 2003:36).

Esto también se ve impulsado por la incertidumbre de no saber qué será de ellos en el futuro próximo, lo que fomenta estos cambios repentinos en sus personalidades. Y las redes les permiten abordar este panorama nublado. "Los jóvenes, como dijimos, viven una etapa repleta y caracterizada de incertidumbres. El uso y las prácticas que hacen de las tecnologías les permiten enfrentar esa incertidumbre. Las tecnologías funcionan –al menos en la imaginación- como instrumentos para controlarla" (Morduchowicz 2012:26).

# CAPÍTULO 1

Abordaje histórico



Nuevas formas de configuración y organización social a partir de la Web

# RESUMEN



Desde que se convirtió en un medio de comunicación paralelo a los tradicionales, Internet ha influido sobre nuestra conciencia y conducta, lo que ha modificado nuestra personalidad y nuestra forma de ver el mundo.

Producto del amplio espectro que abarcó desde su creación, y de los espacios que fue ganando a medida que experimentaba avances, cada joven logró encontrar su lugar en él. Un lugar que construyó haciendo pública su intimidad, la manera que adoptaron para forjar su identidad.

## **1.1 Internet como reestructurador de la vida humana**

¿Cuándo y por qué las personas comenzaron a sentirse interpeladas por la tecnología? ¿Qué hechos fueron claves para comprender la ruptura entre lo público y lo privado? ¿En qué momento una buena parte de los jóvenes dejó de sentir ese pudor que significaba exteriorizar su intimidad? ¿Por qué optaron por hacerlo a través de Internet? ¿Qué los motivó para que utilicen los dispositivos tecnológicos para moldear su identidad? Son preguntas de las que se tratará de dilucidar su origen a partir de categorías tales como tecnología, público, privado, intimidad, Internet, identidad, web y redes sociales, estas últimas dos más recientes en el tiempo.

Lo que verdaderamente interesa aquí no es dar a conocer la historia de la aparición de Internet en la humanidad. Más bien, cómo este ha efectuado una profunda reestructuración humana. Su influencia en la conducta personal y cómo ha influido en las relaciones interpersonales. Esto no se restringe únicamente a los comportamientos individuales en este universo infinito ni mucho menos a las interacciones entre dos o más personas a partir de la comunicación mediada por dispositivos tecnológicos, sino también a cómo Internet ha variado las maneras de relacionarse en el mundo off-line o real. Su aparición y las numerosas innovaciones que experimentó con el paso del tiempo han llevado a una buena parte de la sociedad a configurarse a través de él. Así, Castells ha llegado a decir que Internet es "el tejido de nuestras vidas" porque "las principales actividades económicas, sociales, políticas y culturales de todo el planeta se están estructurando por medio de Internet" (Castells 2001:15-20).

En la percepción de este autor, Internet ha influido en todo aspecto de la organización de la vida humana al punto de que llama a la actual sociedad "La Sociedad Red", algo que solventa a partir de la transformación socio-tecnológica que produjo su llegada, cuya principal consecuencia fue "la integración de varios modos de comunicación en una red interactiva. O, en otras palabras, la formación de un hipertexto y un metalenguaje que, por primera vez en la historia, integran en el mismo sistema las modalidades escrita, oral y audiovisual de la comunicación humana" (Castells 1997:360).

Esta integración de formatos ha reafirmado a Internet como un medio de comunicación. Y como todo medio de comunicación, desde la radio hasta la televisión, se convirtió en un factor que comenzó a influir en la sociedad: en la manera de percibir las cosas, en los valores de cada persona, en la referencia que cada uno tendrá con el otro y en el tratamiento del lenguaje. Básicamente, comenzó a ejercer un poderoso efecto en la conducta humana. "Puesto que la comunicación mediatiza y difunde la cultura, las mismas culturas, esto es, nuestros sistemas de creencias y códigos producidos a lo largo de la historia, son profundamente transformadas, y lo serán más con el tiempo, por el nuevo sistema tecnológico" (Castells 1997:360).

Pero la actual sociedad no fue catalogada como una "Sociedad Red" solamente porque Internet es una red, sino también porque a partir de la llegada de este, la organización humana se estructuró en forma de red: "las redes informáticas interactivas crecen de modo exponencial, creando nuevas formas y canales de comunicación, y dando forma a la vida a la vez que ésta les da forma a ellas" (Castells 1997:361). Esta nueva organización moldeada por Internet, se correspondió con el proceso que dejó en el olvido las tecnologías mecánicas, reemplazadas por las tecnologías de la información. Dentro de estas últimas, son los medios de comunicación quienes se erigieron como dominadores. Y, al igual que Internet, continuaron efectuando profundas modificaciones en la personalidad: "al ser el tejido simbólico de nuestra vida, los medios de comunicación tienden a funcionar sobre la conciencia y la conducta" (Castells 1997:369)

## 1.1 Usos de Internet

Sin embargo, ¿qué ofrecían tanto Internet como los medios de comunicación que modificaron drásticamente los comportamientos de la sociedad? Es aquí donde se debe comenzar a hablar de los usos que las personas hicieron de estos. En este apartado se dejará de lado la noción de cantidad para hablar de calidad de usos.

Una de las principales modificaciones que produjo la llegada Internet ha sido la reconceptualización de la noción de audiencia. Se pasó un objeto pasivo a un sujeto interactivo que "abrió el camino a su diferenciación y a la transformación subsiguiente de los medios: de la comunicación de masas a la segmentación, personalización e individualización, desde el momento en que la tecnología, las empresas y las instituciones permitieron esas mudanzas" (Castells 1997:369). Así, Internet no se constituyó como un medio transmisor del resto de los medios. No convergió con ellos. Más bien, se erigió como uno nuevo y diferenciado. Y, como todo medio de comunicación, tuvo su lógica y su lenguaje propios, los cuáles se fueron modificando con el tiempo a partir de, justamente, los usos que se hicieron de él. Porque no solo se trató de innovar Internet bajo la lógica del costo-beneficio, sino también para satisfacción personal. Además, no se buscó únicamente modificar lo ya existente, sino que, por el contrario, fueron añadiéndose nuevas funciones por lo que ha llegado a prevalecer la creencia de que en Internet "está todo".

Fue también este carácter independiente que adoptó Internet con respecto al resto de los medios de comunicación el que ha modificado su uso. Es que, a partir de su llegada., no todos tenían que ver o escuchar lo mismo. La información que cada persona recibía no era la misma. Fue el inicio del fin de la estandarización que producían la radio o la TV. Frente a un ordenador, anteriormente, o a un Smartphone, en la actualidad, cada persona comenzó a realizar usos individuales. A desempeñarse sin recibir indicios. "No estamos viviendo en una aldea global, si no en chalecitos individuales, producidos a escala global y distribuidos localmente" (Castells 1997:374).

Calidad en la elección es lo que produjo esta fragmentación de la audiencia provocada por la aparición de Internet. Este proceso conllevó la aparición de

una nueva forma de comunicación denominada autocomunicación de masas. A diferencia de la comunicación de masas, la cual es tradicionalmente unidireccional ya que envía mensajes de uno a muchos en medios tales como radio, películas, libros, periódicos o televisión, aquella se caracterizó por su capacidad de enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto. Es de masas porque es posible de llegar a una audiencia global mientras que es autocomunicación ya que "uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos o los contenidos de la web y de las redes de comunicación electrónica que quiere recuperar" (Castells 2009:88).

Este nuevo tipo de comunicación, que no suplantó la primera si no que la complementó, llevó a que los usuarios elijan sus propios consumos. La variedad de mensajes, establecidos por iniciativa, interés y deseo de los usuarios, fue abismal. Documentos, música, fotografías, películas y foros de debate convergieron en un mismo lugar. Así, actores sociales y ciudadanos de todo el mundo comenzaron a implementar la nueva capacidad de las redes de comunicación para hacer avanzar sus proyectos, defender sus intereses y reafirmar sus valores. Con esto, esta autocomunicación de masas se caracterizó principalmente por "su contenido autogenerado, su emisión autodirigida y su recepción autoseleccionada" (Castells 2009:108).

Es a partir de esta segmentación provocada por la llegada de Internet que, según Castells, se deriva en lo que él mismo denomina como "individualismo en red", un tipo de organización social que encuentra sus raíces en la cultura de la libertad individual de los años sesenta y setenta, en Estados Unidos, cuando los estudiantes implementaron la conexión informática en red para sus propios fines, entre los que se destaca la innovación tecnológica solo por el placer de descubrir. Este grupo tomó la conexión informática en red como una herramienta de comunicación libre y como vehículo de liberación en consonancia con sus ideas de compartir y cooperar con sus compañeros. Con el paso de los años, la tendencia que ha comenzado a imponerse es la de las relaciones personales organizadas según el individualismo en todas sus manifestaciones. "El nuevo patrón dominante parece estar constituido en torno a lo que podríamos denominar relaciones terciarias, o lo que Wellman llama

'comunidades personalizadas', encarnadas en redes centradas en el yo. Esto representa la privatización de la sociabilidad" (Castells 2001:150).

Resulta paradójico que un medio de comunicación, o una red social, hayan fomentado un individualismo. Sobre todo, porque una de las razones por las cuáles fueron creadas fue para facilitar y aumentar el intercambio. Claramente han logrado estos objetivos. Sin embargo, estas nuevas interacciones solo terminaron actuando en perjuicio de aquella sociabilidad que se establecía en clubes de barrio, plazas, cines u otros espacios físicos del mundo real. A partir de Internet, comenzaron a prevalecer nuevas formas de relaciones sociales. "Debido a la flexibilidad y el poder de comunicación de Internet, la interacción social online juega un papel cada vez más importante en la organización social en su conjunto" (Castells 2001:152).

Esta nueva forma de organización no fomentó un aislamiento social de quien comenzó a pasar gran parte de su tiempo frente a una pantalla. Al contrario, ha provocado el fortalecimiento de muchas relaciones y la creación de otras. Incluso, ha sido beneficioso para aquellas personas que les costaba establecer un vínculo social en el espacio físico por su timidez o reticencia. El individualismo en red está lejos de corresponderse con la soledad. Más bien, ha actuado como una nueva plataforma. "Constituye un modelo social, no una colección de individuos aislados (...). El desarrollo de Internet proporciona el soporte material apropiado para la difusión del individualismo en red como forma dominante de sociabilidad" (Castells 2001:152).

## **1.2 Participación: de los internautas a los webactores**

Los desempeños individuales de los usuarios en Internet no han sido similares con el transcurrir de los años. Castells menciona cuatro tipos de "internautas", los cuáles no se fueron sucediendo en el tiempo si no que cada uno funcionó a base de los otros. Los denomina como la cultura meritocrática, la cultura *hacker*, la cultura emprendedora y la cultura comunitaria. Es esta última la que se identifica con el objeto de estudio de este trabajo ya que, según el autor,

"mientras la cultura hacker proporcionó los fundamentos tecnológicos de Internet, la cultura comunitaria configuró sus formas, procesos y usos sociales" (Castells 2001:69).

