



FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA
Y RELACIONES INTERNACIONALES

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

Jóvenes, web y construcción de identidad digitales. Análisis de los perfiles públicos de egresados en 2018 del Colegio Stella Maris de Rosario en Instagram.

TRABAJO INTEGRADOR FINAL

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Director: Sebastián Castro Rojas

Autora: Andorni, Lara

Mail: Lara.andorni00@gmail.com

Año: 2024

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal analizar la construcción de las identidades digitales de los jóvenes de Rosario, Argentina, en la red social Instagram. A través de un enfoque cualitativo y cuantitativo, se busca identificar cómo estos jóvenes estudiantes, egresados en el 2018 del colegio Stella Maris y residentes del barrio Fisherton, utilizan Instagram para construir y expresar su subjetividad. La investigación examina el modo en que las fotos y los videos, principales componentes visuales de la plataforma, contribuyen a la presentación de la identidad de los usuarios, y la manera en que la interacción y los discursos en línea reflejan y afectan sus modos de percepción y estilos de vida. El estudio se basa en la importancia creciente de las redes sociales en la vida cotidiana de los jóvenes que, según el informe del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA) de 2022, son los usuarios más activos de Instagram. Decidí analizar aspectos como el tipo de contenido compartido, la frecuencia de uso, las interacciones sociales y las prácticas comunicativas con el fin de comprender mejor cómo estos aspectos construyen su identidad en una era digital cada vez más omnipresente y determinante en nuestras vidas.

Palabras claves:

Identidad - Redes sociales - Jóvenes – Instagram – Hiperconectividad – Online

Agradecimientos

Tras la entrega de la presente investigación, me gustaría agradecer a mis papás, por su apoyo constante en todas las instancias de mi carrera y de mi vida. A mi novio por su escucha en todo momento y por ser mi soporte emocional. A mi hermano y a mis amigas por su presencia y apoyo incondicional. A Sebastián, por el incentivo, la exigencia, la enseñanza y la colaboración adecuada que me brindó como tutor. Fue un placer para mí transitar juntos este último tramo. A todos los que, a su manera, me acompañaron hasta acá.

Índice

1.	Introducción.....	6
2.	Contexto sociocultural.....	12
3.	Consumo de redes sociales: datos y tendencias actuales.....	20
4.	Reconocimiento del territorio.....	23
5.	Referencias conceptuales.....	27
	5.1 Concepto de Identidad.....	27
	5.1.1 Redes Sociales y Construcción de Identidad.....	29
	5.1.2 Instagram como Plataforma de Construcción de Identidades.....	33
6.	Metodología	38
	6.1 Unidad de análisis y triangulación metodológica.....	38
	6.1.1 Técnicas de recopilación de datos.....	38
	6.1.2 Análisis de contenido.....	40
	6.2 Descripción y análisis de la unidad de análisis.....	41
	6.2.1 Perfil y características de las cuentas de Instagram analizadas	41
	6.2.2 Análisis cualitativo de modalidades.....	44
	6.2.3 Análisis cuantitativo de tendencias.....	44
	6.2.4 Frecuencia de uso de funciones y elementos específicos de Instagram.....	45
	6.3 Análisis de elementos visuales.....	45
	6.3.1 Autopercepción a través de fotos de perfil.....	45
	6.3.2 Análisis de elementos visuales en publicaciones.....	46
	6.4 Organización de perfiles	47
	6.4.1. Análisis de la biografía.....	47
	6.4.2 Análisis de historias destacadas.....	47
7.	Relación con otros usuarios.....	49

7.1 Interacciones sociales en Instagram.....	49
7.2 Reposteo de historias.....	50
8. Resultados	53
8.1 Análisis interpretativo de datos cualitativos.....	53
8.1.1 Análisis interpretativo y cualitativo de modalidades.....	53
8.1.2 Análisis interpretativo de la foto de perfil.....	57
8.1.3 Análisis interpretativo de publicaciones.....	60
8.1.4 Análisis interpretativo de la biografía	64
8.1.5 Análisis interpretativo de historias destacadas.....	66
8.1.6 Análisis interpretativo de las interacciones sociales en Instagram.....	68
8.2 Análisis de datos cuantitativos.....	73
8.2.1 Análisis del perfil.....	74
8.2.2 Análisis de la foto de perfil.....	76
8.2.3 Análisis de las publicaciones.....	78
8.2.4 Análisis de las historias.....	81
8.2.4.1 Análisis del reposteo de las historias.....	82
9. Reflexiones.....	85
10. Anexos.....	88
11. Bibliografía.....	92

1. Introducción

Este trabajo tiene como objetivo realizar un análisis sobre la construcción de las identidades digitales por parte de los jóvenes en la red social Instagram. Se busca identificar cómo ellos construyen su subjetividad a partir de los elementos que brinda dicha plataforma, así como su forma de mostrarse a través del contenido que publican.

La elección se basa en el fenómeno de las redes sociales, algo que hoy en día, todos experimentamos cada vez más y en más aspectos de nuestra vida. El interés radica en investigar a fondo la importancia de la documentación visual en esta red, donde las fotos y los videos son protagonistas ya que contribuye a la presentación de la identidad de las personas. En la actualidad, las redes sociales interpelan nuestra existencia en múltiples sentidos puesto que ocupan un lugar central en nuestra cultura y todo lo compartimos en la interfaz *online* y lo publicamos. El objetivo de este estudio es analizar el impacto que esto produce en la construcción de nuestra identidad.

Sumado a esto, cabe mencionar que el uso de Internet está íntimamente ligado a la cultura juvenil ya que, en la actualidad, los adolescentes construyen su identidad a partir del acceso al mundo digital, el significado que le atribuyen y el uso que le dan. Es justamente en este ámbito donde han logrado sentirse más auténticos, más libres y más visibles. Instagram es la red social que más ha crecido en los últimos años a nivel mundial. Según el informe del SINCA de 2022, los jóvenes son el grupo que más utiliza esta red social, lo que representa el 55 % y demuestra el rápido e ininterrumpido crecimiento de su uso y la gran facilidad que conlleva el compartir información a través de esta plataforma.

Vivimos en una era digital en la que compartir contenidos propios y ajenos es una de las actividades sociales que más crece. Como Igarza menciona en su libro *Burbujas de ocio*:

“Nuevas formas de comunicación interpersonal se han impuesto.” (Igarza, 2009, p 24). Con todo y lo anterior, se puede agregar que en la era digital Instagram se ha erigido no solo como una plataforma de interacción social, sino también como un espejo de la identidad personal y colectiva de los jóvenes. Cada imagen, filtro y comentario en esta red social revela mucho más que simples aspectos estéticos; contribuyen a una narrativa más profunda sobre quiénes somos y cómo deseamos ser percibidos. Este análisis lleva a una investigación introspectiva, donde la autopercepción y la proyección se entrelazan en un lienzo digital dinámico y multifacético. Es esta era digital la que permite introducir el concepto de “hiperconectividad”. Estamos inmersos en una hiperconectividad que sugiere tener la libertad de comunicarse todo el tiempo, estar en contacto permanente, sentirse seguro y accesible al mismo tiempo. Como cita Igarza (2009): “Mientras que la conectividad ‘fija’, se asemeja a estar todo el tiempo ‘conectado a’, al menos un dispositivo, lo que sugiere estar ‘atado’ a algo fijo; la hiperconectividad es estar potencialmente conectado todo el tiempo ‘a través de’, al menos un dispositivo o una red.” (p. 21).

Asimismo, en el planteamiento del problema se presenta la pregunta en la que se basa la presente investigación: “¿Qué impacto tiene Instagram en la construcción de las identidades de los jóvenes?”. Como complemento de este proceso, se estableció el objetivo general, los objetivos específicos y las definiciones conceptuales de las variables que rodean a este estudio. Luego, se realizó un primer relevamiento que consta de un reconocimiento del tema y la búsqueda de antecedentes nacionales e internacionales. Se trabajó la metodología de estudio para definir a los sujetos, las unidades de análisis, el instrumento y el procedimiento, y se estableció el tipo de investigación como triangular, teniendo en cuenta tanto aspectos cualitativos como cuantitativos.

Partiendo del supuesto de que las redes sociales han afectado la manera en que los jóvenes construyen su identidad, y siempre en relación con los demás, se plantean algunos interrogantes para la investigación: ¿Por qué los jóvenes construyen sus identidades digitales de tal o cual manera? ¿Qué factores influyen en su toma de decisiones en la plataforma? ¿En base a qué moldean sus subjetividades en esta red social? ¿Buscan sentirse parte de algo para no quedar afuera?

A su vez, el interés del presente trabajo radica en explorar cómo los jóvenes utilizan Instagram para expresar su individualidad, intereses y aspiraciones, y cómo estas representaciones digitales pueden afectar su autoestima. En relación a esto, surgen los siguientes interrogantes: ¿Los jóvenes sienten que sus posts y los comentarios que les dejan sus lectores los ayudan a definir quiénes son? ¿Cuál es su reacción si su post se comparte muchas veces, tiene muchos “me gusta”, comentarios o interacciones, y/o por el contrario, si tiene poca repercusión?

Por otro lado, tampoco se puede dejar de lado la problemática de que la plataforma afecta tanto la percepción de la identidad como la autoimagen de los jóvenes, es decir, cómo afecta su percepción de la belleza y el cuerpo o cómo influye en la forma en que se comparan con los demás. ¿De qué manera los usuarios seleccionados construyen su identidad al actuar en dicha plataforma?

En este sentido, y para responder estos interrogantes, se plantea una serie de objetivos. El objetivo general del estudio se centra en analizar el modo en que los jóvenes de 22 a 25 años de la ciudad de Rosario egresados del colegio Stella Maris en el año 2018, construyen su identidad digital en Instagram. Por otro lado, se desarrollan los siguientes objetivos específicos: identificar qué modalidades utilizan; analizar sus fotos de perfil en una primera

instancia e identificar cómo se autoperciben; analizar de qué manera organizan sus perfiles; y por último, reconocer cómo se relacionan con los demás, al repostear historias y dejar comentarios, “me gusta” y respuestas.

A partir de los interrogantes y objetivos establecidos previamente, se puede delimitar aún más el marco teórico de esta tesina. Resulta pertinente retomar a Sibilia, quien en su texto “Yo personaje” hace referencia a un tipo particular de personalidad: la personalidad “alter dirigida” que construyen los sujetos, y que hace referencia a la influencia que tienen los demás en la construcción de la personalidad del otro.. Esta es la perspectiva que se pretende desarrollar: cómo los jóvenes moldean su personalidad en Instagram. Y para poder visualizar este “yo alter dirigido” se comenzará por analizar qué foto de perfil tiene cada uno, considerando que esto aporta mucha información sobre la identidad.

En esta tesina, la unidad de análisis son los perfiles de Instagram de tres alumnos egresados en 2018 del Colegio Stella Maris de la ciudad de Rosario. La elección de cada alumno se realizó en función de la posibilidad de contactarse con ellos, por haber sido mis compañeros de secundaria. Sus perfiles se analizan debido a la activa presencia que tienen en Instagram.

Además, se llevará adelante una triangulación metodológica, combinando enfoques cualitativos con enfoques cuantitativos. Por un lado, predomina un enfoque cualitativo interpretativo, en el que se realiza un estudio de exploración y análisis de dichos perfiles; y por otro lado, se realiza un enfoque cuantitativo, que se basa en el uso de datos estadísticos que será de gran importancia para interpretar una plataforma online. Asimismo, la realización de este Trabajo Integrador Final (TIF) se fundamenta en una serie de elementos que respaldan su factibilidad.

En primer lugar, el acceso a la unidad de análisis está garantizado, dado que los jóvenes elegidos utilizan Instagram de manera activa, lo que permite analizar el comportamiento de los jóvenes en esta plataforma y cómo ellos se desenvuelven en el uso cotidiano de la misma. A su vez, la prevalencia de Instagram entre los jóvenes sumado a mi conocimiento y experiencia previa con el uso de la plataforma facilitan este análisis y permiten diseñar estrategias de observación y análisis adaptadas a las dinámicas específicas de Instagram. Además, la familiaridad con la interfaz y las funcionalidades de la red social ayudarán a navegar y recopilar datos de manera eficiente y precisa.

En segundo lugar, se ha optado por una metodología de triangulación que combina enfoques cualitativos y cuantitativos, y es una estrategia crucial para garantizar la validez de los hallazgos. Esta metodología, a su vez, permite que la combinación de métodos cualitativos y cuantitativos ayude a una comprensión más integral del tema en estudio. El aspecto cualitativo parte de la observación y el análisis de perfiles, los cuales serán fundamentales para alcanzar una interpretación profunda. Estas observaciones se realizan con la autorización de los jóvenes involucrados en el estudio, garantizando así la ética y la privacidad de los participantes.

En cuanto al enfoque cuantitativo, existen múltiples plataformas que facilitan la realización de encuestas que, a su vez, permiten obtener datos estadísticos que enriquecen la interpretación de los resultados. La recolección de datos cuantitativos mediante encuestas respalda los hallazgos y proporciona una visión más amplia de las tendencias y los comportamientos predominantes. Las encuestas se diseñan cuidadosamente para capturar aspectos clave del uso de Instagram y la percepción que tienen los jóvenes sobre su identidad digital. Además, el análisis estadístico de estos datos permite identificar correlaciones y tendencias significativas que complementarán los hallazgos cualitativos.

Por último, predomina una extensa bibliografía y artículos académicos que aportan herramientas esenciales para justificar y sustentar la investigación. Estos recursos sirven para proporcionar una representación teórica sólida, así como también para contextualizar este estudio dentro del campo de la comunicación digital y las identidades en redes sociales. Al mismo tiempo que ofrecen ejemplos de estudios previos que ayudan en la elaboración de la metodología y el análisis de la investigación.

2. Contexto sociocultural

Tras el objetivo de alcanzar una mejor comprensión del presente trabajo, resulta propicio, incorporar un capítulo dedicado a la contextualización en tiempo y espacio; para ello, se retoma a autores como Roberto Igarza, Manuel Castells, Van Dijck, Roxana Morduchowicz, Paula Sibilía, que explican la historia de estos medios sociales.

Para lograr entender mejor cuáles fueron aquellos cambios que este ecosistema de medios sociales sufrió con la incorporación de Internet, es conveniente retroceder en el tiempo y retomar a Van Dijck. Ella explica que las plataformas interactivas que surgieron en los años 2000 –Blogger, Wikipedia, Facebook, YouTube– entraron en escena con la promesa de convertir la cultura en un ámbito más participativo y de colaboración, basado en el usuario. Entre los años 2000 y 2006, no escasearon los teóricos de los medios que afirmaban que las aplicaciones estimulaban al límite la natural necesidad humana de relacionarse y crear. Así, en 2006, Henry Jenkins daba la bienvenida al mundo de la cultura de la convergencia, un lugar “en el que los viejos y los nuevos medios se dan la mano, las personas se entrecruzan con los medios corporativos, y el poder del productor de los medios y del consumidor de estos interactúan de maneras impredecibles” (2016, p. 17). Fue la creencia de que la web 2.0 era un espacio comunitario y de colaboración, lo que inspiró en aquellos tiempos a muchos entusiastas a trabajar en la construcción de distintas plataformas. Cuatro años más tarde, Mark Zuckerberg prometió que: “Con Facebook, haría del mundo un lugar más abierto y transparente, ya que esta plataforma quiere que las personas tengan la posibilidad de encontrar lo que desean y de conectarse con ideas que les gustan en la red.” (Van Dijck, 2016, p. 18).

La propia palabra “social”, vinculada a estos medios, da por sentado que estas plataformas ponen el centro de interés en el usuario y facilitan la realización de actividades comunitarias. Resulta totalmente válido entender a los medios sociales como sistemas que facilitan o potencian redes humanas en el mundo *online*; es decir, entramados de personas que promueven la interconexión como un valor social. “Las ideas, valores y gustos de los individuos son contagiosos, y se esparcen a través de redes humanas; sin embargo, estas también afectan los modos de hacer y pensar de los individuos que las conforman”, explica Van Dijck (2016, p. 18). En igual medida, define a los medios sociales como sistemas automatizados que inevitablemente diseñan y manipulan las conexiones. Para poder reconocer aquello que las personas quieren y anhelan, las plataformas siguen el rastro de sus deseos y reducen a algoritmos las relaciones entre personas, cosas e ideas. De esta forma, lo “social” parece abarcar tanto la conexión (humana) como la conectividad (automática).

A esto se añade que al igual que el término “social”, conceptos como “participación” y “colaboración” adquieren un novedoso sentido en el contexto de los medios sociales. Van Dijck (2016) postula que: “en los medios sociales, los usuarios de contenido son “colaboradores” que “codesarrollan” productos creativos, enriqueciendo así diferentes comunidades.”(p. 18). El contenido fotográfico y audiovisual se volvió un instrumento fundamental para la recolección de información acerca de relaciones sociales significativas, impulsada por preguntas como: quién comparte, qué imágenes y con quién; qué imágenes o videos son populares, entre qué grupos; y quiénes son los formadores del gusto dentro de estas comunidades.

A lo largo del tiempo, las normas de sociabilizar han cambiado drásticamente. Los patrones de comportamiento sociales existentes en mundo *offline* se mezclan cada vez más con las normas sociales del entorno *online*. Estos cambios se implementaron de manera gradual, y a

medida que los usuarios se fueron habituando a las nuevas características, también cambiaron las normas concernientes a los grados aceptables de privacidad. Esto, no solo alude a su desplazamiento al espacio *online*, sino también al hecho de que las estructuras de las plataformas sociales alteran profundamente la naturaleza de las conexiones, creaciones e interacciones humanas. Los botones que imponen las nociones de “compartir” y “seguir” como valores sociales tienen efectos sobre las prácticas culturales que exceden el ámbito de las propias plataformas. Hoy en día, el comportamiento de las personas en las redes sociales impacta directamente en su vida *offline*.