Dos características describen a estas comunidades. Por un lado, el valor de la comunicación horizontal y libre: "la actividad de las comunidades virtuales encarna la práctica de la libertad de expresión a nivel global. (...) Esta libertad de expresión de muchos a muchos es algo que los usuarios de la red han defendido desde las primeras etapas de la comunicación online y se ha convertido en uno de los valores generales de Internet". El otro es llamado "conectividad autodirigida", es decir, "la capacidad de cualquier persona para encontrar su propio destino en la red y, si no lo encuentra, para crear y publicar su propia información, suscitando así la creación de una nueva red" (Castells 2001:70). Ambos preceptos se cumplen en Instagram, donde cualquier persona puede tener un perfil y publicar lo que desee, siempre y cuando no esté censurado por tal red. Además, el sitio no determina una pauta definida de las personas con las cuáles interactuar. De hecho, es posible prevalecer incluso sin tener actividad con otros. Así, es esta comunidad la que, a partir de sus publicaciones, constituye un modelo de comportamiento que fue cristalizando ciertos usos de Internet que han tenido tal difusión hasta el punto de llegar a influir en diferentes esferas del espacio social.

Al hacer referencia a las publicaciones de los usuarios en la red, es posible introducir un concepto clave: participación. Es que, a partir del nacimiento de estas comunidades, los usuarios dejaron de ser meros espectadores para convertirse en participantes. De ser internautas a ser "webactores", los cuales son descritos como aquellas personas que "se implican en los sitios web que visitan, cuando no los crean ellos mismos" (Pisani y Piotet 2008:15).

La llegada de Internet no solamente les permitió a los usuarios comenzar a crear producciones propias, si no también buscar influir sobre los consumos de los demás. En este sentido, los webactores tuvieron un papel preponderante. "Los usuarios actuales de la web proponen servicios, intercambian información, hacen comentarios, se implican, participan. Ellos y ellas generan la mayor parte del contenido de la web. Estos internautas en plena mutación ya no se contentan con navegar, con surfear. Actúan" (Pisani y Piotet 2008:15).

Estos individuos no solamente han efectuado acciones dentro de la red que han causado estupor. Si no que también lograron que Internet experimente un rotundo giro a partir del uso que hicieron de él. Es que es a partir de la participación de los usuarios que se introdujo el término Web, la plataforma donde localizamos el contenido publicado y que puede modificarse en todo momento. Para O Reilly fue "la descripción de un punto de inflexión, de ese momento en que un fenómeno un poco único y aislado se convierte en algo común y se generaliza. Una especie de punto de ruptura y de paso a una nueva era" (citado en Pisani y Piotet 2008:25).

Entonces, la Web ratificó la concepción de que en Internet "está todo". Es que, muchas de las satisfacciones que la sociedad no encontraba en el mundo off line, las hallaron en este nuevo territorio. Castells llamó a este sistema "virtualidad real" cuyo principal rasgo es el de "abarcar e integrar todas las formas de expresión, así como la diversidad de intereses, valores e imaginaciones, incluida la expresión de conflictos sociales" (Castells 1997:407).

La principal razón del aumento de los webactores ha sido la simplicidad de la web, hasta el punto de que aquellos han llegado a apropiarse de esta. Pero esta nueva generación también es posible de ser caracterizada por su pragmatismo en relación a la web. Es que dejaron de lado su interés por interiorizarse acerca del funcionamiento de las tecnologías complejas para optar por aquellas que no solicitaban un gran esfuerzo mental e intelectual. Se inclinaron por aquellas flexibles y sencillas. Pero, sobre todo, por aquellas en las que ellos mismos sean organizadores, administradores y animadores. De hecho, actualmente resulta muy difícil encontrar un sitio donde no haya contenido exclusivo de los usuarios. "Los internautas usaban Internet; los webactores le dan forma con el contenido que generan y su capacidad de organizarlo" (Pisani y Piotet 2008:109).

Desde que la web se ha erigido como dominadora, Internet ha comenzado a funcionar según una nueva lógica que Wellmann denomina como "individualismo reticular", caracterizada como "una actitud en la que el individuo es más importante en la gestión de esas redes que el grupo". Además, y este también es un rasgo significativo, "nuestras actividades y relaciones son

informales en vez de estar estructuradas de manera organizada" (Wellmann en Pisani y Piotet 2008:61).

Incluso, este individualismo reticular se opone a la lógica del teléfono y el e-mail, los cuáles están dirigidos a un destinatario específico. Lo contrario ocurre en la web, donde la información está al servicio de quien quiera observarla, compartirla o efectuar una respuesta. Y sin importar cuándo y cómo. Es lo que ocurre cuando un joven publica contenido en su perfil de Instagram: "se ha pasado de una comunicación preactiva e institucionalizada a una comunicación flexible y no controlada" (Pisani y Piotet 43:2008).

Es posible describir esta nueva forma de comunicación a partir del término "hanging out":

"Significa reunirse y no hacer nada, escuchar música, hablar de lo que se nos ocurra. Es una manera de posicionarse socialmente frente a los demás, de interactuar con ellos, de crear relaciones sociales y, por tanto, de crearse una identidad. Se trata de una forma de dar una imagen de uno mismo, y de que esta imagen sea recibida por otros. Y el hecho de que no haya una acción concreta y medible que no le quite valor" (Boyd en Pisani y Piotet 2008:46).

Este modo de interacción obligan nuevamente a retomar el concepto de "autocomunicación de masas" propuesto por Castells anteriormente:

"Es comunicación de masas porque procesa mensajes de muchos para muchos y potencialmente puede llegar a numerosos receptores y conectarse a incontables redes que transmiten información digitalizada en un barrio o por todo el mundo. Es autocomunicación porque el emisor decide el mensaje de forma autónoma, designa a los posibles receptores y selecciona los mensajes de las redes de comunicación que quiere recuperar (Castells 2012:24).

### **1.3 Cómo el moldeamiento de la identidad modifica la dinámica relacional**

Con el paso del tiempo y las características de los comportamientos cristalizados en los sitios webs, entre los que se encuentra Instagram, los jóvenes comenzaron a dejar en claro quiénes eran. Incluso cuando sus discursos no coincidían con lo que verdaderamente decían o hacían. Sus interacciones apuntaron, implícitamente, a la construcción de su identidad, una tarea fundamental y de quiebre en sus vidas. Aunque la búsqueda de saber qué y quién es uno no es nueva. Lo que sí es más cercano en el tiempo es la forma: a través la web, la cual "permite que los jóvenes empleen esta herramienta como quieran, y les ayuda a construir su identidad en relación con los demás al margen de cualquier mecanismo institucional tradicional" (Pisani y Piotet 2008:32).

Pero si buena parte de los jóvenes buscan forjar su identidad mediante la red, es porque en esta coexisten con otros que observan sus publicaciones, y no específicamente jóvenes en este sentido. La alteridad resulta fundamental en este proceso. Hall, en consonancia con esto, sostiene que la identidad "solo puede construirse a través de la relación con el Otro, la relación con lo que él no es, con lo que justamente le falta. (...) Las identidades solo pueden funcionar como puntos de identificación solo debido a su capacidad de excluir, de omitir, de dejar afuera" (Hall, 2003:18). Es a partir del otro como el autor esboza su propio concepto de identidad, describiéndola como "las posiciones que el sujeto está obligado a tomar, a la vez que siempre sabe que son representaciones y que la representación siempre se construye a través de una falta, una división, desde el lugar de Otro" (Hall, 2003:20).

Es entonces como esta búsqueda de identidad ha modificado "la dinámica relacional", es decir, "el conjunto de movimientos no controlados, no lineales, con múltiples vertientes y causados por la participación de todos. Con dinámica relacional destacamos el hecho de que esta dinámica social y tecnológica está afectando al establecimiento de relaciones entre personas, grupos y datos" (Pisani y Piotet 2008:52).

Este trabajo no pretende indagar aspectos psicológicos, por lo que no dilucidará las razones por las que los jóvenes optan por forjar su identidad

mediante las redes. Lo que sí es posible dar cuenta es que este grupo es totalmente consciente de sus acciones y decisiones allí. Tanto de sus producciones propias como también de los sitios por los que navega o los usuarios con los que interactúa. Es que, debido a la simplicidad de la web, tanto para ingresar como también para navegar, los adolescentes saben que cualquier persona puede acceder a ella. Y ellos ven un desafío en esto. "Para los jóvenes, el interés de la web se encuentra en primer lugar en el ámbito relacional: no existen normas preestablecidas, hay libertad de expresión, disponen de múltiples herramientas y medios, hay un gran número de usuarios, algunos más cercanos y otros más lejanos. Existe una posibilidad de encuentro, de descubrimiento" (Pisani y Piotet 2008:43).

La búsqueda de una identidad definida es llevada a cabo a través de las publicaciones que cada usuario realiza en su propio perfil. A pesar de que en la mayoría de las oportunidades no se trata de un intercambio directo con otras personas, la intención de los jóvenes con estos *posteos* es ser visibles. Que el otro sepa que estás ahí exhibiendo gustos, preferencias o valores que en muchos casos coinciden con las que verdaderamente está identificado. Pero en otros, no. Y, si está aprobado o no por la audiencia, dependerá de las interacciones, las cuáles determinan el grado de satisfacción de cada usuario con su publicación. "La gente mantiene conexiones, por supuesto, pero lo hace como individuos, y cada uno gestiona sus redes para obtener, de acuerdo con las necesidades de la información, una colaboración, un apoyo afectivo o, incluso, un sentimiento de pertenencia" (Pisani y Piotet 2008:62).

Pero... ¿Quiénes son aquellos otros que realizarán tales valoraciones y de los cuáles también se podrá opinar? Boyd manifiesta que son "los amigos", a quienes caracteriza como "aquellas personas con las que hablamos, aquellas que constituyen nuestra audiencia, aquellas a las que prestamos atención" (Boyd en Pisani y Piotet 2008:49).

Además de que este grupo de jóvenes se distinga por optar por las tecnologías sencillas y flexibles y por construir su identidad mediante la web, hay otro rasgo que los caracteriza y que será útil para conocer los usos que realizan de las tecnologías. Y es generacional. Prensky ha sido quien acuñó el término "nativos digitales". En su caracterización, los opuso a los "inmigrantes

digitales". La principal diferencia entre ambos radica en el momento en que arribaron al mundo digital. Aquellos "nacieron con él" mientras que éstos "han llegado tarde a las nuevas tecnologías de la web". A partir de esto, el autor concluye que esta diferencia se cristalizó en los blogs, es decir, en sus páginas web personales de comunicación. Los blogs de inmigrantes, que "son frecuentes en el mundo de los negocios, del periodismo y de la política, son un instrumento para compartir conocimientos intelectuales". Es distinto lo que ocurre en los de los nativos, los cuales "tienden, sobre todo, a compartir emociones" (Prensky en Pisani y Piotet 2008:39-40). En cierta forma, estos últimos han convertido a sus páginas en una materialización de un estado de ánimo, tal como caracterizaron Pisani y Piaget (2008:106) al sitio Craigslist. Son los nativos digitales los que se identifican con el objeto de estudio de este trabajo.

Es así como los jóvenes encuentran en las redes una manera de expresarse, de cristalizar sus sentimientos. Cuando lo hacen, lo que era propio, pasa a ser público. "Las emociones complejas, los conocimientos y los conceptos son entidades eminentemente subjetivas que, desde el momento en que hablamos, se externalizan, se objetivan, se intercambian" (Levy, 1995:56-59). Sin embargo, los individuos hacen pública su intimidad no solamente porque son seres emocionales, sino también por su mera actuación. Esto puede ser representado a través de aquellos movimientos sociales que se organizan vía redes sociales: "Cuando el individuo supera el miedo, las emociones positivas se imponen a medida que el entusiasmo activa la acción y la esperanza anticipa la recompensa de la acción arriesgada" (Castells 2012:30-31). Esto último puede emparentarse a los sentimientos que cada joven experimenta cuando publica algo en su perfil y espera las repercusiones que tendrá.