En la actualidad, las redes sociales desempeñan un papel significativo en la vida de los jóvenes, e Instagram es una de las plataformas más populares entre este grupo demográfico. Hoy lo social está en la red, todos están inmersos en una era digital e inevitablemente esto los interpela, influye y condiciona. Se está frente a una sociedad autoconstruida mediante la conexión en red con otras redes. De ahí se considera la importancia de este estudio, tomando en consideración que somos sujetos comunicativos e hiperconectados. Nunca como ahora la sociedad de la comunicación pudo identificarse tanto con la idea de una “sociedad red”. Castells (2009) la define como “aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica.” (p. 1); y además explica que esta organización en red es un medio que refleja las tendencias inscritas en la estructura social. Como lo establece el título de este capítulo, si se habla de “sociedad red”, es fundamental analizar también su cultura. Resulta útil citar a Castells (2009) en este punto, quien nombra algunos puntos distintivos de esta cultura: “la cultura común de la sociedad red global es una cultura de protocolos que permite la comunicación entre diferentes culturas sobre la base no necesariamente de valores compartidos, sino de compartir el valor de la comunicación. La cultura global es una cultura

de la comunicación por la comunicación. Es una red abierta de significados culturales que pueden no solo coexistir, sino también interactuar y modificarse mutuamente sobre la base de este intercambio” (p. 18). Entonces, se entiende que el proceso de construcción de la cultura de la sociedad es aquel a través del cual los actores sociales aportan a otros sus recursos y sus creencias, esperando recibir lo mismo. Internet es para muchos la red de las comunicaciones interpersonales y de la producción compartida. Por ejemplo, una parte significativa de las imágenes que producen en los más de 100 mil millones de dispositivos digitales, se comparte a través de Internet. Igarza explica que cuanto más central es Internet en el desarrollo de la sociedad, más evidente se hace la fragilidad de sus soportes físicos, y más se resiste la imagen de la sociedad de la comunicación y del proceso de globalización en el que está enmarcada.

Aquí vale la pena mencionar otro punto relevante sobre el cual Van Dijck enfatiza y el cual puedo relacionar con nuestra sociedad actual. Él afirma que se produce “una confusión similar entre conexión humana y conectividad automatizada cada vez que las actividades sociales se codifican en conceptos algorítmicos” (p. 18). Pero, ¿qué quiere decir el autor con esto? Se refiere a que en el mundo *offline*, suele entenderse que las personas que están “bien conectadas” son aquellas cuyas relaciones resultan valiosas en virtud de su cualidad y condición, no de su cantidad. Sin embargo, en el contexto de los medios sociales, online, el término “amigos” ha llegado a designar tanto vínculos fuertes como débiles, contactos íntimos como completos desconocidos. Lo mismo sucede con el término “seguidores”, que de por sí, la palabra connota todo un conjunto de sentidos que van de la neutralidad del “grupo” al fervor de “devotos” y “creyentes”, pero en el contexto de los medios sociales llegó a significar el número absoluto de personas que siguen un flujo de cuentas, usuarios o páginas.

Asimismo, para una mejor comprensión, resulta conveniente retomar el punto de vista de Igarza, en el cual sostiene “que es en esta era digital donde han aparecido burbujas de tiempo,

en las que los nuevos medios y dispositivos móviles tienden a jugar un gran rol protagónico” (2009, p. 12), por lo cual se entiende que la situación actual está cada vez más dominada por actividades intermitentes de comunicación interpersonal y de entretenimiento. Así pues, se refleja la importancia de esta investigación, tomando en consideración que somos sujetos comunicativos e hiperconectados.

Además, los usuarios se encuentran en un contexto en el que las plataformas de intercambio y de distribución de contenidos audiovisuales, como lo es Instagram, están transformando la manera de consumir medios de comunicación, de divertirse e informarse, de comunicarse. Tal como lo menciona Igarza “el consumo cultural está inundado de brevedades, pequeñas piezas, unidades menores y diminutas que se comparten entre plataforma y dispositivos durante las 24 horas” (2009, p. 13). Al hablar de plataformas me resulta esencial retomar a Van Dijck, quien en su libro “La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales” explica un poco la historia del surgimiento de estas, lo cual permitirá dilucidar de qué manera los cambios producidos dentro de la escena de los medios globales han afectado en gran medida nuestra experiencia de socializar.

En una primera instancia, el autor plantea que “la socialidad y la creatividad son fenómenos que ocurren mientras las personas están ocupadas en su vida cotidiana”. Por ende, con el desarrollo de las plataformas de los medios sociales y sus aplicaciones asociadas, los usuarios “negociaron” la decisión y los modos de apropiarse de ellas para sus hábitos cotidianos. (2016, p. 14).

Con esto y más, se puede observar que al consumo de la época actual, a su vez lo caracterizan la inmediatez y la economía del tiempo, sosteniendo que la producción y lectura de contenidos está sujeta a textos de pocas líneas, oraciones cortas, videos en pocos segundos,

en resumen: a la brevedad. Igarza en su libro nos explica que “esta brevedad no solo es una condición intrínseca de la literatura móvil impuesta por la tecnología del soporte, sino también la respuesta al uso intersticial de nuestros tiempos modernos” (2009, p. 127). Es justamente por esto que el autor sostiene la idea de que los microrrelatos tienen la vida asegurada y están garantizados por la masiva introducción de los dispositivos móviles. Este sistema de consumo, es horizontal, vertical y transversal. Es todo al mismo tiempo. Como Igarza remarca, “en la movilidad, el usuario accede a contenidos profesionales, recibe y envía contenidos producidos por los propios usuarios y en un verdadero ejercicio de mestizaje, los híbrida al hipervincular y ensamblar ambos orígenes y diversas naturalezas (texto, audio y video) en un tercer objeto diferente de los primeros” (2009, p. 149).

Contextualizar la era en la que vivimos es primordial para obtener la coherencia que este trabajo requiere. Por lo que se continuará hablando de esta era digital de hiperconectividad en la que habitamos. Igarza hace mención a la llegada a la era de las megaciudades en tiempo real. Una era en la que las tradicionales barreras de transmisión de información (distancia, tiempo, personalización, identificación) operan eficientemente en función de un sistema mediado, que termina representando una verdadera subcultura de estilo de vida en tiempo real. Y, citando al autor, “la aniquilación del espacio a través del tiempo, es fuertemente promovida por una hiperconectividad que permite un nivel muy fino de identificación” (Igarza, 2009, p. 32).

Según lo establece Roxana Morduchowicz en “Los adolescentes y las redes sociales”, “los medios y las tecnologías están tan estrechamente ligados a la identidad juvenil que, en la actualidad, el joven se configura como tal a partir de la frecuentación, el consumo y el acceso a un cierto tipo de bienes simbólicos y productos culturales específicos” (Morduchowicz, 2012, p. 26). Precisamente por ello resulta importante investigar la estrecha relación de los

jóvenes con los medios y las tecnologías, debido a que hoy innegablemente moldea la vida de los jóvenes en múltiples aspectos.

A través de Instagram, los usuarios pueden compartir fotos, videos y contenidos visuales, y construir una representación de sí mismos en línea. Es en Internet, y en el caso de este estudio, Instagram, que los jóvenes crean su personalidad. En tanto esto, la antropóloga Paula Sibilía en *La intimidad como espectáculo* afirma que “hoy cualquiera puede crear aquello que sería su principal obra: su personalidad, que debe consistir de un peculiar modo de ser” (Sibilía, 2008, p. 266). Al igual que Sibilía y Levy, muchos autores abordan dicha temática, en diferentes épocas y diferentes contextos sociales y culturales, como Roxana Morduchowicz, (2012) a quien también se va a retomar en este trabajo; por lo que merece la pena realizar un estudio de este tipo en este contexto y con las funciones actuales de la plataforma. La sociedad cambia, y en este caso también las redes sociales, las cuales se van actualizando muy rápidamente y junto a ello cambian las maneras de mostrarse en la red.

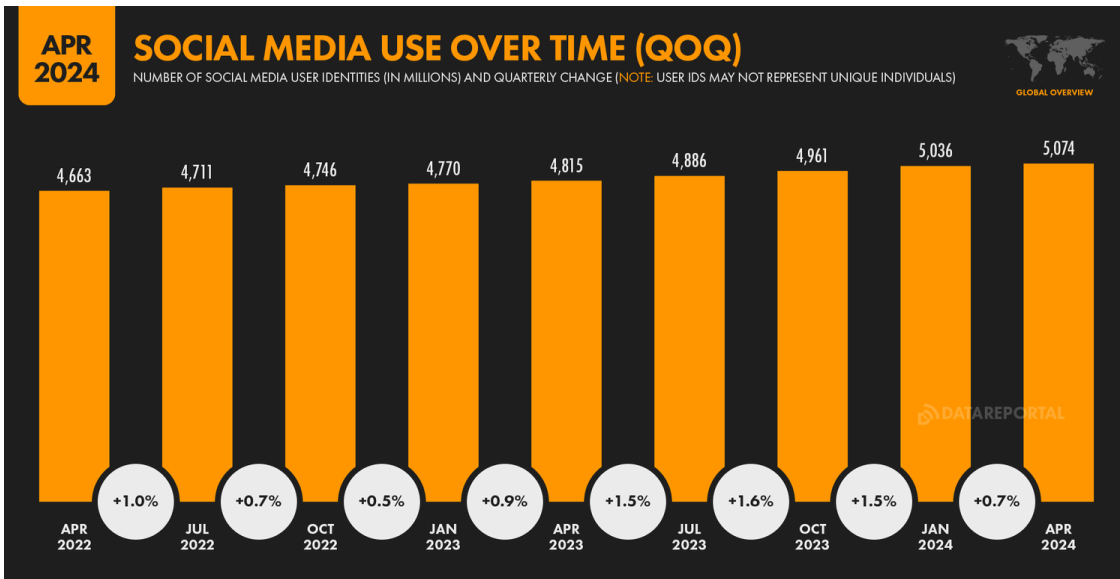
La plataforma Instagram, ofrece una variedad de herramientas y características que les permiten a sus usuarios personalizar y editar sus publicaciones, utilizar filtros, agregar hashtags y compartir momentos de su vida. Tienen la posibilidad de configurar su perfil como ellos quieran, con la foto, la descripción y el nombre que prefieran, de ahí radica el interés en analizar cómo se “autoperciben”. Son productores de contenidos que pueden compartir, al igual que comparten sus experiencias con sus propias palabras, teniendo la posibilidad de participar y hacerse escuchar. Estas opciones dan lugar a una construcción cuidadosa de la identidad, donde los jóvenes seleccionan y muestran aspectos específicos de sus vidas para compartir con los demás. Se fijarán muy rigurosamente lo que postean, muchas veces pensando en la repercusión que dicho posteo tendrá en el otro, otras escribiendo textos que puedan llegar a gustar a sus seguidores a pesar de ser o no lo que ellos realmente piensan.

Sin embargo, la intención de este trabajo, al tomar las redes sociales no es descalificarlas o considerarlas perjudiciales, ni definirlas como un medio posible que mejore la calidad de vida de los jóvenes. Sino que la pretensión aquí, es comprender este proceso de construcción de identidad en el contexto actual, en una era digital en la que las redes cobran mucha importancia, por lo que las prácticas online serán de una manera determinada y diferente de las de otros contextos. Indudablemente, se considera a los jóvenes totalmente responsables de sus actos, y entender el porqué de estos actos es uno de los objetivos. Retomando a Roxana (2021): “Las pantallas en sí, no generan individualismo ni nos hacen más sociables. No son perjudiciales para el aprendizaje ni mejoran la calidad de la enseñanza. No son responsables de la inequidad ni producen igualdad. Las tecnologías no nos aíslan ni generan participación y compromiso. Es decir, no existe una relación lineal entre las tecnologías y los comportamientos. Las pantallas no pueden —por sí mismas— transformar. Ofrecen, efectivamente, un importante potencial. Pero lo que suceda con ellas o con el entorno digital depende siempre de las prácticas, o sea, de quién las utiliza, de qué manera, en qué contexto y con qué objetivos.”(p. 41).

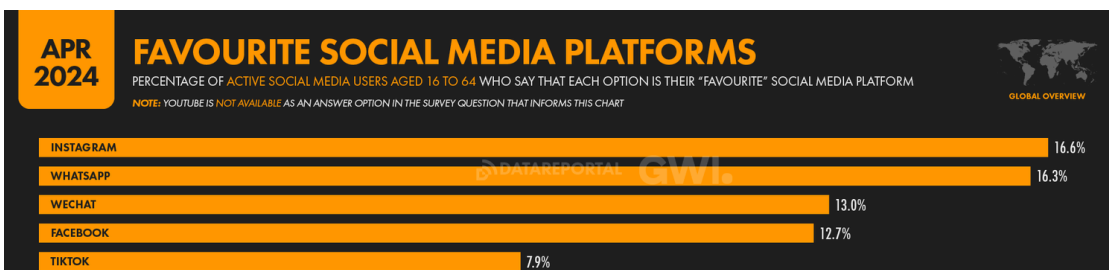
3. Consumo de redes sociales: datos y tendencias actuales

Con posterioridad y como complemento del contexto sociocultural mencionado previamente, será enriquecedor reconstruir los consumos de las redes sociales como un antecedente cuantitativo. En este punto, es crucial examinar los datos recopilados, ya que ofrecen una ventana fascinante hacia los comportamientos y preferencias de los jóvenes en la red social Instagram. Más aún, interesa abordar temáticas relacionadas al mundo *online* debido a que, según el Informe Global de estadísticas digitales de abril del 2024 de la página Data Reportal, los usuarios de Internet han aumentado a 5.440 millones, 178 millones de nuevos usuarios durante el año pasado, por lo que el número de usuarios de Internet también sigue creciendo: las últimas cifras indican un aumento interanual del 3,4 por ciento. Con ello, el uso activo de las redes sociales también continúa creciendo, y las plataformas agregaron más de un cuarto de billón de nuevas identidades de usuarios únicas desde esta misma época el año pasado. El total de usuarios globales alcanzó los 5.070 millones a principios de abril de 2024, una cifra un 5,4 por ciento más alta que el total observado en abril de 2023.

Además, este estudio revela que los usuarios de redes sociales continuaron creciendo a un ritmo significativo durante los primeros tres meses de 2024, y las tasas de crecimiento anual aún superan con creces el 5 por ciento.



Y ante todo, vale la pena considerar dónde se ubica cada plataforma en el corazón de las personas. Los últimos datos de Global Web Index (GWI) revelan que Instagram ha consolidado su posición en la cima de los rankings de afinidad, y 1 de cada 6 usuarios de Internet en edad laboral en todo el mundo la considera su plataforma social "favorita". Eso es más del doble del número que eligió TikTok.

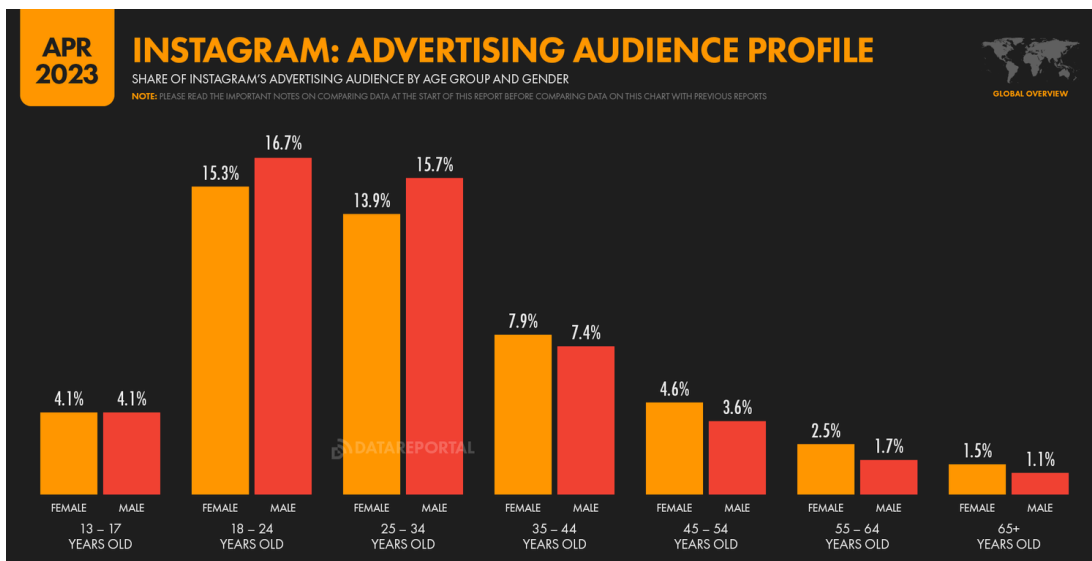


Por ejemplo, a nivel mundial, las mujeres de 16 a 24 años todavía tienen un 60 por ciento más de probabilidades de elegir Instagram en lugar de TikTok, mientras que los varones del mismo grupo etario tienen 2 veces y media más probabilidades de elegir Instagram en lugar de TikTok.

Se llevará a cabo un estudio de casos, situado contextualmente en la Argentina actual, en Rosario, Santa Fe. A fin de establecer un primer recorte espacio-temporal, con el objetivo de

analizar los procesos de subjetividad que jóvenes de 20 a 25 años construyen a partir de su actividad en Instagram. El grupo seleccionado pertenece a la clase media, reside en el barrio Fisherton y asiste al colegio Stella Maris.

Según las cifras de Data Reportal, estos jóvenes forman parte de la población que más uso hace de esta red social.



Se aspira a realizar una aproximación a la rutina diaria de los jóvenes a fin de poder identificar el modo de uso de Instagram y las significaciones que se le atribuyen a las actividades allí realizadas. Sus posteos, interacciones, discursos, modos de percepción, así como los rasgos y las características con los cuales se muestran en dicha plataforma están en constante actualización, por lo que surgen siempre nuevos interrogantes para abordar.

El grupo etario seleccionado son los jóvenes debido a que muestran un comportamiento mucho más activo que las personas de otras edades, cuando producen, generan, comparten y comentan contenidos en la web.

4. Reconocimiento del territorio

Por otro lado, en el campo de estudio de las redes sociales se realizó el seguimiento de una gran cantidad de antecedentes que giran en torno al fenómeno de Instagram y, principalmente, a la manera en que dicha plataforma repercute en los jóvenes y adolescentes. Tras la identificación de muchos de estos antecedentes, se ha encontrado una ligazón más directa con algunos artículos y trabajos que se considera que aportan información a esta tesina, al mismo tiempo que la sustentan y sirven como fuente de referencia.

En primer lugar, como principal antecedente a resaltar, se identificó el artículo escrito por De la Rosa Franco, Galindo Reyenes, María Fernanda y Martínez Magdaleno, Itzel (2021). En este artículo se plantea el siguiente interrogante: “¿Quién soy yo en redes sociales? Influencia de las redes sociales en la construcción de la subjetividad en adolescentes”.

En este estudio, se analizan las apropiaciones que los adolescentes recogen de las redes sociales para así construir su subjetividad, ya que son ellos los creadores de sus perfiles que quedan visibles a los demás en el mundo de lo digital. En cuanto a unidad de análisis, es la investigación que más se asemeja a esta tesina, por lo que se toma como punto de partida.

Además, los autores del trabajo explican que escogen a los adolescentes porque indican que un estudio realizado en 2019 arrojó como resultado que el uso de las redes sociales se incrementa de manera exponencial a partir del cambio de nivel primaria a secundaria y de ahí conforme se escala el nivel escolar, además, el estudio agrega que, en ese momento, la población con mayor manejo de las redes sociales oscilaba entre los 12 y 17 años. En este punto, existe una discrepancia con los datos obtenidos en este estudio, que indican que en los años 2023 y 2024 la población que mayor uso hace de la plataforma Instagram oscila entre los 18 y 24 años.

Sin embargo, los objetivos de este artículo están próximos a los de la presente investigación. Parece importante destacar uno de estos objetivos: “Interpretar la forma en que los adolescentes viven y se constituyen a través de las redes sociales” (De la Rosa, Galindo Reyes, Martínez Magdalén, 2021. P 8), se intentará realizar una interpretación a través de herramientas metodológicas, pero sin caer en las típicas entrevistas.

En segundo lugar, se distingue el artículo de Zurisaday, Corrales y Rodríguez, Sofía (2018), titulado “Uso de Instagram por parte de los estudiantes de Comunicación Social de la Ucab Guayana”. El objetivo de este estudio es analizar el uso de Instagram por parte de los estudiantes de comunicación social de la Universidad Católica Andrés Bello.

Los autores del mismo, tomaron como punto de partida una investigación publicada en 2013 por el sitio web PuroMarketing, la cual sustentaba que los jóvenes eran los principales consumidores de Instagram, representando al 28 % de los usuarios.

Además, el enfoque metodológico de la investigación es cuantitativo y el instrumento utilizado para la recolección de datos fue un cuestionario de 15 preguntas que se le aplicó a una muestra de 280 estudiantes discriminados por cada semestre de la carrera de comunicación social. En este punto, existe una diferencia con este trabajo debido a que este está enfocado únicamente en tres cuentas de Instagram. Por su parte, los autores del artículo utilizaron gráficas y cuadros, que han resultado de gran utilidad para el presente trabajo teniendo en cuenta la metodología que empleo y las reflexiones que intento expresar a partir de los resultados de tales gráficas.

En tercer lugar, Morocho Sarchi, Fernando (2019), llevó a cabo un estudio titulado “Instagram: uso y motivaciones de los jóvenes” que está estrechamente relacionado con el tema de esta investigación, ya que aborda la misma plataforma y el mismo grupo etario. En

el mismo, el autor investiga las principales motivaciones de los jóvenes en relación con el uso de Instagram, teniendo en cuenta que es la red social que más crecimiento ha experimentado en los últimos años a nivel mundial. Desde otro enfoque, si se quiere más cercano a una connotación negativa, el autor se basó en el estudio #StatusOfMind realizado por la Sociedad Real de Salud Pública de Reino Unido en el año 2017, según el cual Instagram es la red social que más efecto negativo produce en sus usuarios. También es interesante destacar que la directora ejecutiva del estudio, Shirley Cramer, CBE, afirma que “Instagram es una plataforma que está muy centrada en la imagen y parece estar generando sentimientos de insuficiencia y ansiedad en los jóvenes”. Esta frase es el disparador principal de esta investigación enfocada en el modo en que se ve afectada la imagen que los jóvenes muestran de sí mismos y cómo esta influye en su identidad digital.

Por otro lado, a través de una encuesta, este estudio analiza factores como la frecuencia de uso de la red, el contenido que comparten en el perfil y en las historias, y la influencia de las respuestas de los demás ante lo que publican; en este sentido, se hace referencia a los *likes* o “me gusta” y los comentarios. Sin embargo, es sumamente importante tener en cuenta las actualizaciones que la plataforma sufrió a lo largo de los años, considerando que son múltiples y que estas influyen en la manera de actuar de los usuarios. Por otro lado, Morocho Sarchi realizó una encuesta a 539 usuarios de entre 14 y 35 años, he aquí otra diferencia con el recorte de este trabajo, debido a que este toma únicamente tres casos, con el fin de abordarlos mayor profundidad,

En cuarto lugar, despertó una gran curiosidad el término de “multimodalidad” que retomaron en su artículo Pérez-Sinusía, Martina y Cassany, Daniel (2018) “Escribir y compartir: prácticas escritas e identidad de los adolescentes en Instagram”. Ellos principalmente se enfocaron en las actividades escritas que desarrollan los adolescentes en la red social

Instagram, teniendo en cuenta que forman parte de prácticas digitales multimodales como compartir fotos y vídeos; publicar historias; y gestionar su perfil. Concretamente, el estudio investiga los elementos lingüísticos y discursivos (y su combinación con otros recursos semióticos) que utilizan los adolescentes para construir su identidad. En este punto, cabe destacar que hoy en día, Instagram es una plataforma en la cual predominan principalmente las fotos y los videos en conjunto con el discurso. Por lo que son puntos fundamentales que se tomarán en consideración, adicionales a lo discursivo, que incluso se podría decir que pasó a un segundo plano en los últimos años.

Asimismo, para llevar a cabo su investigación, realizaron un análisis preliminar de las prácticas escritas en Instagram de cuatro adolescentes de Barcelona. Este es otro punto de coincidencia con esta tesina, en la que se analizan los perfiles de Instagram de tres usuarios, a diferencia de muchos estudios que ponen su atención en un número mucho más alto de usuarios.

5. Referencias conceptuales

Esta investigación se sustenta en una serie de conceptos teóricos que son clave para entender la argumentación que se ha realizado sobre las identidades digitales de los jóvenes en la red social Instagram y la construcción de su subjetividad y su personalidad.

Tras una lectura detenida del texto de Van Dijck y previo a comenzar con las referencias conceptuales, es necesario recalcar un punto que destaca y se considera relevante. Esta autora plantea que si se habla de medios sociales, es correcto referirse a ellos como “sitios de red social”, que son aquellos que en este estudio. Según Van Dijck: “estos sitios priorizan el contacto interpersonal, sea entre individuos o grupos; forjan conexiones personales, profesionales o geográficas; y alientan la formación de lazos débiles” (2016, p. 15). A partir de esto, se toma la decisión de usar Instagram, como el “sitio de red social” a trabajar, debido a su gran auge en esta era digital.

5.1 Identidad

Como punto de partida, se va retomar el concepto de identidad de Morduchowicz que dice que (2012) “la identidad es, al mismo tiempo, una forma de expresión de la cultura en que vivimos y un elemento fundamental en su reproducción. Porque la identidad es la cultura internalizada en nosotros mismos, que se apropia bajo la forma de conceptos, ideas e imágenes compartidas” (p. 18). Actualmente, en esta cultura de la hiperconectividad, las imágenes determinan una manera de ser y de hacer particular. La identidad cultural se aprende y se construye socialmente y, en el marco de este trabajo, Instagram ocupa un lugar fundamental en esta construcción. A su vez, la autora plantea que “para la mayoría de los jóvenes, los medios de comunicación e Internet son el lugar desde el cual dan sentido a su identidad” (Morduchowicz, 2012, p. 23). El proceso de construcción de la identidad digital

que ellos llevan a cabo, implica la creación de una imagen, percepción y personalidad de uno mismo en el mundo digital, y esta puede ser influenciada por las diferentes interacciones y experiencias que los usuarios transitan esta red social.

Previamente se ha hecho referencia al concepto de personalidad que define Sibilia como “algo que se ve: una subjetividad visible” y además, ella explica que esta personalidad está “alter dirigida”, es decir, orientada hacia los demás, es creada para otro. (Sibilia, 2008, p. 266). Y, sobre este mismo concepto, Pierre Levy explica “¿Qué decir entonces de la producción de mensajes o de relaciones? He aquí el núcleo de la moral: viviente, actuante, pensante, tejemos incluso la personalidad de la vida de los demás.” (Levy, 1999). Esto es uno de los principales puntos a tener en cuenta, cómo los jóvenes se muestran en Instagram, creando sus posteos, historias, *reels*, condicionados por la mirada del otro. E incluso, algunas veces (y no en todos los casos) ellos intentan alcanzar lo que Van Dijck (2016) define como el “principio de popularidad: cuantos más contactos tenga y establezca un individuo, más valioso resultará, porque entonces más personas lo considerarán popular y desearán trazar contacto con él”, y esta búsqueda de popularidad está directamente relacionada con la personalidad ‘alter dirigida’ de la que Sibilia nos habla (p. 18).

Asimismo, es esta personalidad justamente la que se busca investigar en Instagram, entendiendo que cada perfil que se analice, de alguna manera, puede que este alter dirigido al resto de la red social, al resto de su comunidad. Esto ocurre porque en Internet las redes sociales se utilizan con una frecuencia y una intensidad asombrosa para que cada usuario cree su propia obra, su propio perfil configurado de determinada manera, su propia subjetividad, diferente de la del otro. Este es precisamente un aspecto fundamental en la definición de la identidad que reconoce Morduchowicz (2012) y define como “aquel aspecto que vincula la identidad con la diferencia” (p. 20). En la construcción de la identidad, al mismo tiempo que

se conforma un nosotros, toma forma un otros, con atributos y cualidades que hacen a esos otros sean distintos a nosotros (p. 20).

Así, según ambas autoras, el concepto de identidad asume una doble significación: por un lado, proviene del término “ídem” que significa igual, idéntico, y que permite compartir miradas similares; por el otro, la identidad indica también diferencia, porque al ser única nos distingue de la identidad de los otros, destacando la individualidad y las diferencias únicas de cada persona. Entonces, existe así una dualidad de la identidad en términos de similitud y diferencia. En Instagram, esta dualidad se manifiesta en la manera que los usuarios buscan pertenecer a comunidades específicas mientras destacan sus características únicas. Este equilibrio entre conformidad y diferenciación es crucial para entender cómo los jóvenes construyen sus identidades digitales. Asimismo, esto debe ser “exteriorizante de una subjetividad basada en el exclusivo valor de las apariencias...” (Sibilia, 2008, p.292).

Según esta investigación, es en Instagram donde los jóvenes dan sentido a su identidad. Es un espacio que, según su propia percepción, les pertenece a ellos, habla de ellos y les habla a ellos. Los jóvenes cuyas identidades en esta plataforma están atravesadas por el texto escrito, la imagen y la cultura digital, viven una experiencia cultural propia que supone nuevas maneras de percibir, sentir, escuchar, mostrarse ante un otro.

5.2 Redes sociales e identidad

Las redes sociales forman parte de los medios de comunicación social, que son entornos virtuales que permiten la interacción social de sus usuarios y constituyen servicios *online* que permiten a los usuarios construir un perfil; crear una lista de contactos, seguidores o amigos; inspeccionar los vínculos establecidos por ellos mismos y por otros usuarios; y comunicarse principalmente con cualquier persona que también se encuentre en la red social.

Dentro del conjunto de redes sociales, Instagram es la protagonista de mi estudio. Se trata de una plataforma que permite a las personas capturar, compartir y editar imágenes en un perfil (personal o no), tener seguidores y seguir a otros usuarios e interactuar con ellos a través de comentarios, posts y “me gusta”. Puede traducirse al español como “imágenes y videos (-gram) al instante (insta-”, o bien, como lo define uno de sus cofundadores, Kevin Systrom (2012), “una comunidad de más de 1 billón de usuarios que capturan y comparten los momentos del mundo en ella. Instagram se ha convertido en el hogar de las prácticas multimodales. El término multimodalidad parte de la idea de que toda comunicación se fundamenta en la multiplicidad de recursos semióticos (lengua, imagen, sonido, tipografía, etc.) y “no privilegia a priori un modo de significación sobre otro, aunque la práctica en sí misma pueda, por supuesto, poner en primer plano uno en particular” (Pérez, M y Cassany, D, 2018, p. 79).

Así, las redes sociales posibilitan tanto consolidar relaciones ya establecidas en el mundo *offline* como construir nuevos vínculos *online*. En su artículo “Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet” Escobar y Román, señalan que estas “son, junto a los *blogs* y las páginas de contactos *online*, «portales de identidad»” (2011, p. 18). Y este trabajo se centra justamente en estos portales de identidad, esto es, los perfiles de cada usuario.

Es en las redes sociales donde ellos se preguntan quiénes son, qué piensan de sí mismos, cómo se ven y, muy especialmente, cómo los ven los demás. A esto se le suma el hecho de que ellos comparten contenidos con audiencias que no conocen, por lo que interactúan con un público más amplio. Por consiguiente, “esto les permite confrontar su propia visión con una mayor diversidad de ideas, que no solo incluyen las de sus amigos y conocidos” (Morduchowicz, 2021, p. 35). Ahora los nuevos espacios confesionales de Internet, se

utilizan con una frecuencia y una intensidad asombrosa, para crear las obras más preciosas de sus usuarios, es decir, sus personalidades alter dirigidas” (Sibilia, 2008, p. 268); por lo tanto, cada persona siempre buscará mostrar lo que considere la mejor versión de sí mismo.

Escuchan, ven y leen opiniones diversas, y descubren y valoran la multiplicidad de miradas que existen para un mismo tema.

Así, acaban teniendo múltiples identidades, a veces con falseamiento, ocultación y alteración de datos personales, para gustar y agradar al otro porque, como establece Sibilia (2008, p. 268): “Es, antes que nada, una subjetividad que desea ser amada, que busca desesperadamente la aprobación ajena, y para lograrlo intenta tejer contactos y relaciones íntimas con los demás”. Es también así como, a su vez, uno consume el contenido de otros usuarios, y como lo expresa Sibilia “es el ansia por consumir chispazos de intimidad ajena” (Sibilia, 2008, p. 221).

El contacto permanente con los demás usuarios hace que sea considerado un lugar donde la presencia y la mirada del otro sea consistente. Por eso, las acciones que se toman en línea siempre están dirigidas hacia un otro, que ve e interactúa con todo aquello que ponemos a su disposición. Son los “otros” los que adquieren una importancia a la hora de mostrarnos al mundo. Y a su vez, es imprescindible que existan estos otros en las redes, ya que sin ellos todo lo que se publica sería un mensaje a la nada y sin propósito, los otros se representan como contactos, como amigos virtuales que tienen un sujeto en su perfil. De este modo, tener muchos amigos en las plataformas es muy común y basta con enviar y/o aceptar una solicitud para ser “amigos” y pasar a formar parte de nuestra vida cotidiana virtual. Es por eso que la identidad en Internet, adopta un papel estratégico al tener en cuenta la percepción ajena. “La red se presenta así como un poder, entre los cuales brindan autonomía en tres dimensiones: decisión de visibilidad, de navegación infinita y en la producción y manipulación de

contenidos para la web” (Morduchowicz, 2012, p. 37). Además, lo que vale para las personas, también se aplica a las ideas o cosas de las que se puede “gustar” o con las que se puede estar de o no de acuerdo. Van Dijck (2016) define a la gustabilidad “no como una virtud atribuida de manera consciente a una cosa o idea por una persona, sino como el resultado de un cálculo algorítmico derivado de la cantidad de clics instantáneos en el botón ‘me gusta’” (p. 19). Sin embargo, este botón no supone ningún tipo de evaluación cualitativa; la cuantificación *online* acumula celebración de manera indiscriminada y, por ende, también desaprobación y rechazo. “La elección del botón “me gusta” delata una predilección ideológica” (Van Dijck, 2016, p. 19) ya que favorece evaluaciones instantáneas, emocionales y positivas. De esta forma, la popularidad convertida en un concepto codificado se vuelve tanto cuantificable, como manipulable: fomentar los índices de popularidad es parte fundamental del mecanismo que conllevan los botones “me gusta”, “seguir”, “compartir”. Aquellas personas que tienen muchos amigos o seguidores comienzan a ser consideradas “influyentes” o “influencers”, y su reputación social aumenta a medida que reciben más clics.

A su vez, en este interjuego constante de observar y ser observado juega un papel importante en el rol del sujeto, ya que incluso cuando estamos desde el punto de consumidor no solo apreciamos aquello que nos gusta, sino que le damos acogida a dichas publicaciones e incluso las compartimos si sabemos que otro la va a aceptar de la misma forma, convirtiéndonos así en algo más que solo consumidores. En ese punto, ya somos observados y para ello las plataformas nos permiten crear una realidad alterna a nosotros mismos, nos dejan crear una imagen a partir de lo que al otro de las redes sociales le gusta ver, por eso editamos lo que queremos mostrar y lo adaptamos a las exigencias de los consumidores de contenido, que serían otros usuarios, lo subimos y finalmente esperamos la recepción debida.

5.3 Instagram como plataforma de construcción de identidades

Para comenzar, he optado por retomar a Nick Srnicek, quien define a las plataformas como “infraestructuras digitales que permiten que dos o más grupos interactúen” (2018, p. 45). De esta manera, las plataformas se posicionan como intermediarias que reúnen a diferentes usuarios y, además, casi siempre interactúan con una serie de herramientas que permiten a los usuarios construir sus propios productos, servicios y espacios de transacciones. Las plataformas son, como resultado, mucho más que empresas de Internet o de tecnología, dado que pueden operar en cualquier ámbito, donde sea que tenga lugar la interacción digital. “Estas además, producen y dependen de ‘efectos de red’: mientras más numerosos sean los usuarios que hacen uso de una plataforma, más valiosa se vuelve la misma” (Srnicek, 2018, p. 47). Asimismo, al hablar de plataformas, no podemos dejar de lado a Van Dijck quien las define como “objetos dinámicos que van transformándose en respuesta a las necesidades de los usuarios y los objetivos de sus propietarios, pero también por reacción a las demás plataformas con las que compiten y en general a la infraestructura económica y tecnológica en que se desarrollan.” (2016, p. 14).

Por su parte, Srnicek explica que “ellas generan un ciclo mediante el cual los usuarios, generan más usuarios, lo que lleva a que las plataformas tengan una tendencia natural a la monopolización” (2018, p.52). Además, estas proporcionan la infraestructura necesaria para intermediar entre diferentes grupos de usuarios y tienen una arquitectura central establecida que controla las posibilidades de interacción.

Tampoco se puede dejar de lado un aspecto fundamental de las redes sociales, y es el consumo que hacen los usuarios en las mismas, en el caso de mi estudio, en Instagram. Van Dijck explica que “más que ningún otro, el contenido cultural –ya sea texto, música o videos– produce opiniones acerca de aquello que a la gente le gusta o disgusta, lo que desea o desprecia, lo que le interesa y lo que no. Y si bien los gustos y los deseos en común pueden

desplegarse para afianzar vínculos y descubrir afinidades de grupo, también brindan valiosa información acerca de tendencias sociales y preferencias de consumo” (2016, p. 38). Por lo que la identidad de las personas no solo va a estar delimitada por lo que muestran o su forma de actuar; sino también por lo que consuman, permitiendo visualizar sus preferencias, intereses, gustos y lo que no les gusta.

En los siguientes párrafos explicaré el motivo por el cual elegí Instagram como plataforma principal para mi estudio.