#### 1.4 Intenciones de los usuarios al hacer pública su intimidad

El antiguo blog fue uno de los impulsores de lo que hoy llamamos redes sociales, así como también, tiempo después, los viejos Fotologs. Los autores de éstos tenían la posibilidad de publicar una imagen acompañada de una descripción escrita. Los visitantes, de comentar cada publicación. Instagram ha emulado este modelo y sumado nuevas funciones como el *like*. Además, existe una retroalimentación entre usuarios –entre los que puede participar el dueño del perfil o no- más dinámica que la que existía en los blogs. Pero a diferencia de estos últimos, no todos los usuarios tienen la posibilidad de observar el contenido de otro, ya que cada uno puede optar por hacer "privado" su perfil, para que sus publicaciones sean observadas por las personas que él disponga. Una de las razones de esta innovación que introdujo Instagram, y que ya lograba vislumbrarse en Twitter o Facebook –en esta última, a través de la solicitud de amistad-, se debe a que un gran grupo de jóvenes está comenzando a hacer público ámbitos que otrora formaban parte de lo privado. Desde el lugar en el que se encuentran, las adquisiciones realizadas o las personas con las que comparten momentos, hasta imágenes donde se exhiben ellos mismos. Están comenzando a exteriorizar su intimidad.

Pero, para un cierto grupo de adolescentes, no toda expresión privada puede publicarse. Más bien, aquella en la que sienta que puede obtener un premio. Para Yus, se trata de una "recompensa" que "puede favorecer la valoración positiva de los compañeros o amigos" (Yus 2010:148). Para saber si una publicación será o no "aceptada" por parte de quienes la observen, es necesario contemplar aquellas que ya fueron publicadas, aceptadas y, obviamente, recompensadas. Lo que cambia es el contenido de cada publicación, no así el estilo. "Al mirar y comprobar qué información cuelgan los demás en sus perfiles, los adolescentes obtienen una idea general de qué información pueden o no presentar sobre sí mismos en sus propios perfiles" (Boyd en Yus 2010:146).

Así, se termina creando una homogeneidad dentro de la red social por la cual las publicaciones llevan implícitas muchos aspectos que ni siquiera deben ser explicados por sus autores puesto que la lógica de funcionamiento lleva a que cada persona que la observa interiorice rápidamente estas facetas. "Al colgar

información en el Servicio de Red Social, el usuario exuda determinadas actitudes, creencias, valores, etc., que pueden ser inferidas por sus lectores sin que el autor haga explícitas sus intenciones de aportar esa información" (Yus 2010:147).

Esta homogeneidad está cimentada a partir de una "mutualidad", que existe entre el dueño del perfil y el visitante, es decir, que ciertos mensajes quedan codificados y asumidos sin necesidad de una explicación previa. Y esto direcciona las elecciones de cada usuario a la hora de realizar su publicación. De exteriorizar su intimidad. Pero esta mutualidad no solamente se crea a partir de las publicaciones de cada persona, sino también de los comentarios y *likes* que cada usuario efectúa en una publicación, ya que a partir de estos, cada autor obtendrá "una fuente valiosa de estimación de su valor personal y sobre su posición dentro de su red de contactos y amigos" (Yus 2010:152).

A partir de esta mutualidad implícita, Yus manifiesta la existencia de "esquemas mentales interiorizados", que comprenden aquellos rasgos que "se han estabilizado en la mente de los lectores y ahorran esfuerzo de procesamiento por su fácil identificación y su capacidad de generar expectativas sobre el contenido" (Yus 2010:127). Estos esquemas "contienen información arquetípica sobre motivaciones, propósitos, intenciones y metas que subyacen en la acción humana" (Under en Yus 2010:127).

Tanto las interacciones como estos esquemas mentales interiorizados determinan las actitudes y aptitudes de los usuarios en la red, en la cual cada persona se comporta de forma diferente con grupos de personas diferentes, y aportan representaciones distintas de su identidad siempre considerando el contexto. "Si somos conscientes de qué reglas rigen el comportamiento en un determinado escenario, podremos interactuar de una forma más eficaz. Además, en ciertas circunstancias podemos relajarnos y ser nosotros mismos, mientras que estamos más tensos y alertas en otras situaciones" (Kendall en Yus 2010:133). Así, la pretensión de los autores es que los lectores "sean capaces de acceder a una cierta información contextual y, por ello, dejan implícita –no codificada- toda aquella información que es supuestamente accesible y forma parte de los entornos cognitivos de los lectores" (Yus 2010:132).

A partir de esto, cabe preguntarse si los usuarios son lo que verdaderamente muestran en sus perfiles o si lo que publican es simplemente para recibir una valoración positiva de sus amigos. La respuesta a este interrogante no intentará demostrar una verdad absoluta, puesto que a no todos los jóvenes les será aplicable el mismo análisis. Además de que, a pesar de que se trata de la minoría, no todos los adolescentes exponen su privacidad en las redes. Pero vamos con la mayoría, que son el objeto de estudio de este trabajo.

# CAPÍTULO 2

LA VISIBILIDAD DE LO ÍNTIMO, UN MÉTODO PARA FORJAR LA IDENTIDAD





## **RESUMEN**

Detrás de toda interacción juvenil en las redes, se manifiesta una intención. Los usos que los adolescentes implementan de sus respectivos perfiles nunca son neutrales ni mucho menos buscan que sus posts navegen en la más extrema intrascendencia. La convergencia con otros usuarios los lleva a reflexionar sobre cada imagen, cada palabra, cada like. Todo sea por alcanzar la meta: ser vistos como realmente desean.

## 2. ¿Qué es la extimidad?

El concepto clave para tratar esta problemática será "extimidad", un término que nació bajo la tutela de Lacan, quien lo definió como una paradoja, ya que "lo éxtimo es aquello que está más cerca del interior, pero sin dejar de encontrarse en lo exterior" (Lacan, 1959). Es un neologismo cuya brillantez se emparenta con su misma dificultad para definirlo. En principio, simboliza la manera en que el psicoanálisis problematiza las aparentes oposiciones entre lo interno y lo externo.

Pero fue Sibilía quien le dio un viraje al término conceptualizándolo como "la exhibición de lo íntimo". Aunque, en relación a nuestro trabajo y salvo raras excepciones, lo que se ve detrás de la pantalla no forma parte de la personalidad real de la persona que lo cristaliza: "No necesariamente significa que estemos cerca de saber lo que esas personas son, sino más bien de lo que quieren representar" (Sibilía 2016:A) ¿Por qué algunos jóvenes llevan a cabo tales exhibiciones? ¿Lo necesitan? ¿Qué muestran allí? ¿Lo que son o lo que quieren ser o parecer? Este apartado buscará acercarse a las respuestas de éstos interrogantes.

El principal motivo por el cual el grupo a estudiar ha comenzado a hacer pública su intimidad es la reconceptualización de los conceptos de lo privado y lo público. El campo de lo íntimo, que se identificaba con lo privado, es decir, aquello que no todos podían ver, se redujo de manera considerable. Actualmente, lo íntimo se está correspondiendo con lo sensible. Por eso, y generalmente, las personas tienden a exhibir aquello que no causa sensibilidad a quienes puedan llegar a observarlo. Lo que sí, termina formando parte de la intimidad.

El terreno de lo público, por su parte, atraviesa el camino contrario: se amplía cada vez más. Producto de la masificación que ha provocado esta época signada por las redes sociales, se revela casi todo. Y no solamente a través de fotografías, si no también se brindan todo tipo de datos personales a personas, empresas y sitios web, acción que otrora formaba parte de restricciones para salvaguardar la propia identidad. Nada de esto ocurre hoy. Sibilía explica esta difuminación de ambos conceptos:

"Aquello que se consideraba la intimidad era lo que sucedía en el espacio privado y debía permanecer allí. No estaba bien: era inmoral e ilegal que esa intimidad fuera violada. Había protección, no solamente material sino también moral y legal (...) Se amplió el campo de lo que se puede decir y mostrar y eso tiene que ver sobre todo con que las válvulas morales se fueron relajando". (Sibilia:2016:B).

Se podría decir que el espacio reservado a la intimidad ha quedado prácticamente vacío. Pero en las redes, sobre todo, pasa a depender de aquellas personas con las que uno interactúa. Son ellos los que, al final, determinan qué forma parte de lo privado y qué de lo público. Porque, finalmente, serán éstos usuarios quienes aprueben o desaprobren una publicación. Las valoraciones de éstos pueden ser transmitidas de manera implícita, obviando la publicación, o explícita, ejecutando un *like*, un comentario positivo e incluso replicando una publicación si es que están de acuerdo, o reprobándola a través de un comentario negativo si no coinciden.

Esta especie de crisis de la intimidad ha sido reafirmada a partir de las redes sociales, el lugar donde un grupo de jóvenes encontró su espacio para, justamente, hacer pública su privacidad. Una de las modificaciones más trascendentales que introdujeron fue que lo que anteriormente se realizaba a través de acciones en la vida off line, ahora queda registrado. Porque el intercambio entre amigos, las fotografías de las vacaciones, el registro de notas o cualquier tipo de actividad cotidiana, dejaron de ser actividades evanescentes. Y gran parte de esto se debe a las redes sociales:

"Uno de los cambios fundamentales reside en que, debido a los medios sociales, estos actos de habla casuales se convirtieron en inscripciones formalizadas que, una vez incrustadas en la economía general de los grandes públicos, adquieren un valor distinto. Enunciados que antes se emitían a la ligera hoy se lanzan a un espacio público que pueden tener un mayor alcance y ser más duraderos. Las plataformas de los medios sociales alteraron sin duda la naturaleza de la comunicación pública y privada" (Van Dijk 2016:22).

## 2.1 La identidad forjada en perfiles virtuales

Para indagar aún más acerca de por qué los jóvenes exteriorizan su privacidad en Instagram, es necesario saber cómo lo hacen: ¿Se expresan verdaderamente como lo que son? ¿Buscan representar un ideal? ¿Se muestran de la misma manera en que lo hacen en el mundo real? Morduchowicz, manifiesta que "el tiempo y las prácticas de los medios en una familia no son neutrales. Siempre existen, detrás de estos usos, decisiones y elecciones: usos compartidos o individuales, usos familiares o personales" (Morduchowicz 2008:55).

Aquí, identidad es la palabra clave para describir los motivos por los cuáles los jóvenes implementan tales usos, decisiones y elecciones. A diferencia de aquellas concepciones deterministas, la identificación es siempre una construcción, algo siempre en proceso. Hall manifiesta que las identidades "nunca son singulares, sino construidas de múltiples maneras a partir de discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos. Están sujetas a una historización radical, y es un proceso constante de cambio y transformación" (Hall, 2003:17). Así, la identidad se relaciona con lo que vendrá, pero nunca obviando la concepción de Otredad. Tiene que ver no solo con lo que uno será a futuro, o en lo que podría convertirse, si no también con "cómo nos han representado y cómo atañe ello al modo como podríamos representarnos. Las identidades, en consecuencia, se constituyen dentro de la representación y no fuera de ella y nos obligan a leerla no como una reiteración incesante sino <como lo mismo que cambia>" (Hall, 2003:17).