Instagram es una red social visual y de fácil uso, cuyo objetivo fundamental es promover la construcción de una plataforma que anima a sus usuarios a compartir contenido visual atractivo y tiene tendencias de corta vida debido al rápido cambio de gustos del público. En Instagram, los usuarios construyen y expresan su “yo”, publicando características de sí mismos y compartiendo su actividad en línea. Por ende, las redes sociales, están diseñadas para crear y mantener vínculos con otros, fomentando la sociabilidad y convirtiéndose en espacios privilegiados para la autorrepresentación y la construcción de la personalidad digital. En este punto, resulta apropiado retomar una frase que Javier Serrano-Puche (2012) escribe en su libro “La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman” que expresa que “en definitiva, las redes sociales se convierten en una nueva suerte de ágora en la que se reinventa la actividad social más natural: la relacional” (2012, p. 2).

La identidad social y, en este caso, la identidad digital en Instagram nace de la perspectiva de la interacción con el otro, asumiendo cada uno su rol. El concepto que el individuo tiene de sí mismo, y que construye y maneja en función del contexto en que se presenta ante los demás, surge de la interacción social en las situaciones de la vida diaria. Por tanto, y retomando a

Serrano-Puche (2012, p. 3), “la interacción no es solo, un «descubrimiento del otro», una comunicación con otro distinto de uno mismo, sino también un proceso en el que el sujeto adquiere capacidad reflexiva para verse a sí mismo y para dar sentido a la realidad social que le rodea”.

El individuo, al presentarse a sí mismo en las redes sociales, está llevando a cabo una “definición de la situación”, optando por una máscara que se ajuste al contexto de la interacción y a las impresiones que quiere causar en los demás. Por lo que, como explica Castells (2012), se entiende que las personas evolucionan juntas en permanente y múltiple interacción.

Serrano-Puche, en su obra, analiza los elementos clave en el modelo de interacción social que plantea Erving Gogman, de los cuales me interesa analizar “la presentación del «yo» en las redes sociales digitales” (2012, p. 4). El autor menciona que “la acción humana es una constante representación escénica por parte del actor individual”. Para relacionar esto con el tema de estudio, el actor individual sería el usuario que se busca investigar, quien se auto representa constantemente ante una audiencia de seguidores que pueden reaccionar a su contenido. Por consiguiente, completar de un modo u otro esta información es una forma clara de expresión controlada por el usuario: será él quien decida qué datos proporciona al resto de los usuarios. Para Serrano-Puche (2012) según el tipo de red social, será un campo de información más o menos rico en el que el actuante se presente ante su audiencia (p. 6). A esto se añade la intencionalidad de Instagram, que se caracteriza por buscar la belleza y la perfección en sus imágenes, a diferencia de otras redes sociales, como por ejemplo, Tik Tok que se enfoca en el humor.

Desde este punto de vista, en las redes sociales, de igual manera que en el entorno presencial, la comunicación se vuelve un “manejo de las impresiones” (Vazire y Gosling, 2004). En la proyección de sí mismo que ofrece el individuo con frecuencia hay una tensión latente entre la imagen real y una imagen idealizada del yo (Serrano-Puche, 2012, p. 4). Esta proyección de sí mismo es un proceso controlado, donde cada persona decide qué datos proporcionar al resto de los usuarios, configurando así un campo de información más o menos rico según el tipo de red social.

Otro autor que es apropiado citar para agregar una breve definición de las redes sociales es Manuel Castells, que en su obra “El impacto de Internet en la sociedad: una perspectiva global” (2016) presenta múltiples definiciones del concepto de redes sociales. Partiendo de la base de que “las redes sociales las construyen sus propios usuarios a partir de criterios específicos de grupo” (Castells, 2016, p. 17), se entiende que las personas son quienes las configuran, mediante la aplicación de determinados criterios a su perfil y la toma de decisiones sobre qué aspectos de su vida mostrarán y a quienes, ya que pueden configurar su perfil tanto público como privado. Castells sostiene que “estamos ante una sociedad autoconstruida mediante la conexión en red con otras redes” (2016, p. 17). Se trata de una interconexión entre lo virtual y lo real que hace que las identidades digitales tengan un impacto significativo en la identidad personal y social de los individuos. Los jóvenes, al interactuar en Instagram, no solo participan en una red virtual, sino que también refuerzan y construyen sus relaciones sociales reales; crean redes *online* para estar con otros y se encuentran en una conectividad permanente.

En las redes sociales “las personas evolucionan juntas en permanente y múltiple interacción” (Castells, 2016, p. 18). Sin embargo, se trata más bien de una virtualidad real, ya que

prácticas sociales, como compartir, vincularnos o vivir en sociedad se ven facilitadas por la virtualidad y en Instagram es donde más predominan, con una gran cantidad de usuarios.

La construcción de identidades digitales en esta plataforma por parte de los jóvenes se fundamenta en una compleja interacción de factores sociales, psicológicos y tecnológicos. Las redes sociales no solo reflejan las identidades preexistentes de los usuarios, sino que también actúan como plataformas para la experimentación y la redefinición del yo. En palabras de Sibilia: “la intimidad deriva en ‘extimidad’ por medio de la exposición permanente de un “yo” que busca en la mirada de los otros la confirmación de la propia existencia” (Sibilia, 2008, p. 297).

6. Metodología

6.1 Unidad de análisis y triangulación metodológica

Tomando en consideración el objetivo de este trabajo: examinar y comprender cómo los jóvenes construyen sus identidades digitales en la plataforma de Instagram, para lograr una comprensión profunda, se ha optado por emplear una triangulación metodológica. La triangulación metodológica se refiere a la utilización de múltiples métodos de investigación para estudiar un mismo fenómeno. En este caso, se combinan enfoques cualitativos y cuantitativos, así como diversas técnicas de recolección de datos, para obtener una visión más completa de las prácticas y los comportamientos de los jóvenes en Instagram.

Se sostiene que al utilizar múltiples enfoques, es posible contrastar y corroborar la información obtenida, lo que aumenta la fiabilidad y validez de los hallazgos y permite una comprensión más rica y detallada.

La elección de esta metodología se fundamenta en la complejidad y multidimensionalidad de la construcción de la identidad digital. Instagram, como plataforma multimodal y altamente visual, ofrece un entorno rico y variado para la autoexpresión y la interacción social. Los jóvenes utilizan esta red social no solo para comunicarse, compartir momentos de su vida y ser observadores de la vida de los demás, sino también para construir y proyectar su identidad. Este proceso involucra una combinación de texto, imágenes, videos y patrones de interacción que requieren un análisis detallado desde múltiples perspectivas.

6.1.1 Técnicas de recopilación de datos

Por un lado, el enfoque cualitativo va a permitir identificar patrones de comportamiento, uso de recursos multimodales y estrategias de autorrepresentación. En relación con esto, se

llevará a cabo un análisis de contenido que permita examinar y clasificar el contenido de las publicaciones de los perfiles que se analizan. Se examinarán los temas emergentes y patrones de comunicación para entender cómo los jóvenes construyen y proyectan su identidad digital. Esto incluye analizar cómo utilizan el lenguaje, las imágenes y otros recursos multimodales para expresarse y conectarse con otros. Se analizarán las descripciones de su bibliografía, en las fotos, las historias y los comentarios que se puedan identificar, para discernir patrones de comunicación, el tipo de contenido que comparten y cómo se expresan en sus publicaciones e historias.

Además del contenido textual, se prestará atención a las imágenes compartidas por los perfiles que se analizan, observando más detalladamente su estilo y si emplean filtros y efectos. Se investigará qué estilos fotográficos prefieren, tales como vintage, minimalista, artístico, entre otros, y qué tipos de imágenes publican, ya sean selfis, fotos de comidas, paisajes o con amigos. Este análisis del contenido visual permitirá entender cómo reflejan su identidad digital, intereses, modo de pensar y estilo de vida.

Con el objetivo de observar la interacción de los usuarios seleccionados para este trabajo, se llevará a cabo una observación participante; esto implica seguir sus perfiles y observar sus interacciones, identificando qué tipo de comentarios realizan o si repostean contenido. La investigación estará centrada también en identificar categorías y temas recurrentes en las publicaciones y los comentarios, lo que puede incluir temas como la autoimagen, relaciones sociales, intereses y pasatiempos, y emociones expresadas. Esta observación permitirá aprender sobre sus prácticas y dinámicas de interacción en la plataforma.

En cuanto al enfoque cuantitativo, en primer lugar se realizará una encuesta en línea que permitirá reunir datos de una muestra representativa de jóvenes. El formulario estructurado

incluirá preguntas cerradas para obtener información sobre diversos aspectos de su comportamiento en Instagram, como la frecuencia de uso, el tipo de contenido que publican y su interacción con la plataforma. También se investigará si prefieren mantener sus cuentas privadas o públicas y los motivos por los que toman estas decisiones.

En segundo lugar, se realizará un análisis estadístico de datos de perfiles, para lo cual se reunirá información cuantitativa sobre el número de seguidores, las publicaciones, la frecuencia de publicación y el *engagement* de cada usuario (cantidad de “me gusta”, comentarios y compartidos). Este análisis permitirá comparar diferentes perfiles y observar variaciones en la popularidad y la interacción de los usuarios.

Una parte esencial de la metodología será el análisis de redes sociales, que dará lugar a la comprensión de cómo se forman y evolucionan las conexiones entre los jóvenes en Instagram. También, se examinarán redes de amigos, seguidores y seguidos para identificar patrones de sociabilidad y comunidades emergentes dentro de la plataforma.

6.1.2 Análisis de contenido

Por otro lado, se encuentra la recopilación de datos, que es una etapa crucial en el estudio, ya que proporciona la base empírica necesaria para el análisis y la interpretación. Es fundamental detallar las técnicas específicas que emplearé para la recopilación de datos tanto cualitativos como cuantitativos.

Se realizará un análisis comparativo, que permitirá contrastar las diferencias y similitudes entre los distintos perfiles que se analizan. Esto incluye comparar cómo varían las prácticas de publicación y las interacciones.

Finalmente, se realizará la interpretación y contextualización de los datos clasificados para respaldar los hallazgos. En esta etapa se relacionan los patrones identificados con conceptos relevantes en el campo de la comunicación digital. La contextualización también considera factores externos que pueden influir en el comportamiento de los usuarios, como tendencias culturales y avances tecnológicos.

En resumen, la combinación de métodos cualitativos y cuantitativos, junto con técnicas de recopilación de datos como la observación participante, el análisis de contenido y las encuestas en línea, permitirá desarrollar una comprensión integral del comportamiento de los jóvenes en Instagram y cómo construyen sus identidades digitales. Este enfoque metodológico asegura la validez y profundidad de este estudio, proporcionando una base sólida para interpretar y contextualizar los hallazgos dentro del campo de la comunicación digital y las redes sociales.

6.2 Descripción y análisis de la unidad de análisis

En esta etapa, se describirán y analizarán las cuentas de Instagram seleccionadas como unidad de análisis en el estudio. La investigación se divide en varias sub categorías, detalladas a continuación. Estas van a proporcionar una visión integral y detallada de los perfiles de los jóvenes en esta plataforma.

6.2.1 Perfil y características de las cuentas de Instagram analizadas

Los aspectos clave que se considerarán en este análisis incluyen la demografía, el tipo de cuenta, el número de seguidores y la privacidad. En cuanto a la demografía, se tomará en consideración la edad, el género y la ubicación geográfica de los usuarios, las cuentas seleccionadas pertenecen a jóvenes de entre 21 y 24 años, un rango de edad crítico para el

estudio de la identidad digital. También, se analizará la popularidad de las cuentas en términos de seguidores. Además, es esencial determinar si las cuentas son públicas o privadas, y cómo esta elección afecta la interacción y el contenido compartido. Las cuentas privadas pueden reflejar una mayor preocupación por la privacidad y control sobre quién accede al contenido.

La búsqueda y selección de los participantes se llevó a cabo en mayo de 2024 en la ciudad de Rosario entre estudiantes egresados en el año 2018 del colegio Stella Maris, que fueran activos en esta plataforma, la utilizaran con frecuencia, tengan una cuenta en Instagram pública, con más de 4 publicaciones en el mismo año y tengan historias destacadas con contenido actualizado. Se tomaron como muestra tres perfiles, que eran los más representativos de todos los identificados y que comparten una historia común, fueron egresados del mismo colegio, en el mismo año y viven en el mismo barrio. A continuación, se mencionan los estudiantes seleccionados con sus características:

Mariana Castellani: 22 años, estudiante avanzada de abogacía y profesora en una academia de comedias musicales. El perfil de Mariana es público cuenta con 8603 seguidores, 51 publicaciones y sigue a 2123 personas.

Figura n.º 1 - Elaboración propia: perfil de Mariana



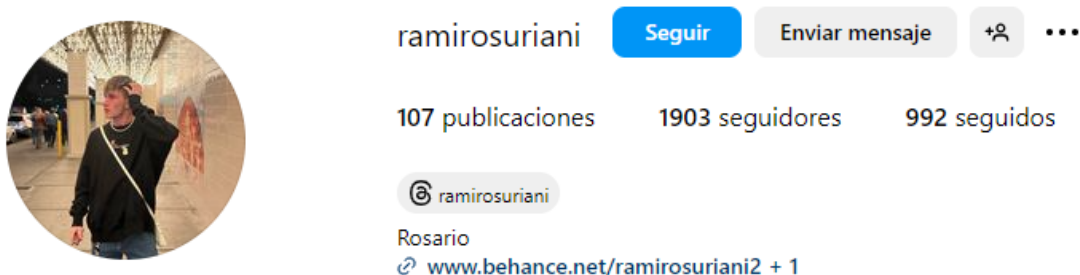
María Ángeles Denessini: 23 años, licenciada en diseño de interiores, actualmente trabaja para un estudio de diseño con oficina central en el exterior. María Ángeles también tiene configurado su perfil como público, con un total de 30 publicaciones, 2213 seguidores y sigue a 1279 usuarios.

Figura n.º 2 - Elaboración propia: perfil de María Ángeles



Ramiro Suriani: 24 años. Exactamente como los otros dos perfiles seleccionados, Ramiro tiene un perfil público, con 107 publicaciones, 1903 seguidores y se encuentra siguiendosigue a 992 personas.

Figura n.º 3 - Elaboración propia: perfil de Ramiro



6.2.2 Análisis cualitativo de modalidades

En el análisis cualitativo, este estudio se centrará en explorar las diferentes modalidades de comunicación y presentación que utilizan los usuarios seleccionados. Se busca evaluar la naturaleza de las imágenes y los videos compartidos, y de qué manera está construida esta naturaleza; los tipos de imágenes predominantes (selfis, fotos de grupo, paisajes) y el grado de espontaneidad que tiene, así como los temas recurrentes (vida cotidiana, eventos especiales, hobbies). Esto permitirá identificar patrones visuales que definen la identidad de cada usuario. A su vez, se considera trascendental evaluar si usan filtros y editan las imágenes, es decir, si prefieren un estilo natural o retocado; o si utilizan filtros específicos para mantener una estética coherente en su perfil e identificar patrones visuales que definen la estética de cada cuenta. Y por último, se evaluarán las descripciones, capturas y comentarios.

6.2.3 Análisis cuantitativo de tendencias

El análisis cuantitativo complementará el enfoque cualitativo proporcionando datos concretos sobre las tendencias observadas en las cuentas de Instagram analizadas. Mediante el uso de herramientas de análisis de datos, se recopilaban y evaluaban estadísticas relacionadas con el comportamiento de los usuarios. Se medirá la cantidad de publicaciones en un período

determinado (diario, semanal, mensual) y cómo varía esta frecuencia entre los diferentes perfiles. Esto permitirá entender los patrones de actividad en la plataforma. Se analizará la cantidad de "me gusta", comentarios y compartidos que reciben las publicaciones.

6.2.4 Frecuencia de uso de funciones y elementos específicos de Instagram

Finalmente, se examinará cómo los jóvenes utilizan diversas funciones y elementos específicos de Instagram, como historias, carruseles, *reels*, reposteos y otras herramientas disponibles en la plataforma. Con este análisis, podré entender el impacto de estas características en la autoexpresión y la interacción social. Las historias ofrecen una visión más inmediata y menos permanente de la vida del usuario, lo que interesa es analizar qué temática suelen mostrar en sus historias, esto es si son momentos cotidianos, eventos especiales, retratos, o si repostean historias o no, entre otras cosas.

6.3 Análisis de elementos visuales

El análisis de elementos visuales es una parte importante de este estudio, ya que Instagram es una plataforma eminentemente visual. Este análisis permitirá comprender cómo los jóvenes utilizan las imágenes para construir y proyectar su identidad digital. Se divide en dos temáticas principales: autopercepción a través de fotos de perfil y análisis de elementos visuales en publicaciones.

6.3.1 Autopercepción a través de fotos de perfil

Se comenzará con la autopercepción a través de fotos de perfil. La foto de perfil en Instagram es una de las primeras impresiones que un usuario deja en los demás. Esta imagen pequeña y aparentemente simple puede contener una gran cantidad de información sobre cómo una

persona se percibe a sí misma y cómo quiere ser percibida por los demás. En esta sección, se examinará el modo en que los jóvenes eligen y utilizan sus fotos de perfil para expresar su identidad y autopercepción.

Para esta investigación, se interpreta que la elección de una foto de perfil no es al azar. Los jóvenes seleccionan cuidadosamente una imagen que transmite el mensaje que desean enviar a su audiencia. Además, se analizarán los siguientes aspectos de la imagen: el contenido, el fondo y el uso de filtros y edición. Este último aspecto puede pensarse como un indicador del deseo de búsqueda de ciertos estándares de belleza.

6.3.2 Análisis de elementos visuales en publicaciones

En el análisis de elementos visuales en publicaciones, además de las fotos de perfil, figura el contenido visual compartido en las publicaciones, el cual proporciona una ventana rica y compleja a la identidad digital de los jóvenes. Este análisis se centrará en varios aspectos clave del contenido visual, esto es, la temática de las imágenes:

- Selfis y retratos personales: autorretratos que reflejan la autoimagen y cómo desean ser vistos por los demás.
- Fotos con amigos y familia: imágenes que destacan relaciones interpersonales.
- Actividades y hobbies: fotos que muestran pasatiempos, deportes, viajes y las actividades que ellos disfruten.
- Imágenes artísticas y creativas: contenido que refleja intereses estéticos y artísticos, incluidas fotografías, dibujos y diseño.

Así como también se analizarán el estilo y la estética tomando un carrusel de cada usuario, ya que considero que estos pueden variar ampliamente y son indicativos de la identidad y las preferencias personales que los usuarios deciden mostrar.

Otro rasgo a tener en cuenta es la frecuencia de publicación, que conlleva a examinar si existe una regularidad o uso esporádico en sus publicaciones.