La etapa de formación en que se encuentran los jóvenes, como se dijo anteriormente, es una de las razones fundamentales por la que éstos optan por utilizar a las redes sociales para formar su identidad. En esta construcción, existen tres cuestiones fundamentales por las que se sienten interpelados: qué piensan de sí mismos, cómo se ven y cómo los ven los demás. Esta última, la más importante de todas. Así, los jóvenes llevan a cabo diferentes estrategias para que estas tres aristas queden resueltas a su favor. Es decir, que puedan ser vistos como ellos realmente desean: "cuando escriben en un blog o diseñan un perfil en una red social, los adolescentes hablan de sí mismos. Y cuando se expresan sobre ellos, aprenden a explorarse, a verse, a contar lo que sienten y

les pasa. En suma, a pensar su identidad (...). En lo que deciden revelar y en lo que prefieren omitir de su página web personal, los jóvenes reflexionan sobre quiénes son y quiénes quisieran ser" (Morduchowicz, 2012:45).

La absorción que lo público está haciendo de lo privado, adueñándose de ciertos comportamientos, actitudes y discursos, se cristaliza en las personas a las que un usuario se refiere en su respectivo perfil: los amigos. Como sucede entre las concepciones entre lo público y lo privado, las nociones de "amigos" y "no amigos" se difuminan. La primera agiganta su campo. La segunda lo reduce. Es que, en Instagram, los amigos no son solamente los del mundo real, es decir, aquellos con los que uno comparte o compartió un espacio físico. Si no que, dentro de esta categoría, ingresan los conocidos, los amigos de los conocidos, los conocidos de los conocidos y aquellos desconocidos a los que se busca conocer. Y, finalmente, es esta multitud a la que un usuario se refiere. Serán estos "quienes legitimarán y validarán los contenidos de su blog o perfil. Los amigos son, entonces, la razón principal para estar en la web y tener un blog o perfil en una red social. Ellos serán también la guía que los ayudará a diseñar y elaborar lo que escriban y suban" (Morduchowicz 2012:33).

Es en este sentido que se ponen en juego los usos que hará cada adolescente de su perfil. Porque a pesar de que Instagram le proporciona a todos los usuarios las mismas herramientas, no todos las utilizan de forma similar. De hecho, muchos de ellos las explotan buscando ser algo o alguien distinto a lo que son en la vida real para que la concepción que el otro tenga de uno sea la deseada. "En cada texto, imagen, o video que suben a su blog o a su página web en la red social, se preguntan quiénes son y ensayan perfiles diferentes a los que asumen en la vida real" (Morduchowicz 2012:12). Van Dijck ejemplifica esto a través de lo que considera como "el principio de popularidad" del cual sostiene que "cuantos más contactos tenga y establezca un individuo, más valioso resultará, porque entonces más personas lo considerarán popular y desearán trabar contacto con él" (Van Dijck 2016:31). Gardner y Davis reafirman esta idea: "dada su orientación también hacia un público virtual, es posible que esta personalidad pública tenga poco que ver con la identidad interna del adolescente, con sus valores, creencias, emociones y aspiraciones asociadas" (Van Dijck 2014:18).

En suma, si se puede dilucidar un objetivo a partir del cual los jóvenes hacen pública su privacidad se debe a que buscan "ser vistos". Imponer su presencia no solo en Instagram, sino también mostrar que se encuentran en determinado lugar, que estoy actuando de tal forma o que estoy acompañado de tal persona en el mundo real. "La visibilidad se vuelve un objetivo central para ellos" (Morduchowicz 2012:48).

Pero como lo fundamental para ellos no es la percepción propia, sino cómo son visto por los demás, estos desarrollan un "sentido de audiencia", es decir, que el hecho de que existan otros "alguienes" que los observan, los motiva a pensar más en lo que publican. "Imaginar a sus audiencias significa tener en cuenta lo que los demás pensarán de ellos cuando lean sus blogs o perfiles. Y entonces, reflexionan más en las elecciones que hacen y en sus posibles consecuencias" (Morduchowicz 2012:51).

## **2.2 Soy lo que digo, no lo que soy: Del Minitel a la conformación de ciberlazos**

El gran ejemplo de que existe un grupo de usuarios que exponen su intimidad a partir de lo que dicen ser y no de lo que verdaderamente son puede ser constatado a partir de lo que se llamó Minitel, un antiguo sistema de video-texto francés que conectaba centros de servidores a distancia. La generalización de su uso se produjo, principalmente, porque fue caracterizado por los franceses como el primer medio de "expresión personal". Su caudal creció luego de que incorporen las líneas de conversación o chats, de los cuales la mayoría se inclinaba a ofertas sexuales o a diálogos relacionados con el sexo. Y fue a partir de este tópico donde comenzaron a descubrirse identidades virtuales que no se correspondían con las reales:

"No era un bazar de sexo generalizado, sino una fantasía sexual democratizada. Con mucha frecuencia, los intercambios en línea se basaban en la invención de edades, géneros y características físicas, de tal modo que Minitel se convirtió en el vehículo de los sueños sexuales y personales más que en el sustituto de los bares de citas" (Castells 1997:377).

Este es uno de los ejemplos que dieron paso a las identidades falsas en las actuales redes sociales. Actualmente, ni siquiera una cierta periodicidad de publicaciones de símil estilo y contenido asegura que la otra persona no sospeche de tu veracidad si nunca ha tenido la posibilidad del intercambio en el mundo real, puesto que actualmente existen usuarios que se dedican a crear perfiles truchos que terminan siendo réplicas de otros originales a partir del robo de las imágenes. En estos casos, lo único que cambian son los datos personales. Principalmente, nombre y apellido. Las ilustraciones terminan siendo las mismas y, en muchos casos, las descripciones que las acompañan.

Pero aquí no interesa el robo explícito de la identidad, si no aquellos matices que cada persona alardea en las redes y de los cuáles hay muchos inventados por ella misma. En este sentido, Castells sostiene que en la red "uno es lo que dice ser, ya que las redes de interacción social se van construyendo a lo largo del tiempo sobre la base de esta presunción" (Castells 2001:151).

Fue Turkle quien constató esto a partir de sus estudios que siguieron los caminos psicológicos más que sociológicos. "Los usuarios desempeñaban papeles y construían identidades online. Pero eso creaba un sentimiento de comunidad, aunque efímero, y probablemente producía algún placer a personas necesitadas de comunicación y autoexpresión" (Turkle en Castells 1997:385). Sin embargo, estas actitudes cristalizan la génesis de quienes las llevan a cabo: "la gente que vive vidas paralelas en la pantalla está en cualquier caso limitada por los deseos, el sufrimiento y la mortalidad de sus seres físicos" (Turkle en Castells 2001:139).

A partir de los comportamientos inexistentes que muchos jóvenes adoptaron en las redes, la dinámica relacional descrita anteriormente es modificada. Es que estos engaños que producen o buscan producir aquellas personas que en las redes dicen ser una cosa distinta a la que son en la vida real sirven para fomentar "ciberlazos", aquellas relaciones "débiles", puesto que comprometen a personas que, de no ser por la mediación de la tecnología, posiblemente estarían aisladas socialmente. "Los lazos débiles facilitan la relación de personas con diferentes características sociales, ampliando de ese modo la sociabilidad más allá de las fronteras socialmente definidas de auto-reconocimiento" (Castells 1997:387).

A partir de esta nueva forma de interacción, las comunidades dejaron de ser percibidas como lo eran anteriormente. Su concepción fue redefinida. Wellman, en consonancia con la nueva forma de organización humana, sostiene que "son redes de lazos interpersonales que proporcionan sociabilidad, apoyo, información, un sentimiento de pertenencia y una identidad social" (Wellman en Castells 2001:148).

Pero a pesar de que sean débiles, estos lazos no son fáciles de formar. Existen diversas consideraciones que ciertos autores obtuvieron a partir de un análisis en Twitter, pero que pueden ser bien aplicadas a Instagram. Por un lado, Yus sostiene que los motivos por los cuales los usuarios utilizan esta red son dos: "necesidad de conexión permanente" y "el deseo de estar constantemente al día sobre qué hacen los demás". En este sentido, y como este trabajo trata sobre aquellos usuarios que permanecen activos frente a la pantalla, las actividades de éstos tienden a la formación de los lazos mencionados: "a partir de la información exudada por las actividades cotidianas del usuario, es el propio usuario emisor el que intencionadamente informa a sus seguidores sobre dichas actividades, generando una especie de proximidad en lo virtual, o al menos una conciencia de esta" (Yus 2010:161).

Son las publicaciones cotidianas, es decir, la actualización constante del perfil, las que permiten comenzar a establecer un conocimiento de la persona que está del otro lado: "el conocer aspectos cotidianos sobre los demás, aunque sean absolutamente triviales, posee la ventaja de generar un conocimiento acumulativo a largo plazo que puede ser usado, con posterioridad, como parte de la información hipotéticamente compartida y como contexto preliminar en el desarrollo ulterior de las interacciones virtuales" (Yus 2010:161). Es decir, esta conjunción de posts es la puerta al establecimiento de un lazo débil.

"Se trata de una paradoja, según la cual cada mensaje como actualización social del individuo es insignificante e irrelevante en sí mismo; pero si tomamos los mensajes en su totalidad y en una perspectiva temporal, se convierten en un retrato detallado de la vida del usuario, como un sinfín de puntos que, unidos, forman una imagen precisa" (Thompson en Yus 2010:161).

Son justamente estos puntos los que serán analizados en el próximo apartado, así como también la imagen que terminan constituyendo.



# Capítulo 3

Análisis de posteos





# RESUMEN

La simplicidad de Internet para su acceso y utilización es el factor que desenmascara cada publicación de los usuarios analizados en este apartado. Es a partir de esta como se determinan las características de los posts aquí considerados. Porque el autor no debe esmerarse en demasía para ser recompensado. Porque el observador no exige sacrificios extraordinarios para premiar: tan solo le basta con que lo que observa, exista. Esta retroalimentación es la que oficia como trasfondo de todo vínculo virtual. Es la que hace prevalecer una cultura de Instagram.

Instagram cuenta con dos métodos de *posteo*. Por un lado, las historias, que solo prevalecerán en la red durante 24 horas. Y por el otro, publicaciones que se fijarán en el perfil de cada autor. Serán estas últimas las que se tendrán en cuenta aquí. En este sentido, y luego de un recorrido por la red, se logró vislumbrar dos tipos de usuarios. Por un sector se ubican aquellos que postean solamente momentos que consideran extraordinarios en sus vidas, es decir, que son poco frecuentes y que, desde su perspectiva, será complicado que vuelvan a ocurrir. Se trata de situaciones que no forman parte de lo habitual, sucesos en los que cada persona siente que deben ser dados a conocer por la relevancia que le asignan ellos mismos como así también los usuarios que con los que interactúan. Generalmente, son posts con una gran cantidad de interacciones y que, incluso, dan a hablar por fuera de lo virtual. Una conmemoración. Una revelación. Un viaje a destino poco común. Un obsequio significativo. Una imagen con una celebridad.

En otro sector se encuentran aquellos usuarios en los que también se cristalizan estos momentos mencionados pero y, sobre todo, son los que optan por revelar lo ordinario, lo cotidiano y lo común de sus vidas, por lo que su actividad es mucho mayor en esta red. La principal diferencia de éstos con los anteriores es la exhibición de lo banal. Son las personas autoreferenciales, en donde el Yoísmo emerge en imágenes, poses y posts, privilegiando el "aquí estoy yo". Por eso, serán estos los considerados en este apartado a partir de un nivel de análisis particular, es decir, realizando un abordaje a estos sujetos ya que se ha logrado recolectar en ellos elementos comunes y que comparten cierto bagaje cultural. Aunque solo se abordarán aquellos posts banales, esos que revelan sus intenciones de ser visibles y estar presentes en la red.

Existen ciertas características distintivas que logran reconocerse en la construcción de los posts de este grupo y que terminan formando parte de la personalidad que exhiben en las redes la cual, como se dijo anteriormente, no siempre coincide con la de la realidad. La principal característica de la personalidad de estos jóvenes es que son "alterdirigidas" es decir, "orientadas hacia la mirada ajena o exteriorizadas" (Sibilia 2008:28). En cada una de estas personas reina una concepción: no pretenden dejar una huella en el tiempo, más bien buscan ser una celebridad en el instante. Ocurre tanto cuando

cristalizan aquel componente ordinario de su privacidad como también cuando adaptan grandes eventos de su vida a una cámara. Es decir, sus decisiones en Instagram no están únicamente determinadas por sus gustos y preferencias, sino también por la mirada del otro a sus posts y por la presencia de otros posts. Así es como se termina proclamando una cultura dentro de la red: una manera de fotografiarse, una forma de realizar las descripciones, un momento en el cual publicar, una lista de sugerencias de lo que debe ser publicado y de lo que se debe evitar. Y estos sujetos no quedan exentos de formar parte de ella.



Otro rasgo que caracteriza a este núcleo es que cada personalidad cumple tres funciones conjuntas en su propio perfil: autor, narrador y personaje. Lo asumen ellos mismos a partir de las características de los posts como así también sus seguidores, lo que se logra comprobar a partir de comentarios y *likes* recibidos. Son autores porque son ellos mismos quienes postean sus fotos y quienes las estilizan según elecciones y herramientas que la misma red social ofrece. Son narradores porque son quienes optan por la parte de la realidad que quieren dar a conocer y la descripción escrita que acompañará a la imagen, conformando un relato transmitido a través la primera persona del singular. Son personajes porque, incluso en aquellas imágenes en que ellos no figuran, se autoevidencian y se autoreferencian.

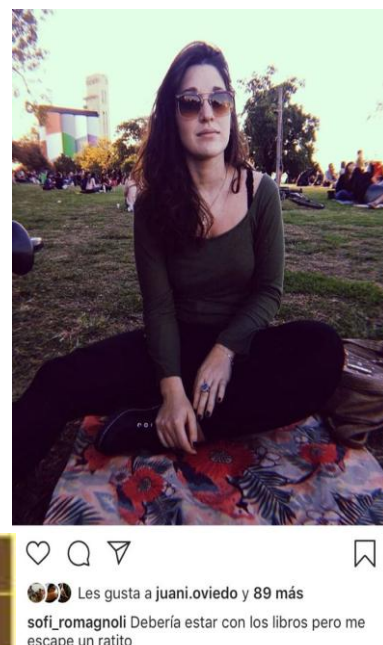
Estas nociones de autor, narrador y personaje se corresponden con un estudio que la Universidad del Siglo XXI realizó a los jóvenes argentinos en el año 2017, el cuál determinó que las personalidades que predominan en ellos son narcisistas, histriónicas y obsesivas. Si bien la investigación fue realizada sin considerar las actividades de éstos dentro de las redes sociales, a partir de lo observado se logra constatar que en la utilización de éstas, su comportamiento es el mismo.

Dentro de las personalidades narcisistas, el treinta por ciento sostiene que "es muy importante obtener reconocimiento, veneración y admiración". En Instagram, esto se cristaliza a partir de que los usuarios no deciden mostrar cualquier cosa en sus perfiles. Más bien, aplican estrategias para recibir esos mimos virtuales. A partir de fotos simples en un lugar frecuente –un vehículo, en estos casos-, capturadas por el propio autor a través de lo que actualmente se denomina "selfie" –noción de autor-



utilizando simplemente emojis donde teóricamente debería ser descripta la imagen, aplicando filtros que la aplicación proporciona –noción de narrador- y autoreferenciándose a partir de que es él mismo quien figura en las publicaciones –noción de personaje-, logra obtener una recompensa que se ve en cada imagen a partir de los *likes*. Desde este punto de vista, nunca se sabrá qué le gusta a los usuarios que optan por *likear* el posteo y, en muchos casos, el propio autor tampoco lo sabrá, pero, por así decirlo, puede sentirse aliviado, ya que este reconocimiento resulta fundamental porque "los autores necesitan ese apoyo público: ellos, los sujetos creadores, y no sus obras entendidas como objetos creados". Claro, el posteo más antiguo en el tiempo actúa como parámetro: si encontró una gran cantidad de interacciones, ¿por qué no continuar con este estilo de publicaciones?

El histrionismo también es otra faceta que caracteriza a este grupo. Según sostiene la entidad que realizó el estudio, entre estas personas "prima una búsqueda de atención y una necesidad de aprobación por parte del otro". Para esta última, es necesaria la primera. Y actualmente, los usuarios no han tenido que esforzarse para conseguirla ya que lo que logra captar la atención del resto de los usuarios es, simplemente, lo real. Un momento, un



lugar, un espacio. Algo que existe y/o existió. Algo que ocurre y/u ocurrió. La presencia del autor del perfil en la imagen ratifica aún más esta noción de realidad y, también, de autoreferencialidad. Claramente pueden circular cuestiones como relaciones amorosas, amistades, atracción por el personaje o por alguno de sus atributos. Pero la realidad de las imágenes se impone por encima de estos puntos. Y a partir de este rasgo, según Sibilia, se dilucida la relación con el otro: "es de autoafirmación más que de mero contacto (...) el otro me importa en la medida en que me autoafirma"<sup>1</sup>.

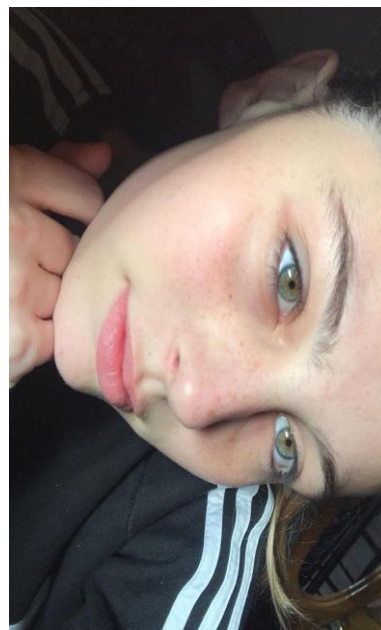
En tanto que dentro de las personalidades obsesivas, el treinta y tres por ciento expresa su interés por el perfeccionismo. Sin embargo, en Instagram solo se cristaliza en las imágenes. No se ha sido testigo del momento en que las fotos fueron capturadas, pero posiblemente hayan sido más de una las que fueron tomadas. A partir de esto, el autor realiza su selección: posteará algunas, guardará otras para publicarlas en un futuro y eliminará las que considera que no pueden ser posteadas, ya que no salió "bien" o no está en consonancia con la cultura mencionada. Para ello, no solo se consideran las posturas físicas adoptadas y el artefacto tecnológico con el que la imagen será capturada, si no también habilidades y recursos que ofrecen los medios audiovisuales. Y es aquí donde debe aparecer la autenticidad del autor -o del fotógrafo en el caso de que se trate de dos personas diferentes- para lograr la recompensa mencionada. Porque no se trata de captar aquello que nunca se vio, más bien de "imitar el mundo ya existente, e intentar hacerlo de forma habilidosa aunque neutra, con el menor grado posible de distorsiones subjetivas" (Sibilia 2008:173). Es decir, los usuarios viven en una paradoja: por un lado, intentan ser auténticos a través de la variedad de estilos que aplican a sus publicaciones, pero lo que muestran es el mundo ya existente. Por ende, para



<sup>1</sup> El testimonio podrá constatararse en <http://revistaanfibia.com/el-show-del-yo/>.

ellos se trata de ficcionalizar y estetizar lo banal.

Pero toda esta perfección que los usuarios intentan y la gran mayoría de las veces logran aplicar a sus imágenes, se contrasta con la simplicidad de sus descripciones. Siempre en la primera persona del singular, y nunca apoyándose en parámetros literarios o buscando decir algo entre líneas. Como se dijo en apartados anteriores: este grupo se inclina por la simplicidad. Se descuidan las formalidades del lenguaje tales como la puntuación, el uso de mayúsculas o los acentos; se utilizan emojis, hashtags, abreviaturas y muchas veces se tienden a unir varias palabras en una misma. Porque lo que el autor tiene en cuenta aquí



es la forma de presentación de su perfil, que es al mismo tiempo la presentación de su vida y que, gracias a Instagram, tiene la posibilidad de concederle consistencia y sentido, así como también delinear sus contornos. "Tanto las palabras como las imágenes que tejen el minucioso relato autobiográfico cotidiano parecen exudar un poder mágico: no solo testimonian, sino que también organizan e incluso conceden realidad a la propia experiencia" (Sibilia 2008:40).

🔖 A la hora de organizar sus perfiles como una manera de presentar sus vidas, Sibilia sostiene que los usuarios tienen en cuenta dos cuestiones. Por un lado, la de espectáculo: "nos tenemos que espectacularizar transformados en personajes" mientras que por el otro, la de control: "tenés que controlarte porque si te equivocás o si te mostrás de una forma no favorecedora, ese personaje que fuiste construyendo puede destruirse por una mala pose"<sup>2</sup>. Pero tanto la

espectacularización como el control pueden darse debido a que todo está



<sup>2</sup> Sibilia en <http://revistaanfibia.com/el-show-del-yo/>.

previamente programado para ser plasmado en una pantalla. No existe nada espontáneo en los posteos. Y cada presentación no se da solamente para dar a conocer la vida propia, sino también para lograr visualización. A partir de cada posteo, el autor se concede existencia propia. Gracias a la publicación, el momento ocurre y el autor "es" porque "si nadie ve algo es muy probable que ese algo no exista" (Sibilia 2008:130).

Pero en este caso, existencia y realidad no tienen que ver con actualidad. La presentación de cada vida a partir de los perfiles de Instagram se da, también, a través de imágenes que no forman parte del presente. Por eso, e incluso en muchos casos, los usuarios tienden a postear momentos pasados. Quienes observan ciertos perfiles logran reconocerlo a partir de inferencias, de las propias fotos o adecuándose a las descripciones que el autor realiza en su publicación. Aunque sin desentenderse de la noción principal de realidad.



Así, una nueva variable por la que se logra reconocer a este grupo es la de la destemporalización, ya que estos desean "la eterna permanencia de lo que es, una equivalencia casi total del futuro con el presente" (Sibilia 2008:133).