A esto se deben agregar las interacciones recibidas, como el número de "me gusta" y comentarios que tiene la publicación. Ahora bien, interesa saber qué tipo de imágenes generan más interacción y por qué, como también si los usuarios ocultan o no el recuento de "me gusta".

6.4 Organización de perfiles

Instagram, hoy puede entenderse como un espacio donde la organización de perfiles refleja una cuidadosa curaduría de la propia imagen y personalidad. Este capítulo se enfocará en la organización de perfiles y analizará dos componentes esenciales: la biografía y las historias destacadas.

6.4.1 Análisis de la biografía

La biografía de Instagram es una sección breve pero significativa que permite a los usuarios presentarse al mundo en apenas unas pocas líneas. Este espacio es utilizado para comunicar información esencial sobre la identidad, los intereses y los valores del usuario. A través de la biografía, los jóvenes pueden resaltar aspectos clave de su personalidad, como citas inspiradoras, emojis que reflejan sus intereses, y enlaces a otros perfiles o proyectos.

6.4.2 Análisis de historias destacadas

Las historias destacadas son una extensión del contenido efímero de Instagram que permite a los usuarios preservar y organizar sus historias más importantes. Este elemento ofrece una ventana más detallada y, si se quiere, espontánea de la vida cotidiana, intereses y actividades de los usuarios. Las historias destacadas permiten categorizar momentos significativos y

presentar una narrativa visual continua que puede abarcar desde viajes y eventos importantes hasta hobbies y momentos personales. En esta sección, el presente trabajo se centrará en investigar cómo los jóvenes seleccionan y organizan sus historias destacadas, qué temáticas y tipos de contenido prefieren, y cómo estas decisiones contribuyen a una representación más completa y duradera de su identidad digital. Asimismo, se evaluará la estética y coherencia visual de las historias destacadas y su rol en la construcción de una imagen pública atractiva y coherente.

Al desglosar y analizar detalladamente la biografía y las historias destacadas, se proporcionará una comprensión profunda de las estrategias utilizadas por los jóvenes para gestionar su identidad en Instagram. A través de este análisis, se revelarán las dinámicas de autopresentación y las tácticas empleadas para mantener una presencia digital relevante y atractiva. Con esto, buscamos no solo describir estos fenómenos, sino también entender las motivaciones subyacentes y los impactos sociales de estas prácticas en la esfera digital.

7. Relación con otros usuarios

En el dinámico mundo de Instagram, las relaciones entre usuarios se tejen a través de un intrincado entramado de interacciones digitales. Este capítulo se adentra en el análisis de cómo estas interacciones no solo moldean la experiencia individual en la plataforma, sino también cómo reflejan y afectan la identidad digital de los jóvenes. Al explorar la relación con otros usuarios, se revela una dimensión esencial del comportamiento social en redes: la necesidad de conexión, validación y expresión.

Instagram, a diferencia de otras plataformas, se destaca por su enfoque visual y su capacidad para fomentar un sentido de comunidad a través de interacciones directas y simbólicas. Desde el "me gusta" hasta el comentario, pasando por el reposteo de historias, cada acción contribuye a la construcción de un tejido social virtual que impacta tanto en la percepción pública como en la autoimagen de los usuarios.

7.1 Interacciones sociales en Instagram

Instagram, como plataforma social centrada en la imagen, ofrece múltiples vías para que los usuarios interactúen y construyan relaciones. La interacción social en Instagram no solo es una manifestación de la necesidad humana de conexión, sino que también es una herramienta fundamental para la autoexpresión y la validación. Se profundizará en cómo los jóvenes utilizan las diferentes formas de interacción social disponibles en Instagram para establecer y mantener conexiones, y cómo estas interacciones varían según el tipo de relación.

En primer lugar, tomarán protagonismo los comentarios, que son una de las formas más directas de interacción y son aquellos que permiten una comunicación bidireccional entre los usuarios. A través de los comentarios, los usuarios pueden expresar opiniones; hacer preguntas; mostrar apoyo, mostrar que algo gusta o no gusta, recibir comentarios sobre sus

publicaciones; iniciar conversaciones y profundizar en temas de interés común. En el contexto de las relaciones entre jóvenes, los comentarios pueden ser especialmente significativos, mostrando que aquellos comentarios positivos, como halagos, pueden fortalecer las relaciones y fomentar un sentido de apoyo. Por otro lado, los comentarios negativos o críticos pueden afectar negativamente la autoestima y la percepción de autenticidad. Sin embargo, se puede observar que en general los jóvenes no utilizan estos comentarios negativos en sus cuentas personales. Generalmente, predominan en las cuentas empresariales, de marcas o influencers.

A su vez, los comentarios facilitan la creación de una comunidad digital al permitir a los usuarios interactuar de manera más personal y directa. Responder a comentarios que se dejan en las publicaciones, demuestra interés y reciprocidad, fortaleciendo las relaciones y creando un sentido de pertenencia.

Y finalmente, pero no menor, la manera en que los jóvenes responden a los comentarios es indicativa de su estrategia de gestión de la identidad. Respuestas detalladas y personalizadas pueden mostrar autenticidad y compromiso, mientras que respuestas breves o la falta de ellas pueden ser percibidas como falta de tiempo o desinterés.

7.2 Reposteo de historias

El reposteo de historias en Instagram es una práctica que permite a los usuarios compartir las historias de otros en su propio perfil, creando una dinámica de interacción y reciprocidad que fortalece las relaciones y amplifica la visibilidad del contenido. En este punto, interesa explorar las motivaciones detrás del reposteo de historias, las estrategias utilizadas y el impacto que tiene en la construcción de identidad y comunidad digital.

El reposteo de historias puede servir múltiples propósitos para los jóvenes en Instagram. En primer lugar, al repostear la historia de un amigo o conocido, los usuarios pueden mostrar reconocimiento y validación, fortaleciendo las relaciones personales. En segundo lugar, puede ayudar a los usuarios a llegar a una audiencia más amplia. Al compartir contenido de otros, se puede aumentar la visibilidad de ese contenido y atraer nuevos seguidores. En tercer lugar, puede servir como una herramienta para iniciar o fortalecer conexiones, estableciendo un sentido de comunidad. Y por último, al elegir qué historias repostear, los usuarios están haciendo una declaración sobre sus intereses, valores y aspiraciones. Esta selección cuidadosa puede ayudar a construir una identidad digital coherente y atractiva.

Por consiguiente, la manera en que los jóvenes seleccionan y comparten historias a través del reposteo refleja una serie de estrategias conscientes y subconscientes. Los usuarios tienden a repostear historias que resuenan con sus propias experiencias e intereses. Esto puede incluir eventos compartidos, logros de amigos, o contenido que ellos consideren apropiado para mostrar en su perfil, sin ser ellos mismos los creadores de este. Asimismo, la frecuencia y el momento del reposteo también son factores importantes. Algunos usuarios pueden repostear con frecuencia para mantener una presencia constante en la plataforma, mientras que otros pueden ser más selectivos y elegir solo los momentos más significativos para compartir, o inclusive el contenido en el que ellos consideren verse bien para mostrar. Por su parte, al repostear una historia, los usuarios tienen la posibilidad de añadir comentarios, emojis o etiquetas adicionales. Estos elementos pueden personalizar la historia y agregar contexto, aumentando la interacción del reposteo. Finalmente, mantener una coherencia visual en el contenido repostado puede ser fundamental para algunas personas. Esto puede incluir la selección de historias con una estética similar o el uso de filtros y elementos gráficos que se alineen con el perfil del usuario.

El reposteo de historias no solo amplía la visibilidad del contenido, sino que también juega un papel clave en la construcción de la identidad digital de los jóvenes. Al seleccionar y compartir historias, los usuarios están creando una narrativa personal que refleja sus intereses, valores y relaciones.

Puede entenderse que repostear historias de amigos y conocidos tiende a fortalecer la sensación de comunidad y pertenencia. Este acto de compartir contenido mutuamente refuerza las conexiones sociales brindando cierto sentido de reconocimiento. De la misma manera, la selección de qué historias repostear puede ayudar a los usuarios a reforzar su identidad, ya que al elegir contenido que se alinea con sus intereses y valores, los usuarios pueden proyectar una imagen coherente y atractiva. Incluso repostear historias puede aumentar la visibilidad del usuario y atraer nuevos seguidores. Al compartir contenido de otros, los usuarios pueden llegar a audiencias nuevas y ampliar su red de conexiones.

8. Resultados

8.1 Análisis interpretativo de datos cualitativos

Finalmente, se abordará el análisis de los datos cualitativos mencionados en los capítulos anteriores, donde se mencionó el tipo de análisis y los factores que buscan tenerse en cuenta, mientras que en el presente capítulo este análisis se hará con sus respectivas consideraciones.

A los fines de este análisis, se interpretará cada caso y se identificarán patrones comunes en todos los sentidos, desde la foto de perfil, hasta la manera en que los usuarios seleccionados se relacionan con otros en sus cuentas de Instagram.

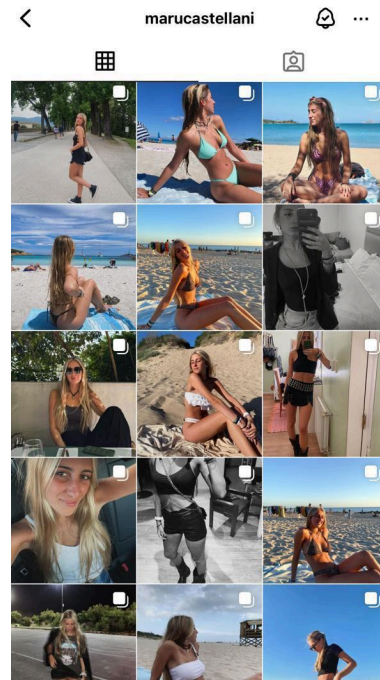
8.1.1 Análisis interpretativo y cualitativo de modalidades

En primer lugar, el *feed* de Mariana está compuesto casi en su totalidad por carruseles, en los cuales se ve como primera foto siempre alguna de ella, en la mayoría de los casos de cuerpo entero y, en menor cantidad selfis. Se logra distinguir que las fotos varían dentro de un mismo estilo: fotos en el espejo o muchas en la playa que fueron tomadas por otra persona con la intención de que parezcan ser espontáneas.

Se puede decir que algunos de los temas recurrentes que Mariana publica son moda y estilo personal, ya que en múltiples fotos destaca sus *outfits*, además de su vida social que se plasma en fotos en una playa o en eventos nocturnos. Y no se puede dejar de lado la espontaneidad calculada, puesto que aunque las fotos buscan parecer espontáneas, están cuidadosamente compuestas para transmitir una imagen de autenticidad y estilo.

Por último, si se tiene en cuenta la estética visual, se identifica una sólida preferencia por imágenes bien iluminadas y colores vivos, aunque ocasionalmente utiliza fotos en blanco y negro, tal vez para dar un toque de sofisticación.

Figura n.º 4 - Elaboración propia: *feed* de Mariana



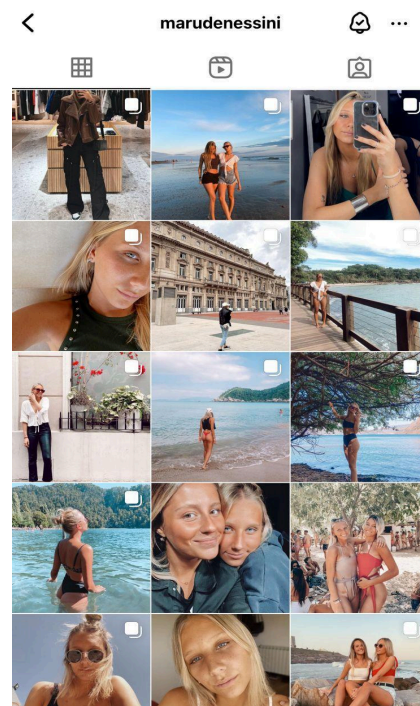
En cambio, María Ángeles Denessini, presenta una mayor variedad en cuanto al estilo de las imágenes seleccionadas que se verán en primera instancia en el *feed*. La gran mayoría son carruseles, pero ella incluyó más fotos con amigos que Mariana. Le da foco a las imágenes con colores vivos, ya sea en las selfis como en las de cuerpo entero. Al igual que Mariana, muchas de sus fotos parecen capturadas espontáneamente, especialmente aquellas con amigos, mientras que las selfis y algunas fotos de paisajes urbanos aparentan ser pensadas muy detenidamente.

Sin embargo, María Ángeles incluye numerosas fotos con amigos, lo que sugiere una vida social activa y la importancia que tienen para ella sus relaciones personales. Por otro lado, las

imágenes que muestran construcciones o edificios y espacios urbanos indican un interés en la estética y el diseño. Y a su vez, puede considerarse que la mezcla de fotos posadas y espontáneas crea una narrativa visual de una persona divertida y reflexiva.

Es importante destacar que hace hincapié en colores vivos y saturados, que añaden energía y dinamismo a su *feed* con una gran variedad en los ángulos y escenarios, desde selfis hasta fotos grupales y paisajes urbanos.

Figura n.º 5 - Elaboración propia: *feed* de María Ángeles

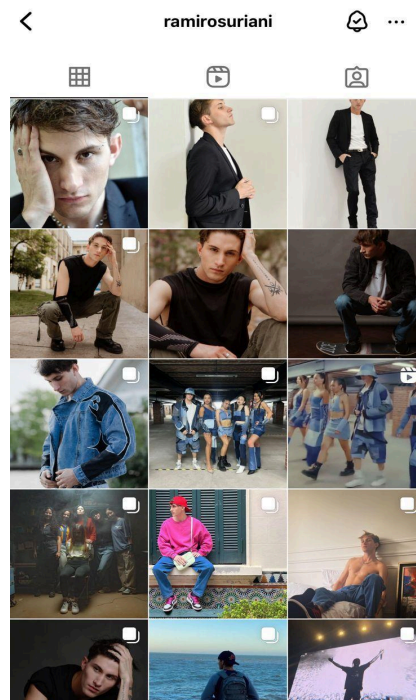


En el caso de Ramiro Suriani, se puede ver claramente la presencia de imágenes predominantes de la rama del modelaje, capturadas profesionalmente y en lugares elegidos de forma intencional, con poses que permiten visualizar que está modelando. Al igual que las fotos individuales, las pocas fotos grupales que se muestran en este perfil también son con un equipo de modelos, por lo que se puede interpretar que Ramiro utiliza su perfil como una

marca personal con la intención de mostrarse a sí mismo, pero también su trabajo como modelo con diferentes marcas de indumentaria. Además, la mayoría de las imágenes son en contextos profesionales, lo que refuerza su identidad como modelo.

Este *feed* deja ver el uso de colores neutros y a veces monocromáticos, y enfatiza el estilo y la elegancia con sus fotos bien compuestas y editadas profesionalmente; con un enfoque en la simetría, la estética profesional y la calidad visual.

Figura n.º 6 - Elaboración propia: *feed* de Ramiro



El análisis cualitativo de las modalidades utilizadas por Mariana Castellani, María Ángeles Denessini y Ramiro Suriani revela patrones distintos en la presentación de su identidad en Instagram. Mariana y María Ángeles, aunque comparten un interés en la moda y la vida social, lo expresan de manera diferente: Mariana con un enfoque más estilizado y calculado, y María Ángeles con una mezcla de espontaneidad pero al mismo tiempo, planificación.

Ramiro, por otro lado, utiliza su perfil como una herramienta profesional, destacando su carrera en el modelaje con imágenes de alta calidad y un estilo más formal. Este análisis resalta el modo en que las diferentes modalidades de comunicación y presentación en Instagram reflejan las variadas identidades y autopercepciones de los usuarios.

8.1.2 Análisis interpretativo de la foto de perfil

La autopercepción a través de las fotos de perfil puede verse influenciada por diversas motivaciones, como el deseo de proyectar una imagen específica, conformarse a las expectativas sociales o experimentar con la identidad digital. Se analizará cómo estas motivaciones se reflejan en las elecciones visuales de los jóvenes, dando cuenta de que cada decisión que toman e intentado identificar que estas no son al azar.

Tabla n.º 1 - Elaboración propia: fotos de perfil

 <p>Mariana Castellani</p>	 <p>María Ángeles Denessini</p>	 <p>Ramiro Suriani</p>
<p>Da prioridad a las fotos de cuerpo entero, que toma otra persona, destacando su vestimenta. Su elección de ropa demuestra que sigue los patrones de la moda, lo que sugiere que está al tanto de</p>	<p>En cambio, María Ángeles ofrece mucha más calidez, tanto en los colores como en la luminosidad de la foto. Está en un bar e intenta ser espontánea y creativa en su pose. Esta elección transmite</p>	<p>Ramiro muestra una fuerte influencia de la moda, las tendencias y la indumentaria, similar a la que se encuentra en su <i>feed</i>. Su foto de perfil sigue la línea de las fotos</p>

<p>lo último en tendencias y busca mostrarse como una persona de vanguardia. Este tipo de imagen proyecta una identidad que valora el estilo y la presentación personal.</p>	<p>una imagen de cercanía y autenticidad.</p>	<p>espontáneas y de modelaje, lo que destaca su estilo personal.</p>
--	---	--

Para completar este análisis por fuera de un cuadro comparativo, se analizará cada perfil para profundizar el tema de estudio.

La foto de Mariana, por ejemplo, es un tanto oscura, aparentemente es un escenario nocturno, con colores tenues. El ambiente nocturno puede implicar un deseo de proyectar una imagen sofisticada y moderna, asociada con su vida social y eventos nocturnos. La imagen parece tener una edición mínima, enfocándose más en la autenticidad del momento. Sin embargo, el uso de una iluminación específica y los tonos oscuros podrían estar diseñados para resaltar ciertos aspectos de su apariencia y vestimenta. Para retomar a Sibilía (2008), la identidad digital es una “subjetividad visible” y Mariana, al elegir una foto que resalta su estilo y sigue tendencias, está creando una imagen que demuestre una versión de sí misma que considera atractiva y moderna. Morduchowicz (2012) afirma que la identidad se expresa y reproduce culturalmente a través de imágenes, y Mariana utiliza su foto de perfil para comunicar su pertenencia a una cultura de moda y estilo.

En la foto de María Ángeles puede destacarse cómo el ambiente del bar aporta un contexto social y relajado, lo que sugiere que ella se siente cómoda en entornos sociales y busca proyectar esa imagen. La luminosidad del lugar y los colores cálidos refuerzan esta

percepción de calidez. La foto parece haber sido editada para aumentar el brillo y la luz, lo que sugiere un deseo de resaltar una atmósfera acogedora y su propia espontaneidad. En este caso, se puede aplicar la teoría de Goffman sobre la presentación del “yo” en la interacción social, como cita Serrano-Puche (2012). ¿Por qué? María Ángeles utiliza su foto de perfil para gestionar la impresión que causa en los demás y opta por una representación de sí misma que enfatiza la calidez y la sociabilidad. Morduchowicz (2012) sostiene que las redes sociales son un espacio donde los jóvenes buscan dar sentido a su identidad, y María Ángeles lo hace a través de una imagen que destaca su personalidad sociable y creativa.

En el caso de Ramiro, el fondo de la imagen no muestra detalles y mantiene el enfoque en él y su ropa. Esta elección refuerza la importancia que da a su estilo personal y a la moda en su identidad. Además, parece estar menos presente la edición en cuanto a colores y saturación, lo que puede indicar una preferencia por una representación más auténtica y directa de sí mismo, sin darle entidad a los filtros. A su vez, se considera que esta foto de perfil ejemplifica cómo las redes sociales actúan como plataformas para la construcción y la presentación de la identidad, como señala Castells (2016). Ramiro la utiliza para destacar su interés y conocimiento en moda mediante la proyección de una imagen que busca ser percibida como moderna y estilizada. Y se debe agregar que, según Sibilia (2008), la subjetividad visible es crucial en la identidad digital y Ramiro la utiliza para reforzar su personalidad y estilo únicos.

El análisis de las fotos de perfil de Mariana, María Ángeles y Ramiro en Instagram revela cómo cada uno de ellos utiliza esta imagen para proyectar una identidad específica y una autopercepción particular. Las elecciones visuales, desde el contenido de la imagen hasta el uso de filtros y el tratamiento del fondo, reflejan una interacción compleja entre el deseo de

pertenecer a una comunidad y al mismo tiempo la necesidad de destacarse individualmente. Este equilibrio entre conformidad y diferenciación es fundamental para entender la manera en que los jóvenes construyen sus identidades digitales en Instagram.

8.1.3 Análisis visual de publicaciones

Al hacer hincapié meramente en el *feed* y sus elementos visuales, y considerando lo mencionado en capítulos anteriores, se llevará a cabo el análisis de las publicaciones que cada uno de los usuarios elegidos en esta investigación decide incluir en su perfil.

Tabla n.º 2 - Elaboración propia: carruseles

Carrusel Mariana Castellani	Carrusel María Ángeles Denessini	Carrusel Ramiro Suriani
		
		



El carrusel de imágenes de Mariana Castellani proporciona una rica y multifacética visión de cómo ella construye y comunica su identidad digital. Mariana presenta un carrusel de siete imágenes que abren una ventana a distintos aspectos de su vida y personalidad, lo que permite analizar cómo ella se autopercibe y desea ser vista por los demás.

La primera foto, una imagen de ella en un bar, establece un contexto social y refleja su participación y su aprecio por los espacios sociales y de ocio. La elección de un bar como escenario inicial sugiere que valora la interacción social y disfruta de momentos de esparcimiento en lugares públicos.

Las siguientes imágenes, que incluyen fotos de sus amigas de espaldas a la cámara, destacan sus relaciones interpersonales y la importancia que les atribuye. Las fotos de la ciudad y de un concierto expanden esta narrativa al introducir elementos de cultura urbana. Estas imágenes reflejan su interés por las experiencias culturales y artísticas. La inclusión de estas imágenes sugiere una personalidad que aprecia la riqueza cultural de su entorno.

Finalmente, las fotos de ella en el espejo son un reflejo directo de su autoimagen y el modo en que desea que la perciba su audiencia. A menudo, se considera a estas imágenes en espejos como indicadoras de una identidad consciente y cuidadosa sobre su apariencia. Esto refuerza su identidad como alguien que se preocupa por su imagen y que está en sintonía con las tendencias actuales de autoexpresión y de moda en las redes sociales.

El carrusel de María Ángeles también revela una identidad cuidadosamente construida y multifacética a través de siete imágenes que reflejan distintos aspectos de su vida. Al igual que Mariana, María Ángeles utiliza Instagram no solo como una plataforma para mostrar su vida diaria, sino también como un medio para construir y comunicar una versión específica de su identidad.

La primera imagen es una foto de ella en el espejo mostrando su *outfit* sin mostrar su rostro que establece una narrativa visual centrada en la moda y el estilo personal. Al elegir no mostrar su rostro, ella pone la atención en su vestimenta, lo que sugiere que su estilo es una parte fundamental en la formación de su identidad. Esta elección puede interpretarse como una manera de destacar su sentido de la moda y su cuidado por la estética sin personalizar demasiado la imagen, lo cual puede atraer a quienes estén interesados en tendencias de moda.

Las imágenes de comida, reflejan el disfrute por la comida y la experiencia gastronómica. Además, como las fotos de comida son una tendencia bastante popular en Instagram, también podría indicar que ella está en sintonía con las tendencias de la plataforma y sabe generar contenido atractivo. Algo similar ocurre con la foto del café y la computadora en un bar, que ofrecen una dimensión profesional y moderna a su identidad. Esta foto sugiere que María Ángeles es productiva y profesional, y conjuga su vida personal con su vida laboral de manera armoniosa. No se puede dejar de lado el hecho de que la imagen del café y la computadora es emblemática de un estilo de vida moderno, profesional y con estilo.

La foto con una amiga riendo de manera casual refuerza la idea de que María Ángeles valora las relaciones interpersonales. También, al incluir una *selfi*, reafirma su presencia y su autoestima.

Por último, la foto de un ambiente interior minimalista, es importante porque este contenido resulta atractivo para ella debido a que su profesión es diseñadora de interiores, y por lo tanto, refuerza su apreciación por el diseño y la estética cuidada. Este detalle añade una capa más a su identidad, ya que muestra que tiene un gusto refinado y un ojo profesional para la estética en todos los aspectos de su vida.

El carrusel de fotos de Ramiro Suriani refleja una autoimagen fuerte y cuidada, donde él se posiciona como el centro de atención. Ramiro comunica un sentido de valoración de su apariencia y estilo personal, dando a entender la prioridad que le da a su trabajo como modelo. Esto se puede evidenciar a través de las fotografías que se visualizan en su carrusel que forman parte de una misma sesión de fotos en las que está solo o acompañado, y en las que se muestra cierto grado de profesionalismo en su trabajo como modelo de indumentaria. Esto inclusive pone en primer plano su interés y participación en la moda. Finalmente, la imagen con otros modelos amplía la narrativa de su identidad social y profesional, ya que sugiere que Ramiro forma parte de una comunidad más grande en el mundo de la moda.

8.1.4 Análisis de la biografía

A continuación, se examinará cómo los usuarios seleccionados construyen sus propias biografías, qué elementos priorizan, y la manera en que estas elecciones reflejan su identidad y sus aspiraciones. Se analizarán patrones comunes, variaciones estilísticas y el impacto que tiene una biografía bien estructurada en la percepción pública y en la interacción con la audiencia.

Tabla n.º 3 - Elaboración propia: biografías

 <p>57 publicaciones 8,538 seguidores 1,950 seguidos</p> <p>Mariana Castellani Rosario, Argentina Ver traducción</p> <p>vSCO.co/marucastellani</p>	 <p>30 publicaciones 2,192 seguidores 1,278 seguidos</p> <p>Maru Denessini</p> <p>vSCO.co/marudenessini</p>	 <p>109 publicaciones 1,890 seguidores 996 seguidos</p> <p>@ramirosuriani</p> <p>Rosario</p> <p>www.behance.net/ramirosur... y 1 más</p>
---	---	--

En este punto se encuentran tanto similitudes como diferencias entre los tres perfiles seleccionados. Como punto principal y siendo una de las diferencias, tanto Mariana como Ramiro buscan localizarse geográficamente al incluir su ciudad de residencia, Rosario. Esta

información ayuda a contextualizar a los seguidores sobre su entorno y posiblemente a conectar con personas de la misma localidad y probablemente se proporcione en caso de que Instagram funcione como una plataforma de trabajo, como es el caso de Ramiro con su modelaje. Por el contrario, María Ángeles elige omitir esta información como parte de su biografía, lo que podría indicar una preferencia por mantener privados ciertos aspectos de su vida.

No obstante, encuentro una similitud entre los tres: la inclusión del enlace a VSCO que es una plataforma de fotografía y edición de imágenes que se ha convertido en un espacio popular entre fotógrafos, creadores de contenido y entusiastas de la fotografía. Esta plataforma ofrece una amplia cantidad de herramientas avanzadas de edición y una comunidad inspiradora para compartir y descubrir contenido visual. Además, ha influido significativamente en la cultura de la fotografía móvil y ha fomentado una comunidad que valora la calidad estética y la autenticidad visual. Su enfoque en la simplicidad y la creatividad ha atraído a millones de usuarios que buscan una alternativa a las plataformas de redes sociales más tradicionales y saturadas. Actualmente, funciona como una red social donde los usuarios pueden subir sus fotos y explorar las imágenes de otros. La plataforma está diseñada para inspirar y conectar a personas con intereses similares en la fotografía y el arte visual. Pero a diferencia de otras redes sociales, VSCO no permite comentarios en las publicaciones, lo que fomenta un ambiente menos competitivo y más centrado en la creatividad y la apreciación visual.

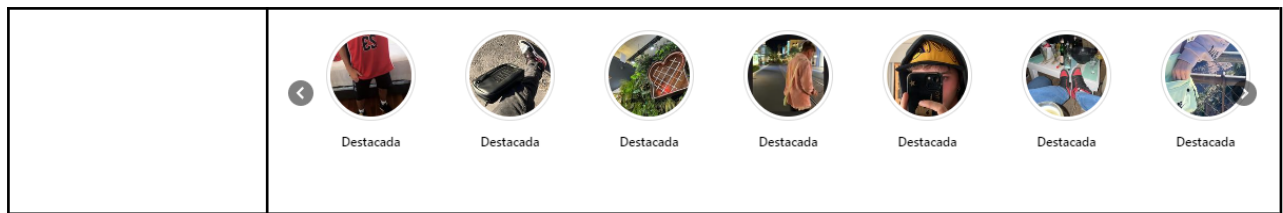
El hecho de que los tres hayan incluido este enlace subraya la importancia que le otorgan a la expresión visual y a la calidad estética de sus imágenes; e inclusive actúa como una extensión de su identidad visual, al permitir e invitar a sus seguidores a explorar más a fondo su estilo y preferencias artísticas fuera de Instagram.

En resumen, las biografías de estos usuarios ofrecen una mezcla de información personal y profesional que les permite construir una identidad digital coherente y atractiva. La elección de los elementos incluidos refleja sus aspiraciones, intereses y la imagen que desean mostrar a su audiencia. Este análisis pone de manifiesto cómo cada detalle, por pequeño que sea, contribuye a la construcción de una presencia digital significativa y estratégica.

8.1.5 Análisis de historias destacadas

Tabla n.º 4 - Elaboración propia: historias destacadas

<p>Mariana</p>	
<p>María Ángeles</p>	
<p>Ramiro</p>	



En función de lo expresado más arriba, se analizará en primera instancia el caso de Mariana Castellani. Tiene una gran cantidad de historias destacadas divididas por tema en cada descripción. Por un lado, predominan historias cuya temática se centra en viajes y cada una se identifica por el nombre de un país o una ciudad diferente, lo que sugiere una representación intencional de un estilo de vida aventurero y explorador, y proyecta una imagen abierta al mundo. Además, mostrar viajes puede asociarse con un nivel social y económico elevados, las imágenes también suelen ser visualmente atractivas y pueden atraer a una audiencia más amplia, lo que aumenta la interacción y la cantidad de seguidores.

También hay otras imágenes cuya descripción no es más que un emoji, entre las cuales hay una denominada “<3” en la que Mariana muestra todas sus fotos individuales, selfis, fotos en el espejo, fotos de sus *looks* de moda o casuales, que reflejan la autoimagen que ella quiere proyectar y destacan su estilo personal y confianza en su apariencia.

Sumado a esto, existe una historia que es de las más usadas: “mi <3”, que está orientada a un recuento de fotos con amigos que muestra un lado más personal y emocional. Para continuar, hay algunas imágenes destacadas directamente dedicadas a una persona en las que se incluye una descripción con el nombre de la persona y en la historia predominan únicamente fotos de esa persona, o de Mariana con ella. Con esto interpreto que nos muestra el vínculo que tiene con esas personas, dando a entender que las considera importantes en su vida y que tienen un papel protagónico en su perfil personal.

Por el contrario, María Ángeles notoriamente tiene menos historias destacadas que Mariana.

Sin embargo, al igual que ella, tiene una historia destacada con fotos individuales de ella, en las que se muestra en selfis o fotos en el espejo; algunas de viajes, clasificadas por cada destino del mundo recorrido. Además, se puede observar la importancia que le otorga a sus vínculos personales y el modo en que quiere mostrar esto al dedicar una historia específicamente a sus seres queridos.

Finalmente, considero que el perfil de Ramiro es un tanto particular ya que tiene una gran cantidad de historias, cuya clasificación es difícil de comprender. Esto ocurre porque, a diferencia de los otros usuarios elegidos que las separan por temática, Ramiro las clasifica por mes. Entiendo que esto implica que cada grupo de historias puede contener una variedad de temáticas, que abarcan desde viajes y eventos sociales hasta momentos personales y actividades cotidianas, y esto resalta la flexibilidad y espontaneidad con la que Ramiro se maneja en cuanto a las historias.

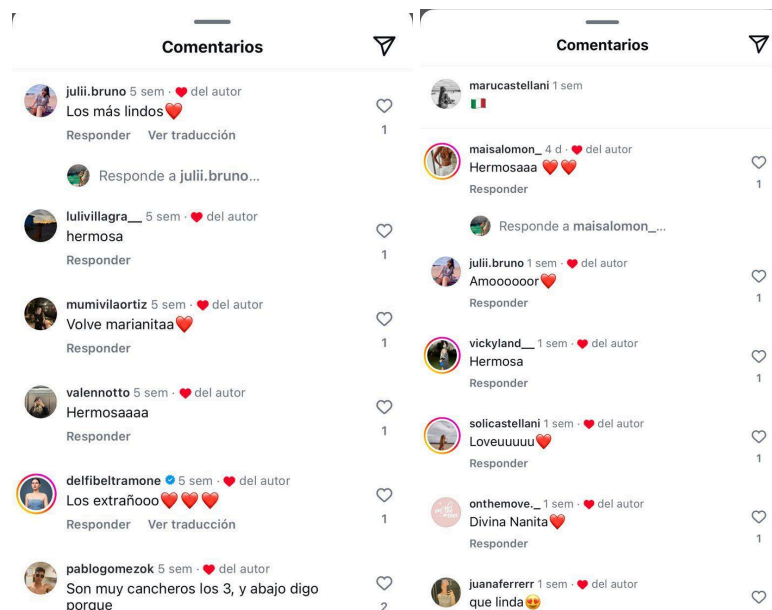
En conclusión, las historias destacadas en Instagram son un medio poderoso para la autopresentación y la gestión de la identidad digital. Se puede distinguir que los usuarios seleccionados utilizan estas herramientas para proyectar una imagen pública coherente, atractiva y auténtica, a través de una cuidadosa selección y organización del contenido. Ya sea mediante la tematización de historias o la estructuración temporal, estas decisiones reflejan estrategias conscientes de autopresentación que buscan no solo atraer y mantener una audiencia, sino también reforzar su identidad personal y social. Este análisis permite entender mejor las dinámicas de autopresentación en las redes sociales y las tácticas empleadas para mantener una presencia digital relevante y atractiva.

8.1.6 Análisis de las interacciones sociales en Instagram

A continuación, se visualizará el modo en que los usuarios seleccionados para este estudio se manejan en sus perfiles en cuanto a la utilización de comentarios.

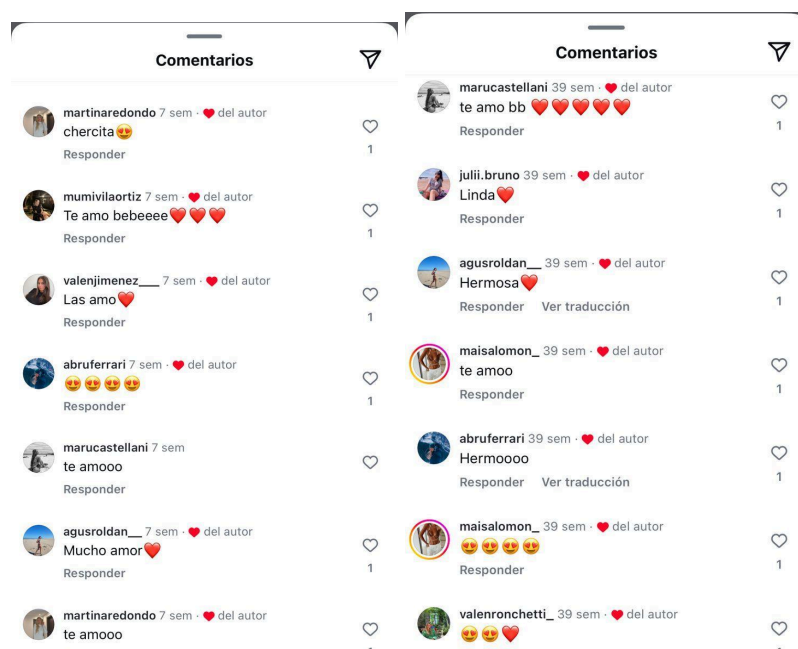
Mariana:

Figura n.º 7 - Elaboración propia: comentarios de Mariana



María Ángeles:

Figura n.º 8 - Elaboración propia: comentarios de Mará Ángeles



Los comentarios de Mariana y María Ángeles se analizarán en forma conjunta tras observar que tienen un comportamiento similar y siguen un patrón interesante puesto que casi nunca responden a los comentarios en sus publicaciones. Esta forma de manejarse puede parecer desalentadora a primera vista, pero al analizar más profundamente, se pueden identificar varias razones y estrategias detrás de esta elección. Al no responder a los comentarios, ellas podrían estar intentando proyectar una imagen de exclusividad y distancia, lo cual puede tener varios propósitos y efectos, como la intención de cultivar una imagen de exclusividad y misterio. Esta estrategia puede hacer que su perfil parezca más aspiracional para atraer a seguidores que valoren una figura pública más accesible y más enigmática. Por otro lado, al evitar las respuestas, tendrán un mayor control sobre la narrativa visual de su perfil, la cual sabemos por los análisis realizados, que tiene gran relevancia para ambas. Esto se debe a que las respuestas a los comentarios pueden a veces desviar la atención del contenido principal de

la publicación; por lo tanto, al mantener los comentarios sin respuesta, logran que el foco de atención se centre en las imágenes y en el mensaje visual que ella desea transmitir.

No obstante, aunque ni Mariana ni María Ángeles responden los comentarios en sus publicaciones, estos no dejan de estar presentes, por el contrario, aumentan cada vez más.