En estos tres ejemplos, de tres personalidades distintas, las descripciones dejan en claro que no se trata de fotos que fueron publicadas en el mismo instante en que se capturaron. Pero además hay otro componente en común en las tres imágenes: la exhibición del cuerpo. Las fotografías anteriores también contaban con este rasgo, sin embargo, de manera menos evidente y sin siquiera tener este objetivo como principal. Es así como también el recorrido por la red constata que han comenzado a predominar las "bioidentidades", es decir, aquel tipo de subjetividad que "se apuntala en los rasgos biológicos o en el aspecto físico de cada individuo" (Sibilia 2008:28).

Las bioidentidades son tan solo un ejemplo de cómo se conforma una cultura en la que cada usuario se contagia de otro. En este caso, cómo de un momento hacia otro fueron comenzando a exhibirse los cuerpos en ropa interior cuando en un momento parecía imposible o solamente se mostraban aquellos que cumplían con parámetros establecidos. Se trata de una cultura "embebida", donde cada subjetividad se encarna entre otras, formándose una intersubjetividad donde "ciertas características biológicas trazan y delimitan el horizonte de posibilidades en la vida de cada individuo. Es innegable que nuestra experiencia también está modulada por la interacción con los otros y el mundo" (Sibilia 2008:20). Es a partir de esto que, aquellas personas con gran influencia en Instagram, cuentan con la posibilidad de convertir ciertos saberes en verdades hegemónicas que se expanden al resto de los usuarios, los cuáles, por distintos motivos entre los que predomina el "estar a la moda", aplican sin chisporrotear.



Imagen 10

@spursofficial

En este sentido, una de las últimas posturas adoptadas la popularizó el jugador inglés Dele Alli. Primero en una imagen que la cuenta oficial del Tottenham Hotspur, equipo en el que milita, posteó justamente en Instagram y luego utilizándola como festejo cada vez que anotaba un gol. Esto se "viralizó" y los usuarios siguieron la tendencia:



Instagram post by **essasissa** • Seguir

54 sem

ro\_martinelli Hahahaha mejor tutorial

54 sem 1 Me gusta Responder

Ver respuestas (1)

k\_i\_n\_a\_n Afff

39 sem 1 Me gusta Responder

Ver respuestas (1)

128 Me gusta

19 DE AGOSTO DE 2018

Añade un comentario... Publicar

Imagen 12  
@essasissa



Instagram post by **marcopn85** • Seguir

Ristorante La Fattoria - Albergo La Fattoria

marcopn85 E tu.. ne sei capace? @dele

#delealli #deleallichallenge #allichallenge #footballcelebration #tottenham #tottenhamhotspur #deleallichallenge #try #footballtime #bestcelebrations #dele #delechallenge #golcelebration #crazy #funny #funnyceleb #challenge @spursofficial @tottenhamfamily

47 sem

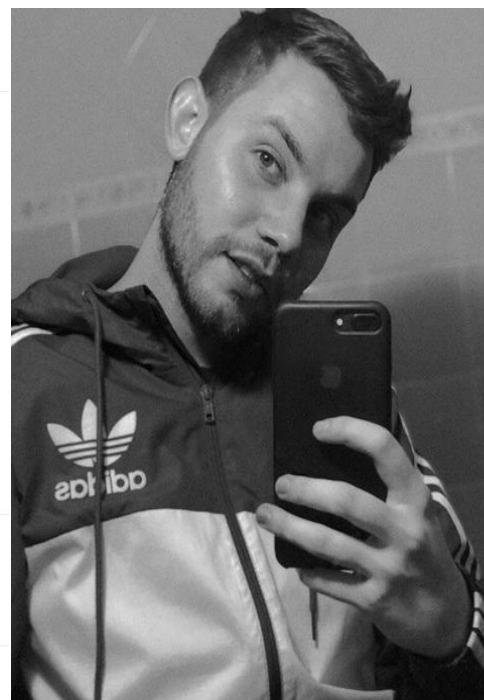
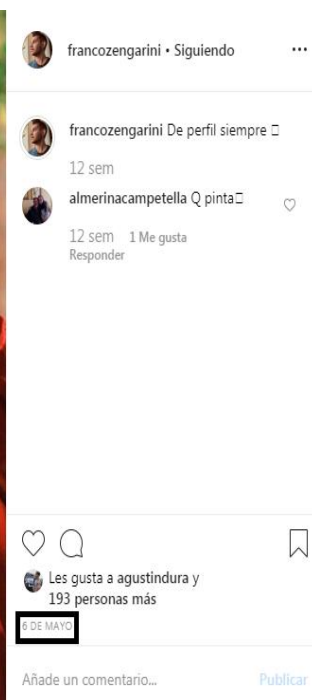
100 Me gusta

8 DE OCTUBRE DE 2018

Añade un comentario... Publicar

Imagen 13  
@marcopn85

Estas verdades hegemónicas van mutando constantemente. No existe un listado de momentos en el cuál se deba adoptar alguna. Junto con la renovación de estos saberes, lo que también se modifican son las identidades. Gracias a Instagram, se logran vislumbrar cambios en las personalidades de los jóvenes. Y como nos encontramos en tiempos donde lo que más se exhibe es el cuerpo, desde un primer plano a un plano entero, es justamente este quien más sufre modificaciones. En muchos casos se da por las tendencias que se van "viralizando", pero las más de las veces, por decisiones propias de los usuarios. "Los sujetos contemporáneos sienten la presión cotidiana de la obsolescencia de todo lo que existe. Inclusive, y muy especialmente, la fragilidad del propio yo" (Sibilia 2008:252). Y es así cómo el cuerpo se convierte en el elemento que habla por los usuarios. "De forma creciente, las señales emanadas por la exterioridad del cuerpo y por su desempeño visible asumen la potencia de indicar quién se es".



Imágenes 14 y 15  
@francozengarini

Aquellos cambios aplicados por elección en sus cuerpos pueden ser parangonados con los recursos audiovisuales que se venían mencionando, pero aplicados a la realidad. Aunque esta realidad nunca se cristalizaría si no fuera porque luego aparece plasmada en una pantalla. Y es en esta donde los jóvenes aprovechan para dar a conocer su nuevo *look*, su flamante estética, su

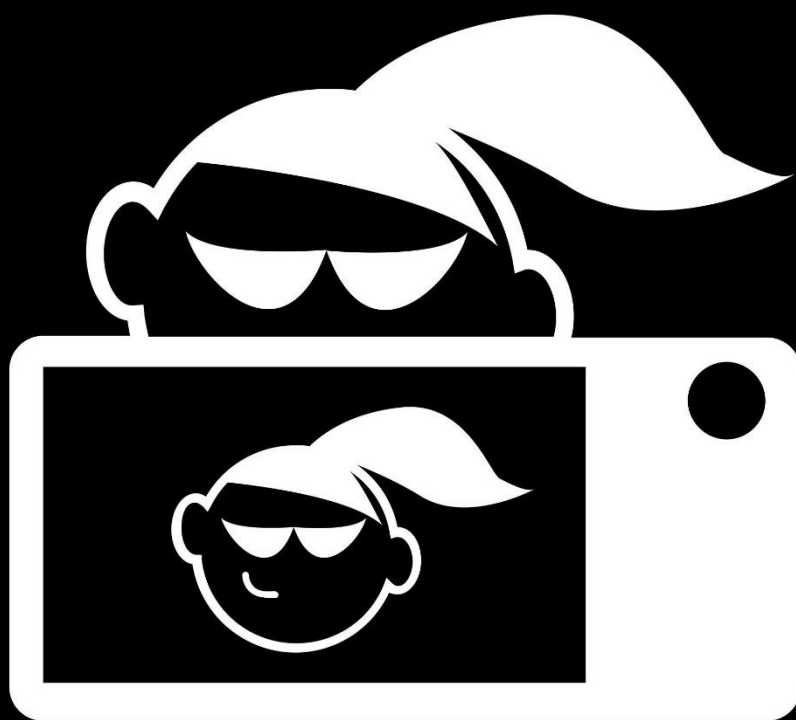
"volverse otro", porque "siempre es posible renacer, no sólo con otro diseño gráfico más bonito y actual, sino inclusive con un perfil más renovado" (Sibilia 2008:160).

Además de las tendencias que imponen grandes medios o importantes celebridades, nunca deben obviarse las nociones de otredad y de recompensa. Pero en este caso, del círculo más cercano. Más específicamente, de los seguidores. Las modificaciones corporales, optar por un filtro distinto al que se venía utilizando, o posar de una manera diferente a la hora de tomarse una fotografía son decisiones que están condicionadas por los usuarios con los que una persona interactúa. Difícilmente alguien innova en un peinado, en la utilización de un atributo como vestimenta o *bijouterie* o en una postura física para fotografiarse sin haberlo visto antes.



Imágenes 16 y 17  
@gonzaalezlucia

Y, si vislumbraron que la innovación tuvo éxito, es decir, que fue recompensada, posiblemente sea objeto de copia por miles y miles de personas. Es en este proceso de fotocopiado como se van creando las verdades hegemónicas y los usuarios van sintiendo al cambio como necesidad, "porque tanto el yo como sus enunciados son heterogéneos: más allá de cualquier ilusión de identidad, siempre estarán habitados por la alteridad" (Sibilia 2008:38).



*Reflexiones*

Desde un principio, y en reiteradas oportunidades, se ha mencionado que este trabajo no buscaba comprender las razones por las cuáles los jóvenes hacían pública su intimidad en Instagram. Más bien, se analizarían las características que llevaron a estos a utilizar sus respectivos perfiles como una manera de forjar su identidad. Debido a que la llegada de Internet ha modificado la configuración humana así como también la sociabilización, es importante destacar que, sobre todo para aquellos adolescentes nacidos en la época del apogeo de la Web, la conformación de sus identidades a través de las redes sociales ha revestido una importancia similar a la que han experimentado en el mundo off-line. Porque los únicos controles a los que fueron sometidos eran aquellos que Instagram pautaba, por lo que el abanico de lo que podían decir, mostrar y hacer se extendió notablemente. Así, las nociones de público y privado se reconceptualizaron: la primera amplió su terreno mientras que la segunda lo redujo. A partir de esto, las preocupaciones de los jóvenes radicaron en cómo eran vistos por los otros más que en sus propias figuras. La visualización favorable se convirtió en su principal objetivo. Y para cumplirlo, estuvieron dispuestos a todo: seguir tendencias que otrora miraban de reojo, dar a conocer momentos íntimos de sus vidas que tiempo atrás se consideraban privados, implementar nuevas maneras de escritura o aplicar recursos audiovisuales. En fin, adaptarse a una cultura que determinó qué se debía publicar y cómo. Una cultura que había que seguir porque premiaba. Y la recompensa, en una publicación, se convirtió en todo para ellos.

Lo que también se ha aclarado es la característica de este material. En ningún momento pretendió describir a la totalidad de los jóvenes. Más bien, a una parte de ellos. Ni la franja etaria, ni la clase social, ni la nacionalidad, ni el poder adquisitivo, ni su nivel educativo, ni su religión, fue lo fundamental aquí. Mucho menos sus opiniones a nivel político, social o religioso. La clave estuvo en sus desenvolvimientos: el uso que hicieron de sus perfiles de Instagram. Un uso yóico cristalizado en imágenes propias cuya pretensión es lograr "cinco minutos de fama", como rezaba el nombre de un programa televisivo de antaño. Un uso estratégico, producto de que cada publicación está previamente determinada en contrapartida con la espontaneidad de la vida off-line. Un uso pragmático, teniendo en cuenta las facilidades con las que se recibe y otorga el

clásico *like*, pero al mismo tiempo auténtico, buscando que la parte de la realidad exhibida contenga, al menos, un atisbo de originalidad.

Desde un primer momento, la visibilidad fue el objetivo de este grupo. Porque podrían haberse registrado, creado una cuenta y actuar como narradores omniscientes, observando las publicaciones de aquellas personas que admiran o de quien ellos mismos deseen. Porque, si buscaban que su presencia sea notoria, pudieron haber posteado alguna imagen ignota que no se corresponda con los *posteos* de la cultura mencionada. Pero precisamente esto no iba con ellos. ¿De qué servía estar presente en una red si nadie podría brindarles una opinión de su estima? Así, a medida que contemplaron que sus amigos se estaban haciendo cada vez más presentes, los imitaron. Pero no se quedaron solamente en la notoriedad. Más bien, buscaron que ésta sea recompensada. Que fueran vistos como realmente deseen. Así, aplicaron estrategias que vislumbraron en otros, adaptándose a un modo de ser y estar que los usuarios de la propia red idealizaron. Porque la presencia en Instagram siempre conjugó dos vertientes: la capacidad de ser uno mismo, ya que el deseo de recibir una recompensa era propio; pero con recursos que otro había aplicado para percibir tal premio. El Yo y la alteridad, juntos en una misma publicación.

La aplicación de estrategias ha hecho que estos jóvenes vivan zigzagueando. Por momentos se comportaban como narcisistas. Por otros como obsesivos. Y a veces como histriónicos. Pero ciertas variables estuvieron cimentadas desde el principio y permanecen intactas. Sus publicaciones siempre contenían una cuota de alteridad, por lo que sus personalidades fueron catalogadas como alterdirigidas debido a que el propósito principal por el que se exhibían era para ser observados por otros. Además, y en correspondencia con la cultura comunitaria, aquella que Castells caracterizó como la que instituyó los usos de la red, estos usuarios también siempre fueron autores. No obstante, como sostienen Pisani y Piotet, con la llegada de la Web los usuarios comenzaron a actuar. Por ende, dejaron de ejercer una actitud de espectador para comenzar a ser narradores de sus propias historias. Historias de las cuales ellos mismos forman parte, autoreferenciándose y autoevidenciándose, por lo que también se convirtieron en personajes.

Pero el álbum de fotos no fue siempre el mismo. Y no solamente porque el tiempo va provocando cambios de toda índole en la persona, sino también por elecciones propias. Es que la obsolescencia en la manera de presentarse es otra de las variables que caracteriza a estos sujetos. Y esta no solo se cristalizaba con la publicación de imágenes que no se correspondían con el presente, sino también con cambios en la vida off-line. Pero, claro, si se aplicaban en el mundo real y no eran plasmados en la pantalla, estos cambios no existían. Es que, si el otro no era capaz de percibir el cambio ¿Se trataba verdaderamente de un cambio? No. ¿Alcanzaba con que solo el círculo cercano con el que se comparte el mundo off-line sea el único que contemple estas variantes? Tampoco. Porque así como todo acto casual dejó de ser evanescente para quedar registrado en la red, las recompensas solo valen si están allí. Que otras personas puedan observar que fuiste premiado. Eso es lo que, finalmente, termina contribuyendo al estima.

En los cambios que los jóvenes efectuaban, tanto off-line como online, se conjugaban dos nociones contrapuestas. Por un lado se dejaban llevar embebidos de la cultura de Instagram aplicando modificaciones que habían visto en otros y que habían otorgado recompensas. Pero, por el otro, eran totalmente conscientes de que solamente imitarían estos cambios si consideraban que podían tener las mismas recompensas. No se arriesgarían a emular algo que podría generarle un perjuicio en su cantidad de *likes*, comentarios o seguidores. Los cambios siempre se correspondían con la búsqueda de un aumento de estas variables.

A menudo, fue creciendo la cantidad de jóvenes que formaba parte de este grupo. El individualismo en red, lejos de corresponderse con alguna forma de soledad, les ha permitido compartir valores sin establecer un vínculo en el espacio físico. El Hanging Out, ingresar a la red a "hacer nada". Claro, hasta que llegó la Conectividad Autodirigida, por la cual cada persona encontró su espacio en ella. No era una tarea ardua, ya que la Web concebida como virtualidad real permitió la congregación de todo tipo de expresión personal que pudo ser publicada gracias a que prevaleció un individualismo reticular, es decir, que predominó un espacio de actividades informales plagado de

información flexible y no controlada. Espacio en el cual los adolescentes, actualmente, forjan su identidad.

## **Bibliografía:**

- Castells, Manuel (1997); La Era de la Información; Madrid; Alianza Editorial.
- Castells, Manuel (2001); La Galaxia Internet; Barcelona; Plaza y Janés Editores.
- Castells, Manuel (2009); Comunicación y Poder; Madrid; Alianza Editorial.
- Castells, Manuel (2012); Redes de Indignación y Esperanza; Madrid; Alianza Editorial.
- CNN en Español (2019); Recuperado en: <https://cnnespanol.cnn.com/2019/02/05/los-paises-donde-la-gente-pasa-la-mayor-parte-del-tiempo-conectada-a-internet-segun-un-reporte-global/>
- Gadner H. y Davis K. (2014). La Generación App. Buenos Aires. Paidós.
- Hall, Stuart (2003); ¿Quién necesita identidad? En Stuart Hall y Paul Du Gay; Cuestiones de Identidad Cultural. Buenos Aires. Amorrortu.
- Infobae (2018), Recuperado en: <https://www.infobae.com/america/tecno/2018/07/12/las-redes-sociales-se-usan-mas-en-los-paises-en-desarrollo-pero-se-estancaron-en-las-economias-ricas/> -
- Juan C Mejía (2019); Recuperado en: <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>
- La Nación (2017), Recuperado en: <http://www.lanacion.com.ar/2040111-la-personalidad-de-los-argentinos-entre-el-narcisismo-la-obsesion-y-el-histrionismo>
- Levy, Pierre (1995); ¿Qué es lo virtual?; Barcelona; Editorial Paidós.
- Pisani, Francis y Piotet, Dominique (2008); La Alquimia de las Multitudes; Barcelona; Ediciones Paidós Ibérica.
- Lacan, Jacques. *La ética del psicoanálisis*. Seminario 7 (1959).
- Morduchowicz, R. (2012). Los adolescentes y las redes sociales. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- Morduchowicz, R. (2008). Los jóvenes y las pantallas. Barcelona. Gedisa Editorial.
- Perfil (2019) Recuperado en: <https://www.perfil.com/noticias/sociedad/argentina-17-por-ciento-adultos-no-tiene-celular.phtml>
- Sibilia, P. (2016, a) en Exhibir lo íntimo. Revista Jornada. México.
- Sibilia, P.(2016, b) en: <http://eleconomista.com.mx/economico/2016/10/09/paula-sibilia-intimidad-espectaculo>.
- Sibilia, Paula (2016,c) en <http://www.jornada.unam.mx/2016/01/07/ls-central.html>. .
- Sibilia, Paula en: <http://edant.clarin.com/suplementos/zona/2008/09/21/z-01764657.html.2008>.
- Sibilia, Paula (2008), La intimidad como espectáculo. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- Van Dijck, J. (2016). La Cultura de la Conectividad. Buenos Aires. Siglo XXI Editores.

Yus, Francisco Ramos (2010); Ciberpragmática; Barcelona; Editorial Planeta.



# ANEXO

PERFILES ANALIZADOS



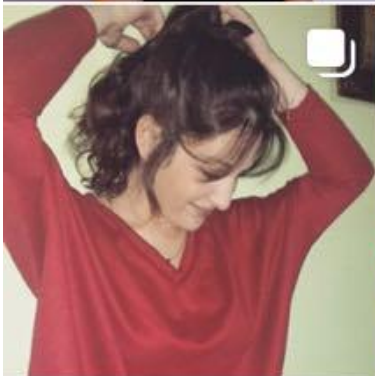


pcavallera





sofi\_romagnoli





essasissa

Seguir





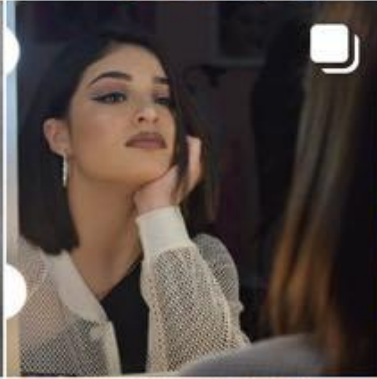
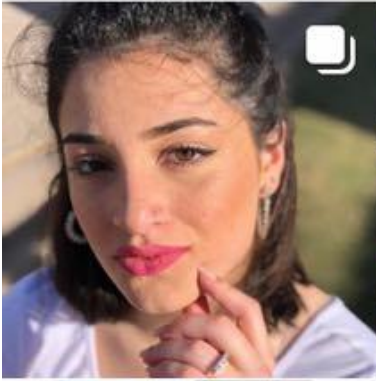
marcopn85