Esto sugiere que su contenido es lo suficientemente atractivo como para generar un *engagement* pasivo o que ambas tienen una comunidad de seguidores consolidada y fiel que no deja de comentar sus publicaciones, independientemente de que se trate de personas allegadas o no.

Ramiro:

Figura n.º 9 - Elaboración propia: comentarios de Ramiro



El caso de Ramiro es totalmente opuesto al de las chicas ya que el sí responde frecuentemente los comentarios que otros usuarios dejan en sus publicaciones y adopta una estrategia proactiva y participativa. Esta práctica fortalece la comunidad y mejora la percepción pública

de su perfil. Además, las respuestas a los comentarios pueden aumentar significativamente el nivel de *engagement* en una publicación, lo cual puede resultar sumamente útil para Ramiro, teniendo en cuenta que utiliza su perfil a modo de marca personal y muestra sus diferentes trabajos como modelo. Esto no solo mejora la percepción pública de su perfil, sino que también lo posiciona como un usuario accesible y comprometido. Así, cada interacción adicional, como una respuesta a un comentario, puede ayudar a que sus publicaciones tengan un mayor alcance, aumente su visibilidad en los algoritmos de Instagram y, en consecuencia, le permitan recibir otras propuestas laborales.

Por añadidura, las respuestas de Ramiro pueden generar conversaciones activas en sus publicaciones. Estas conversaciones no solo enriquecen la experiencia del usuario, sino que también pueden atraer a más seguidores que buscan una comunidad activa y receptiva.

Si bien el “me gusta” es la forma más simple y rápida de interacción en Instagram, su impacto no debe subestimarse. Un “me gusta” puede ser visto como una forma de validación social, una señal de aprobación que puede influir en la autoestima del usuario. La cantidad de “me gusta” que recibe una publicación puede afectar la manera en que los usuarios perciben su contenido.

Para los jóvenes, acumular “me gusta” puede ser una forma de medir la aceptación y popularidad dentro de su círculo social. Precisamente, se considera que es esta búsqueda de validación la que puede llevar a los usuarios a seleccionar cuidadosamente el contenido que publican, buscando maximizar el atractivo y la aceptación. Además, la reciprocidad en los “me gusta” puede reforzar las relaciones y crear un ciclo de apoyo mutuo.

Luego tenemos los mensajes directos (MD), que ofrecen una vía de comunicación privada. A diferencia de los comentarios y los “me gusta”, que son visibles para todos los seguidores, los

MD permiten conversaciones privadas personales o en grupos pequeños. Esta característica los convierte en una herramienta poderosa para mantener relaciones más cercanas y personales.

En el contexto de las relaciones entre jóvenes, los MD se pueden utilizar para compartir contenido más íntimo, discutir temas personales o coordinar actividades fuera de línea. También pueden servir como un medio para profundizar relaciones que comienzan en el espacio público de los comentarios y con un “me gusta”.

Las historias de Instagram, con su naturaleza efímera, ofrecen una forma diferente de interacción. Los usuarios pueden reaccionar a las historias con emojis, ponerle “me gusta” que solo será visto por el usuario que haya publicado esa historia, enviar mensajes directos en respuesta o simplemente visualizar el contenido, que solo registra el creador de la historia. Las reacciones a las historias o los “me gusta”, pueden ser una forma rápida y efectiva de mostrar interés sin la necesidad de elaborar un comentario detallado.

8.2 Análisis de datos cuantitativos

En este capítulo, se presentarán los resultados obtenidos mediante un formulario que se les ha enviado a los tres usuarios seleccionados para el presente trabajo. A través de este análisis cuantitativo, se busca proporcionar una visión clara y detallada de las percepciones, los comportamientos y las actitudes de estos usuarios respecto al uso de Instagram y sus interacciones en esta plataforma.

El formulario, diseñado específicamente para captar las sutilezas del comportamiento digital, aborda aspectos clave como la frecuencia de publicación, el tipo de contenido compartido, la gestión de interacciones y la percepción de su propia identidad digital. A lo largo de este capítulo, se explorarán las respuestas de cada uno de los usuarios, lo que permite identificar

patrones, similitudes y diferencias que puedan ofrecer una comprensión más profunda sobre cómo los jóvenes gestionan su presencia en Instagram.

El análisis de los datos cuantitativos facilitará una comparación directa entre los usuarios, aportando una dimensión más objetiva a la comprensión de su identidad digital. A partir de estos resultados, se podrán establecer conclusiones fundamentadas que enriquezcan el marco teórico planteado en capítulos anteriores, y que contribuyan a una mayor comprensión del impacto de las redes sociales en la construcción de la identidad entre los jóvenes.

Este capítulo, por lo tanto, no se limitará a presentar cifras, sino que interpretará estos datos en el contexto más amplio del estudio, buscando desentrañar las motivaciones subyacentes y las implicaciones sociales de las prácticas digitales de los usuarios seleccionados.

8.2.1 Análisis del perfil

Comenzando con una visión general, se realizó una revisión de aproximadamente diez perfiles de estudiantes egresados del colegio Stella Maris, de los cuales tres fueron tomados como muestra para un análisis detallado debido a que son públicos y representativos de las dinámicas sociales y de identidad digital que se busca estudiar. Estos tres perfiles presentan tanto diferencias como similitudes, lo que nos permite explorar las formas en que los jóvenes gestionan su presencia digital y construyen una narrativa coherente en Instagram.

Uno de los puntos clave que comparten los tres usuarios es en primer lugar, tener el perfil público, y además la intención clara de mantenerlo estéticamente organizado y visualmente atractivo. En las respuestas al formulario, todos mencionaron que buscan coherencia visual en su *feed*, combinando cuidadosamente colores, estilos y temáticas en cada una de sus publicaciones. Este esfuerzo por armonizar su presencia en línea sugiere que, además de la simple autopresentación, los jóvenes se sienten motivados por la posibilidad de alcanzar

metas específicas, como la atracción de seguidores, el reconocimiento o incluso oportunidades comerciales.

En primer lugar, el perfil de Mariana Castellani refleja una combinación entre lo personal y lo comercial. Esto se confirma con su trabajo para "Integra", una marca de productos saludables, como barras de cereal y granola. Mariana ha dedicado una historia destacada exclusivamente a su colaboración con esta marca, lo que sugiere que su perfil no solo está diseñado para la autopromoción, sino también para capitalizar su actividad en Instagram.

La frecuencia de publicación de Mariana es constante, lo que refuerza la idea de que está enfocada en mantener su perfil activo y visible para su audiencia. Publica con regularidad *dumps* mensuales, que son publicaciones en carrusel con una selección de fotos y videos que resumen su mes. Esta estrategia de publicación refleja una tendencia creciente en las redes sociales de ofrecer a los seguidores una ventana a la vida cotidiana de una manera informal, pero visualmente atractiva. Así como también le permite mantener la actividad en su perfil sin sobrecargarlo con contenido diario, pero a la vez ofrece un resumen de sus vivencias y experiencias más destacadas.

Además, Mariana destaca la importancia de que cada imagen siga una coherencia visual, lo que parece ser una de las razones por las cuales sus publicaciones atraen una mayor interacción y alcance. Este enfoque sugiere que ella no solo busca compartir su vida con amigos y seguidores, sino que también tiene un objetivo claro de maximizar su alcance y posicionar su perfil como un espacio atractivo para posibles colaboraciones comerciales.

En segundo lugar, el perfil de Ramiro es un ejemplo claro de la construcción de una marca personal en Instagram. Su uso de la plataforma no es tanto para compartir aspectos de su vida cotidiana, sino para proyectar una imagen profesional y consolidar su presencia en el mundo

del modelaje. Las publicaciones en su perfil están cuidadosamente seleccionadas y son en su mayoría colaboraciones con marcas de indumentaria. Puede interpretarse que Ramiro utiliza su Instagram como un portafolio visual donde muestra su trabajo como modelo, con un enfoque en la calidad de las imágenes y en el estilo de vida que refleja a través de ellas.

En contraste con Mariana, Ramiro no publica con tanta frecuencia, pero esto responde a su estrategia de priorizar la calidad sobre la cantidad. Según su respuesta en el formulario, prefiere esperar hasta tener una imagen que cumpla con sus estándares de calidad antes de publicarla, lo que indica que su objetivo es mantener una imagen curada y profesional. Esta elección demuestra que sus publicaciones están diseñadas para atraer oportunidades laborales y colaboraciones con marcas.

En tercer lugar, María Ángeles muestra una conexión más directa entre su actividad en Instagram y su profesión como diseñadora de interiores. Para ella, la estética es un valor central tanto en su trabajo como en su presencia en las redes sociales. En sus respuestas al formulario, enfatizó que su prioridad es mantener una coherencia visual en su *feed*, pero a diferencia de Ramiro o Mariana, ella utiliza el perfil no solo para compartir aspectos de su vida personal, sino también para proyectar su identidad como creativa y profesional del diseño.

María Ángeles publica de forma esporádica, pero cuando lo hace, se enfoca en imágenes artísticas y creativas. Las fotos que elige incluir en su *feed* están cuidadosamente seleccionadas para alinear su perfil con los valores estéticos que promueve en su profesión. Al igual que Ramiro, María Ángeles no busca sobrecargar su perfil con contenido, sino que selecciona estratégicamente las imágenes que más se alinean con su visión artística.

8.2.2 Análisis de la foto de perfil

Previamente se llevó a cabo un análisis cualitativo de la elección de la foto de perfil de cada usuario, según mi interpretación como autora de la tesina. Aún así, tras el envío del formulario y con sus posteriores respuestas, se puede observar exactamente cuál es la intención de cada uno de los perfiles elegidos al momento de seleccionar su foto de perfil.

Las respuestas del formulario revelan un patrón común entre los tres usuarios seleccionados: ninguno cambia su foto de perfil con frecuencia. Sin embargo, cuando deciden hacerlo, todos coinciden en un factor central: la satisfacción con su apariencia en la imagen es un requisito excluyente. Este comportamiento refleja una tendencia en los jóvenes de priorizar la autoimagen positiva, dado que la foto de perfil actúa como una "tarjeta de presentación" digital. En una plataforma donde la primera impresión visual es fundamental, es comprensible que los usuarios seleccionen con cuidado la imagen que los representará ante su comunidad de seguidores.

En este sentido, la elección de la foto de perfil no es un acto trivial; se trata de un proceso de curaduría visual donde el usuario busca proyectar una versión idealizada de sí mismo. Esto se alinea con los conceptos teóricos sobre la construcción de identidad digital, donde la autoimagen visible —como mencionan autores como Sibilía (2008)— está "alter dirigida", es decir, creada para ser vista por otros. Los usuarios, al seleccionar una foto de perfil que cumple con sus propios estándares de belleza o atractivo, están moldeando activamente la forma en que desean ser percibidos por los demás.

Un aspecto destacado en la respuesta de María Ángeles es su énfasis en la iluminación y la calidad visual de la imagen, lo que demuestra una atención especial no solo a cómo se ve, sino también a la calidad técnica de la foto. Esto no es sorprendente, ya que el entorno visual de Instagram fomenta un estándar estético alto. En su caso, la preocupación por la

iluminación y la calidad de las imágenes no se limita a la foto de perfil, sino que es coherente con su enfoque en el *feed* en general. Esto refuerza la idea de que su perfil está cuidadosamente diseñado para proyectar una imagen pulida y profesional, lo cual está en línea con su estilo personal y su orientación hacia el ámbito estético. María Ángeles, al considerar la iluminación como un factor crucial, también está alineada con la tendencia en Instagram de buscar imágenes visualmente atractivas, no solo en términos de belleza personal, sino también de cohesión visual.

Por otro lado, si bien todos los usuarios comparten la necesidad de sentirse cómodos con su apariencia en la foto de perfil, se pueden notar diferencias en el nivel de espontaneidad. Ramiro y Mariana parecen optar por fotos más relajadas y espontáneas. Ramiro, por su parte, indicó que no le otorga tanta importancia a los aspectos técnicos de la imagen, y se enfoca más en que la fotografía proyecte una versión auténtica y casual de sí mismo. Esta diferencia destaca las diversas formas en que los jóvenes pueden gestionar su identidad visual en la plataforma: mientras algunos priorizan la autenticidad, otros buscan un mayor control estético.

Se trata de un elemento cuidadosamente seleccionado que refleja tanto la autoimagen como la identidad digital que los usuarios desean proyectar. Los criterios de selección, que incluyen la apariencia personal, la iluminación y la calidad visual, están en sintonía con las expectativas sociales y estéticas que dominan la plataforma.

8.2.3 Análisis de las publicaciones

Esta sección se centrará más específicamente en las publicaciones realizadas por los usuarios seleccionados, analizando las respuestas obtenidas a través del cuestionario y observando patrones en su comportamiento en la plataforma. En particular, se pondrá el foco en cómo los

usuarios gestionan el contenido que suben a sus perfiles y, más específicamente, en la función de los carruseles, una de las herramientas más populares y utilizadas en Instagram hoy en día. Los carruseles permiten a los usuarios subir múltiples fotos o videos en una sola publicación, lo que les brinda una mayor capacidad para mostrar una narrativa visual más compleja o variada.

Al analizar las respuestas de los tres usuarios, encontramos diferencias significativas en la forma en que cada uno utiliza los carruseles como parte de su construcción de identidad.

Mariana respondió que ella publica carruseles como una forma de contar historias sobre eventos, días o momentos específicos. Esto refuerza las reflexiones ya mencionadas sobre su interés en mantener una coherencia narrativa y estética en su perfil. Mariana no utiliza el carrusel únicamente como un depósito de fotos al azar, sino que selecciona y organiza cuidadosamente las imágenes para construir una narrativa visual en cada publicación. Esto se refleja claramente en sus carruseles dedicados a viajes o a los *dumps* mensuales que publica, los cuales ofrecen una recopilación ordenada y reflexiva de diferentes aspectos de su vida cotidiana. Cada carrusel no solo muestra momentos aislados, sino que está organizado de manera que cuenta una historia. Esto se puede interpretar como una estrategia para generar una imagen más completa y rica de sí misma. Mariana parece consciente del impacto visual de sus publicaciones y del deseo de presentarse ante su audiencia como alguien cuyas vivencias y experiencias están interconectadas y cuidadosamente organizadas.

Por el contrario, María Ángeles y Ramiro muestran un enfoque diferente hacia la publicación de carruseles. Ambos indicaron que tienden a subir las fotos que más les gustan en el mismo carrusel, sin preocuparse necesariamente por seguir un orden cronológico o una narrativa

específica. Esta estrategia sugiere que, para ellos, el carrusel es una herramienta para mostrar momentos individuales que valoran, sin la necesidad de que estén estructurados.

Sin embargo, es importante notar una diferencia clave entre María Ángeles y Ramiro: mientras que Ramiro suele centrarse en fotos más relacionadas con la moda o la estética personal (como se mencionó previamente), María Ángeles tiende a utilizar una variedad de imágenes en cada carrusel, incluye fotos de lugares, selfis, fotos con amigos y contenido más artístico. Este uso de la variedad de imágenes sugiere que busca mostrar las diferentes facetas de su vida y personalidad, en lugar de centrarse en un solo aspecto de su identidad. En otras palabras, sus carruseles actúan como una forma de proyectar una imagen más compleja y multifacética.

Una observación interesante sobre los tres usuarios es que, independientemente de si utilizan los carruseles para contar historias o simplemente para compartir fotos que les gustan, todos parecen tener un fuerte sentido de la estética personal en sus publicaciones. Las fotos seleccionadas muestran una clara intención de transmitir una imagen visual atractiva, lo que subraya la importancia de la coherencia estética en la construcción de la identidad digital en Instagram.

El uso de filtros, la iluminación, los ángulos de las fotos y las poses cuidadosamente seleccionadas son indicadores de que, aunque el contenido de los carruseles pueda variar, la búsqueda de una estética personal pulida es un objetivo común para los tres usuarios. Este fenómeno es particularmente relevante en plataformas visuales como Instagram, donde la imagen y la presentación juegan un papel central en la forma en que los usuarios son percibidos por los demás.

Otro aspecto a considerar es cómo el uso del carrusel puede influir en la interacción con la audiencia. Las publicaciones que incluyen múltiples fotos ofrecen más oportunidades para que los seguidores interactúen con diferentes partes de una misma publicación, ya que pueden deslizarse a través de las imágenes, comentar sobre fotos específicas o dejar varios "me gusta" en respuesta a los diferentes elementos presentados. Mariana, al utilizar los carruseles para contar historias, probablemente atrae a seguidores que están interesados en seguir una narrativa más elaborada, lo que puede generar interacciones más profundas o significativas.

8.2.4 Análisis de las historias

En este apartado se analizan las historias, ya sea su frecuencia, tipo de contenido y el resposteo de las mismas.

A pesar de las diferencias en algunas elecciones, se identifica que los tres usuarios publican historias semanalmente e incluyen en su mayoría, fotos de sus actividades y hobbies, además de fotos de los outfits. Esto pone en evidencia la distinción entre las publicaciones e historias, siendo las segundas de uso más frecuente, cotidiano y espontáneo. Los usuarios las utilizan como herramienta para mostrar a sus seguidores sus actividades del día a día, lo que crea espontaneidad, improvisación y falta de compromiso con una imagen más controlada que desean proyectar en su *feed*. Esto se debe a que las historias pueden verse solamente por 24 horas, por lo que no quedarían de forma permanente en su *feed*, a menos que deseen incluirlas en sus historias destacadas.

Por otro lado, pero dentro de la misma temática, predominan las historias destacadas.

Al ser preservadas como destacadas, adquieren un rol duradero en la construcción de la identidad digital. Una observación clave es cómo las historias destacadas permiten a los usuarios crear una narrativa visual continua y coherente sobre aspectos específicos de sus

vidas. Se les ha consultado si dividen sus historias destacadas por temática, siendo esta la respuesta elegida por Mariana y por María Ángeles, mientras que Ramiro además las divide al azar, a diferencia del modo en que organiza sus publicaciones del *feed*. A su vez, esto puede resultar contradictorio, ya que en contraste con la armonía y el orden que siguen sus publicaciones, sus historias destacadas transmiten desorden y poca dedicación en corroborar que mantengan una narrativa visual acorde a su perfil. Si se mira una de las historias destacadas de Ramiro, se encuentran fotos suyas modelando, con sus seres queridos, de sus outfits o inclusive de momentos vividos, todo en la misma, lo que se puede interpretar como un desinterés en mantener sus destacadas ordenadas.

Además, los tres usuarios respondieron que no destacan todas las historias que suben a su perfil, sino únicamente aquellas que quedarán en concordancia con mis destacadas. En este punto, tanto Mariana como María Ángeles, las dividen por temáticas. Así, cada usuario que entre a verlas sabrá con que se encontrará en la misma. Ramiro en este sentido se encuentra en una situación similar, ya que a pesar de no tenerlas organizadas, no destaca todas las historias que sube.