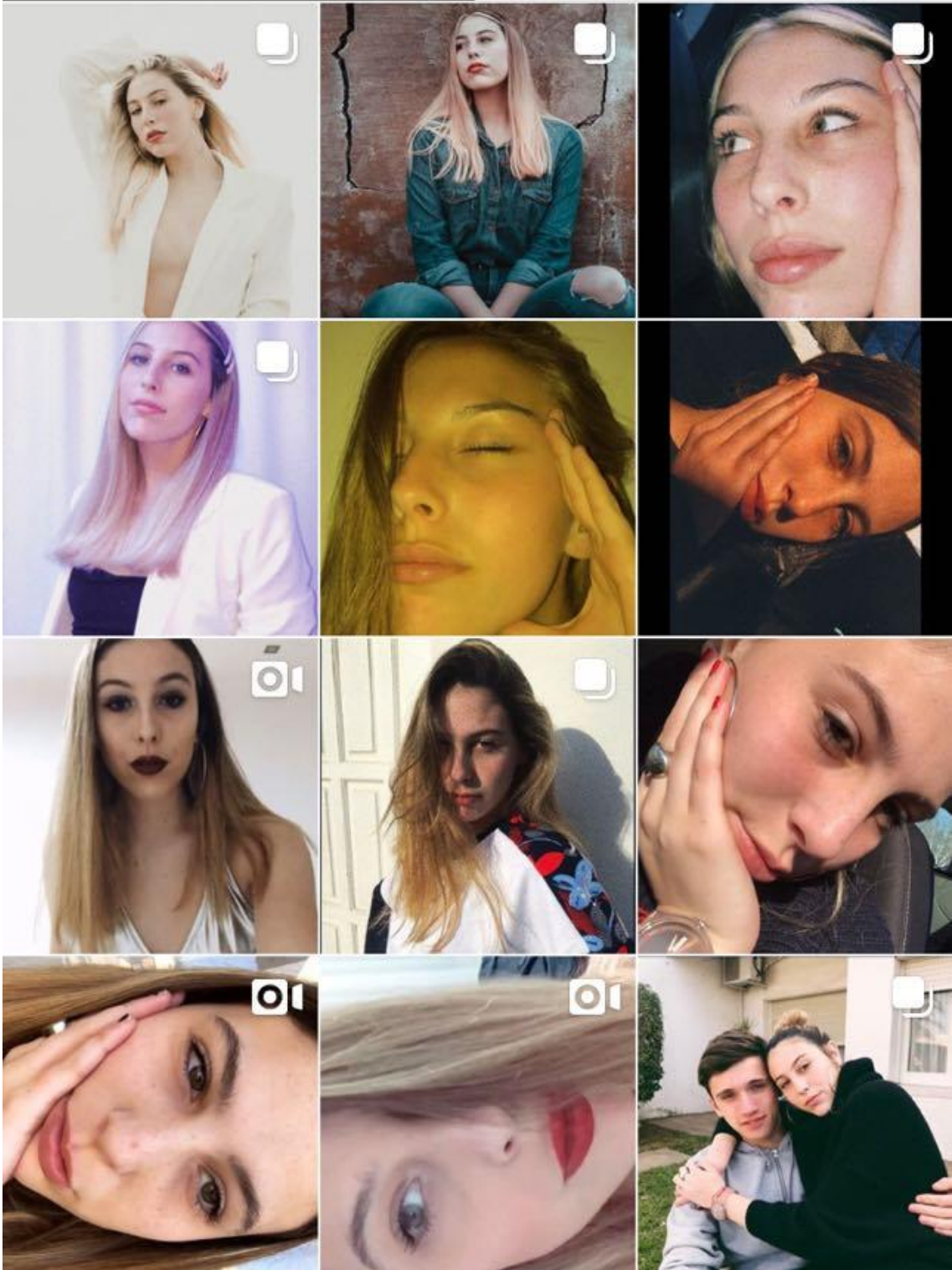
Seguir





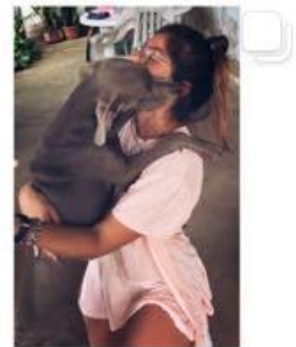
gonzaalezlucia





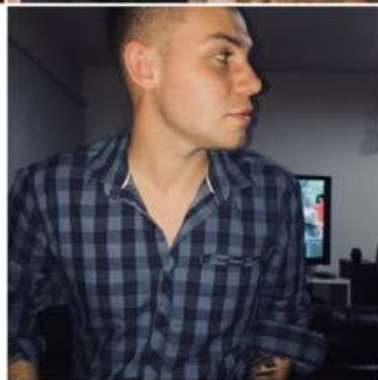


tolosagime



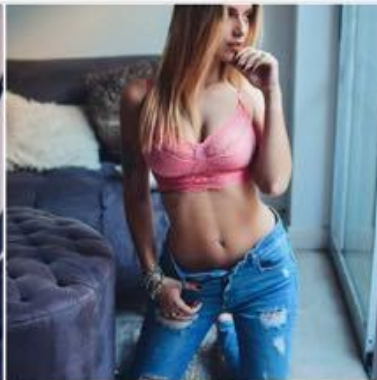


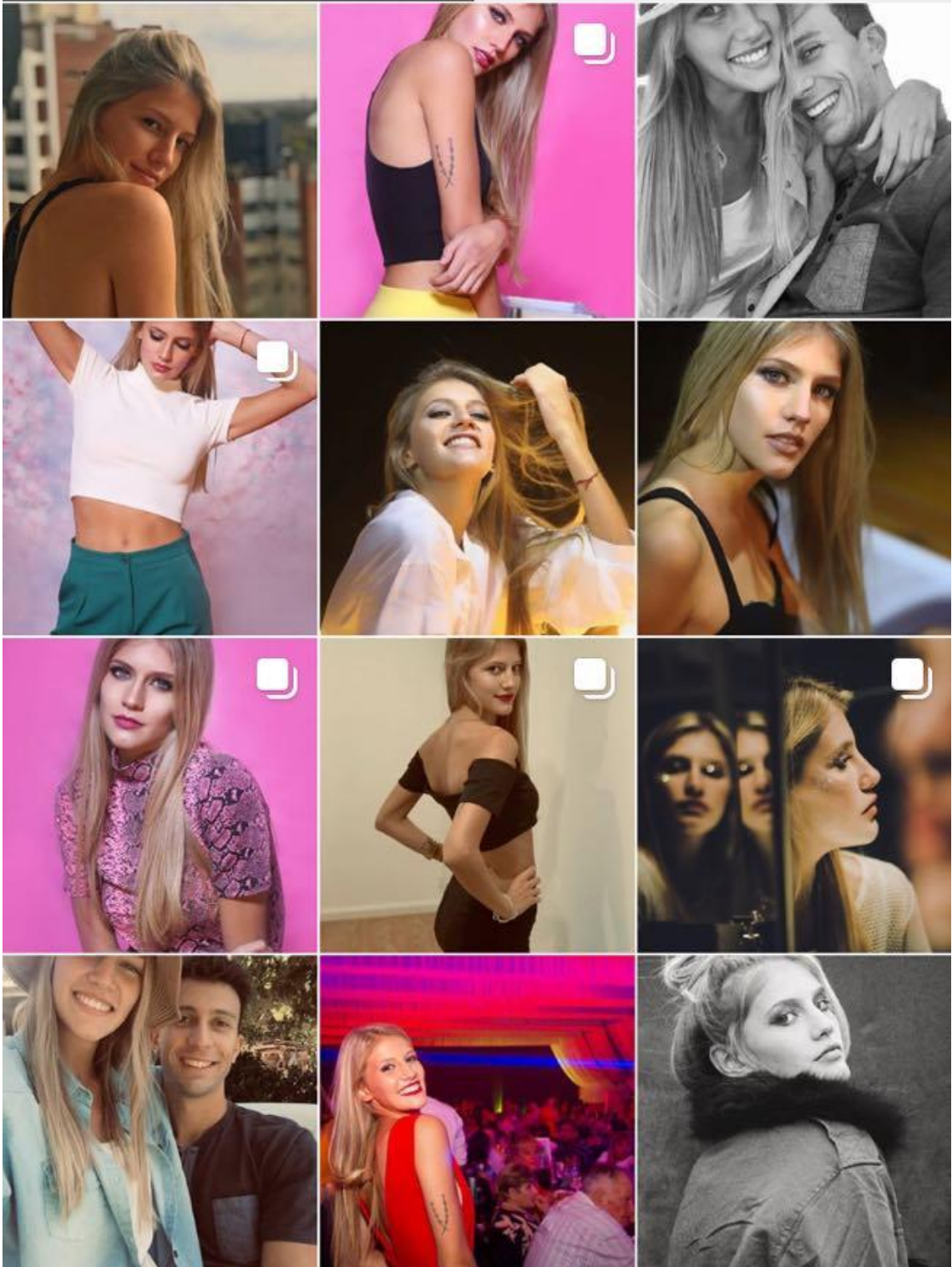
francozengarini





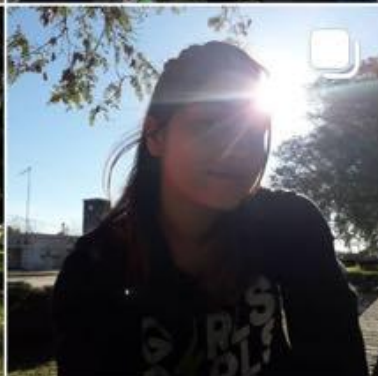
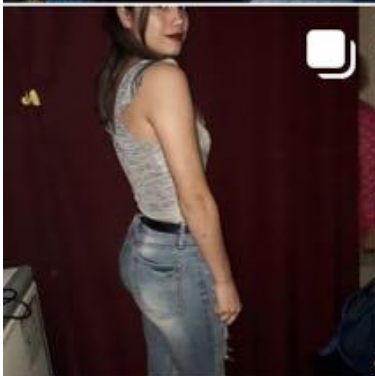
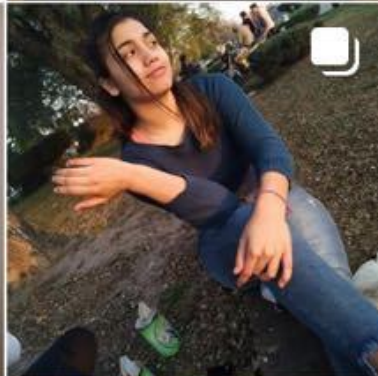
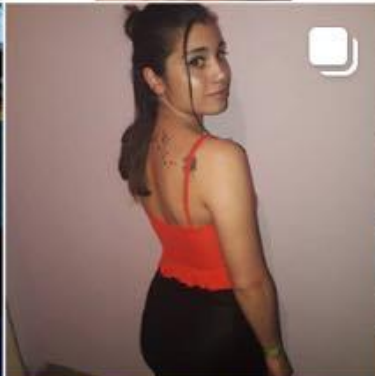
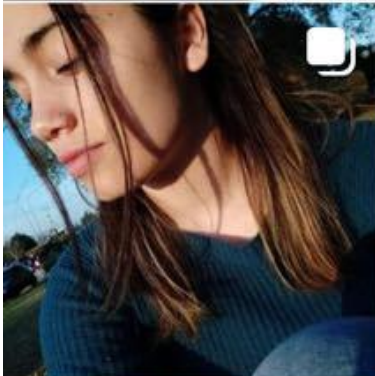
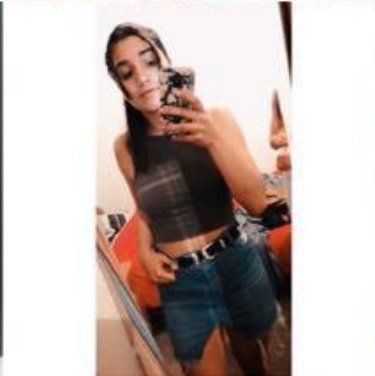
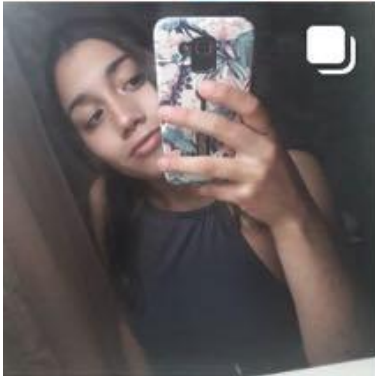
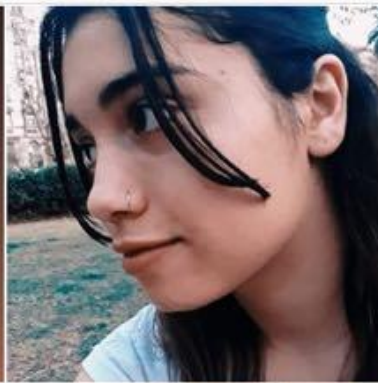
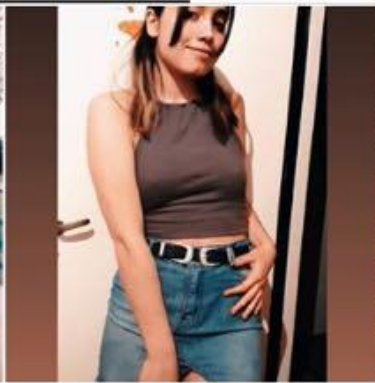
antoluchetti\_







agussmansilla\_27





gagocami