8.2.4.1 Análisis del reposteo de las historias

Como se ha mencionado anteriormente, el reposteo de historias en Instagram es una práctica multifacética que ofrece a los jóvenes una forma de interactuar, validar y ampliar su red de conexiones. A través de esta función, se puede compartir contenido relevante y atractivo, como también construir y reforzar la identidad digital. Asimismo, se entiende que este proceso no es arbitrario, sino que está profundamente conectado con las percepciones de imagen personal, los valores y los estándares que cada usuario aplica en su interacción con su comunidad virtual.

Al analizar las respuestas de Mariana y María Ángeles, se puede observar una tendencia clara hacia el control meticuloso de la imagen que proyectan a través del reposteo de historias. Ambas usuarias indicaron que no repostearon todas las historias en las que eran etiquetadas, sino únicamente aquellas que cumplen con ciertos estándares visuales o estéticos. Esto sugiere un alto nivel de autoevaluación y edición en cuanto a cómo desean ser percibidas en su círculo social. En este caso, el contenido no se comparte por el simple hecho de ser etiquetado, sino que se filtra con el fin de mantener una imagen coherente y, en muchos casos, aspiracional.

Es importante destacar que este comportamiento resalta la influencia de las normas de belleza y la percepción social que imperan en las redes sociales, donde las historias reposteadas no solo sirven como un medio para interactuar, sino también para proyectar una versión idealizada de uno mismo. El hecho de que Mariana y María Ángeles seleccionen solo aquellas historias en las que “salen bien”, sin importar el contexto o la compañía, subraya el papel predominante de la imagen corporal y la estética personal en la creación de su identidad digital. Esto refuerza la idea de que las redes sociales, especialmente Instagram, fomentan una cultura en la que la imagen es primordial, y donde el contenido visual se convierte en una herramienta para construir y reforzar una narrativa personal.

En contraposición, el caso de Ramiro muestra un enfoque más espontáneo en su uso del reposteo de historias. A diferencia de Mariana y María Ángeles, él indicó que repostea las historias en las que ha sido etiquetado sin considerar demasiado su apariencia o el contexto. Esta actitud sugiere una mayor autenticidad y una menor preocupación por el control de la imagen pública, lo cual puede estar relacionado con su percepción de confianza en sí mismo y su estilo de vida más relajado o desinteresado en proyectar una imagen completamente cuidada.

Este contraste entre los usuarios seleccionados revela diferentes formas en que los jóvenes manejan sus relaciones sociales y la autoimagen en Instagram. Mientras que algunos, como Mariana y María Ángeles, optan por un enfoque más estratégico y cuidadoso en la forma en que se muestran ante sus seguidores, otros, como Ramiro, utilizan la función de reposteo de manera más natural y menos mediada, lo que podría interpretarse como una mayor alineación entre su vida digital y su vida fuera de las redes sociales.

El análisis de estos comportamientos resalta una dicotomía importante en el uso de Instagram: la tensión entre autenticidad y perfección. El reposteo de historias permite a los usuarios ejercer un control significativo sobre su identidad digital, ya que deciden qué contenido desean asociar con su perfil y su narrativa pública. Aquellos que repostean de manera más selectiva, como Mariana y María Ángeles, parecen estar más alineados con las expectativas sociales y las normas de aceptación social, mientras que aquellos que repostean de manera más espontánea, como Ramiro, podrían estar desafiando, aunque de manera sutil, estas mismas normas.

Esto lleva a reflexionar sobre cómo el reposteo de historias puede convertirse en una práctica que refuerza la presión por conformarse con ciertos ideales estéticos y sociales. Los jóvenes se encuentran constantemente bajo el examen de sus seguidores, y el simple acto de repostar una historia se convierte en una declaración sobre quiénes son o quiénes desean ser. En este sentido, el reposteo no solo es una herramienta de interacción, sino también una plataforma de autoexpresión que permite moldear la percepción pública.

9. Reflexiones

El presente estudio ha permitido observar cómo Instagram se erige no solo como una plataforma de entretenimiento y comunicación, sino también como un espacio esencial en la construcción de la identidad digital de los jóvenes rosarinos. A través de su uso, los usuarios no solo crean y mantienen conexiones sociales, sino que también moldean y proyectan una versión cuidadosamente pensada de sí mismos. Asimismo, esta investigación sugiere que el contenido que los usuarios deciden compartir está influenciado por un deseo subyacente de pertenencia y aceptación, lo cual se evidencia en la selección meticulosa de fotos, la elección de contenido para las historias destacadas, y la frecuencia con la que se publican actualizaciones que buscan maximizar la interacción con sus seguidores. Además, la interacción a través de herramientas como los comentarios en publicaciones y las historias efímeras indica una preferencia por formas de comunicación que, aunque privadas, son fundamentales para mantener relaciones cercanas en un entorno digital.

Instagram, con su énfasis en lo visual, ofrece a los jóvenes una herramienta poderosa para expresar su identidad. Sin embargo, esta expresión está lejos de ser espontánea; más bien, es el resultado de un proceso deliberado y reflexivo donde cada elemento —desde la biografía hasta las historias destacadas— juega un papel en la narración de quiénes son, o más bien, de quienes desean ser percibidos.

A través de la plataforma, los jóvenes pueden mostrar aspectos de su vida que consideran importantes, como viajes, amistades, intereses y actividades cotidianas. Sin embargo, es crucial notar que esta construcción de identidad está enmarcada por las normas sociales y culturales imperantes, así como por las expectativas de sus pares y de la audiencia en general. Así, la identidad que se construye y proyecta en Instagram no es simplemente un reflejo de la

realidad, sino una versión idealizada que busca resonar con los valores y deseos de la comunidad digital.

Otro hallazgo significativo de este estudio es la función de Instagram como un espacio de validación social. Los "me gusta", comentarios y reposteos actúan como factores visibles de aceptación y aprobación, lo que lleva a los usuarios a ajustar su comportamiento en la plataforma para obtener estas señales de validación. En este contexto, las interacciones sociales en Instagram no solo son un medio para mantener relaciones, sino también un mecanismo para medir y reforzar la propia autoestima.

Sin embargo, esta búsqueda de validación no está exenta de consecuencias. La presión por mantener una presencia digital atractiva y coherente puede generar ansiedad y estrés, especialmente cuando la aprobación de los demás se convierte en una medida constante del propio valor.

Por otra parte, el estudio también revela cómo Instagram fomenta la comparación social, un proceso que puede tener efectos tanto positivos como negativos. Por un lado, los usuarios pueden sentirse inspirados por las vidas y logros de otras personas, lo que puede motivarlos a alcanzar sus propias metas, por ejemplo en el caso de que sigan a *influencers* o figuras de quienes consumen contenido diariamente. Por otro lado, la comparación constante con las versiones idealizadas de los demás puede llevar a sentimientos de inferioridad e insatisfacción con la propia vida. Esta dualidad resalta la complejidad de las interacciones en Instagram y la necesidad de un uso más consciente y crítico de la plataforma.

Aun así, Instagram ha transformado la manera en que los jóvenes gestionan sus relaciones. La posibilidad de interactuar con un gran número de personas a través de una pantalla ha cambiado la dinámica de la amistad y las relaciones personales. Las conexiones que se

establecen en Instagram son, en muchos casos, superficiales y transitorias, lo que contrasta con la profundidad de las relaciones que se desarrollan fuera del ámbito digital. Sin embargo, también se observa que tanto la sociedad red en la que estamos inmersos como la plataforma, permiten mantener y fortalecer relaciones a larga distancia, un factor que continúa creciendo gracias a la hiperconectividad que predomina hoy en día.

Mirando hacia adelante, este estudio plantea preguntas importantes sobre el futuro de la identidad digital y la salud mental en la era de las redes sociales. A medida que las plataformas como Instagram continúan evolucionando, es fundamental seguir investigando cómo estas herramientas afectan la manera en que los jóvenes se perciben a sí mismos y cómo interactúan con los demás. Además, es fundamental educar a los usuarios sobre el uso saludable de las redes sociales, fomentando una mayor conciencia sobre los efectos que pueden tener en su bienestar emocional y psicológico, y reforzando sus valores por fuera de las mismas.

A modo de conclusión, Instagram no es solo un espacio para compartir momentos, sino un escenario donde se negocia y se construye la identidad en tiempo real. La plataforma ofrece oportunidades inigualables para la autoexpresión, pero también plantea desafíos significativos en términos de validación social, comparación y dependencia. Al comprender estas dinámicas, se podría intentar avanzar hacia un uso más equilibrado y consciente de las redes sociales, promoviendo un entorno digital que apoye el bienestar y la autenticidad de todos sus usuarios, aunque sabiendo y reconociendo la dificultad de esto, debidos a cómo se desarrolla el mundo en la actualidad, con todo el conjunto de estándares y tendencias que lo habitan.

10. Anexos

Gráfico n.º 1 - Elaboración propia: organización del *feed*

¿Organizás tu feed en concordancia con tus fotos, su combinación, sus colores, sus temáticas?

3 respuestas

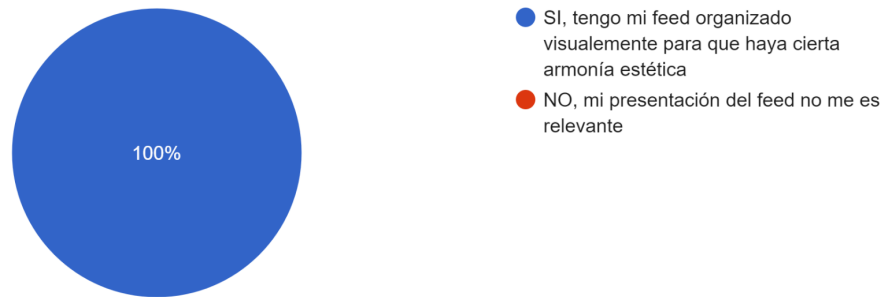


Gráfico n.º 2 - Elaboración propia: frecuencia de publicación

Si haces carruseles

3 respuestas

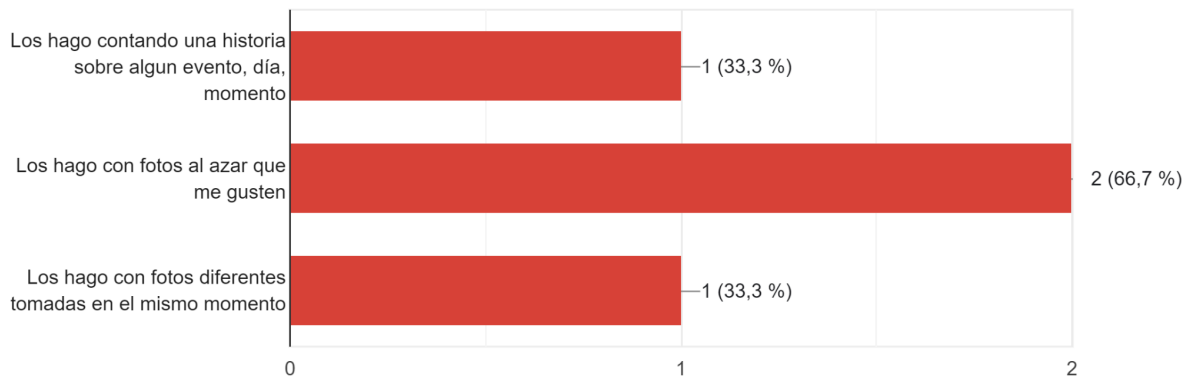


Gráfico n.º 3 - Elaboración propia: frecuencia de publicación de historias

Historias ¿Con qué frecuencia publicás en Instagram?

3 respuestas

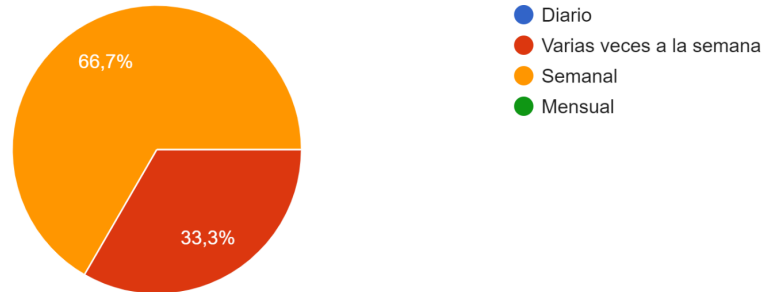


Gráfico n.º 4 - Elaboración propia: reposteo de historias

¿Reposteas historias?

3 respuestas

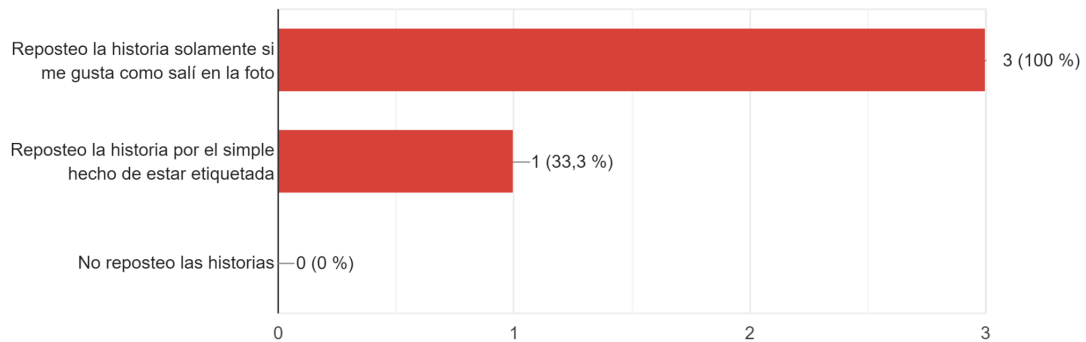


Gráfico n.º 5 - Elaboración propia: uso de Instagram

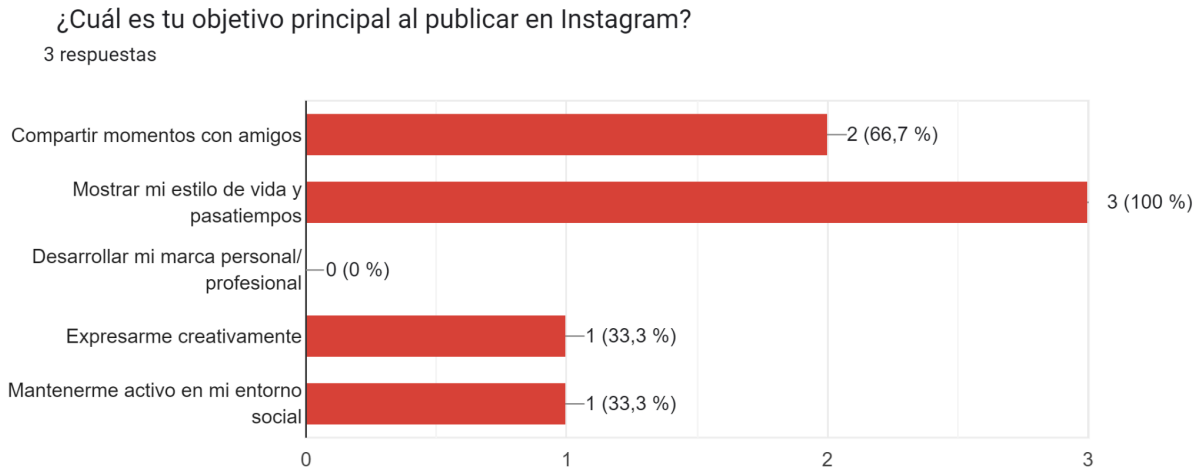


Gráfico n.º 6 - Elaboración propia: autopercepción

¿Consideras que tu perfil de Instagram refleja fielmente quién sos en la vida real?

3 respuestas

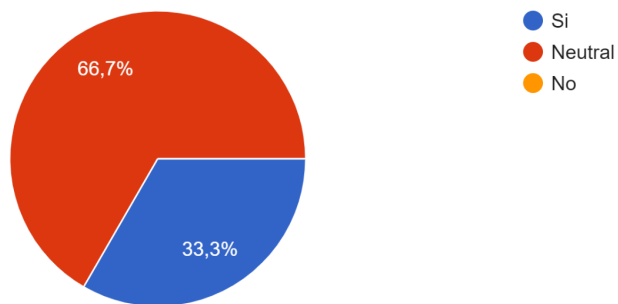
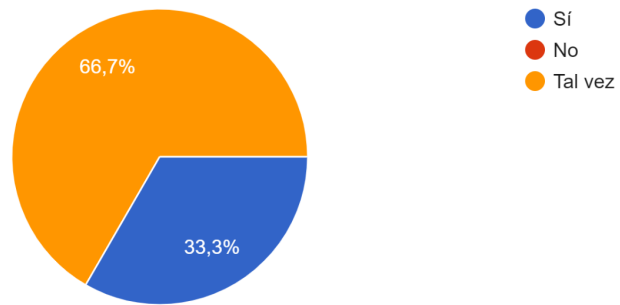


Gráfico n.º 7 - Elaboración propia: influencia del otro

¿Te parece que Instagram puede influir en la relación que cada uno tiene con su propia imagen?

3 respuestas



Bibliografía

- ❖ Sibia P. (2008) “La intimidad como espectáculo”, Buenos Aires: FCE.
- ❖ Morduchowicz R. (2012) “Los adolescentes y las redes sociales”, Buenos Aires: FCE.
- ❖ Javier Serrano-Puche. (2012) “La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman”, España: Universidad de Navarra.
- ❖ Manuel Castells, (2016). “El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global” Universidad del Sur de California.
- ❖ Nick Srnicek (2018) “Capitalismo de las plataformas”, Buenos Aires.
- ❖ Lev Manovich (2016) “El Lenguaje de los nuevos medios de comunicación” , Buenos Aires.
- ❖ Roberto Igarza (2009) “Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural” , Buenos Aires: La Crujía.
- ❖ Van Dijck (2006) “La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales”. 1ª ed.–Buenos Aires.
- ❖ Manuel Castells (2009) “Comunicación y poder”. Madrid.

Revistas y artículos consultados

- ❖ Pazmiño Benavides,P. (2010). “El impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes de la Universidad Politécnica Salesiana: Caso carrera de Comunicación Social Sede Quito.”. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO.
- ❖ Cáceres, M.D; Ruiz San Román, JA.; Brändle G. (2009). “Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet”. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, Universidad Complutense de Madrid, España.
- ❖ Pérez, M y Cassany, D.(2018). “Escribir y compartir: prácticas escritas e identidad de los adolescentes en Instagram” Aula de Encuentro, nº 2.
- ❖ <https://datareportal.com/reports/?tag=Specialist> Data Reportal.