

Tesis final

La vida de los otros: cómo perciben los jóvenes neuquinos las intimidades en Instagram



Alumno: Tomás Couto

Fecha: 25 de agosto de 2022

Dirección: Profesor Fabián Bergero

Licenciatura en Comunicación Social

Universidad Nacional del Comahue

Facultad de Derecho y Ciencias Sociales

Fiske Menuco, Río Negro.

	2
ÍNDICE	
Introducción	6
Objetivo:	7
Estado del arte	8
Resumen	14
Marco teórico	16
Redes sociales, conectividad y mediatización	16
Instagram y la importancia de la imagen	19
La estetización de la vida en Instagram	21
Los jóvenes como categoría polisémica	22
La privacidad, la intimidad y la extimidad	23
Resumen	26
Metodología	27
Resultados	31
Análisis de la encuesta	31
Análisis de las entrevistas	39
Conclusiones finales	48
Anexo	54
1.1	54
1.2	56
2.1	71
2.2	71
Bibliografía	84

“Cada vez queda más claro que las tecnologías digitales acompañan las urgencias de los sujetos y entran en un diálogo con ellas, dando como resultado paisajes que se amoldan en parte, alteran lo existente en otras, pero que también se reconfiguran cuando esos sujetos, usuarios, prosumidores cambian por circunstancias que son ajenas a las redes, condición esta última que suele ser ignorada por los estudios sobre las comunicaciones digitales, muy centrados en el canal de la comunicación y sus posibilidades, muy poco atentos a las condiciones de vida de los usuarios. Así, va quedando claro que lo virtual se inclina hacia lo que llamaríamos, un poco burdamente, lo real: los sujetos siguen refiriéndose a sí mismos en términos bastante tradicionales y en continuidad con las tradiciones pre-digitales, las identidades virtuales no reemplazan a las reales, ni los amores en red descorporizan las relaciones erótico-sentimentales, así como tampoco desaparece la lectura, ni los libros, ni el periodismo, ni mucho menos la defensa de la intimidad. Que algunos límites se hayan desplazado o que algunas instituciones hayan cambiado, tiene que ver en parte con la comunicación digital, aunque también con los procesos sociales que funcionan como medio ambiente y contexto de esta gigantesca y cambiante conversación multimodal, multicanal y multimedial.”

Marcelo Urreti, Diego Basile y Joaquin Linne, 2015.

"Incluso las innovaciones más revolucionarias tardaron más de una década en ser adoptadas por un amplio sector de la población. Por ejemplo, fue necesario medio siglo para que 50 millones de personas utilizaran el teléfono fijo, 22 años para la televisión y 12 años para el teléfono móvil, según datos de Visual Capitalist. Sin embargo, en la era digital, la producción de bienes y servicios a veces se reduce a un simple fragmento de código informático que puede replicarse o reutilizarse indefinidamente con un coste marginal casi nulo. En este nuevo mundo, la innovación puede extenderse como un reguero de pólvora. Facebook, por ejemplo, alcanzó los 50 millones de usuarios 3 años después de su lanzamiento, Instagram logró esta marca en menos de 2 años y el servicio de streaming de vídeo “Disney+” en sólo 5 meses."

Mónica Mena Roa, 2022¹

¹<https://es.statista.com/grafico/27520/tiempo-que-tardaron-las-siguientes-tecnologias-productos-y-servicios-en-alcanzar-los-50-millones-de-usuarios/>

“El temor a ser excluido no es un rasgo distintivo de los jóvenes, todos los seres humanos desde Adán y Eva compartimos el temor de ser expulsados del paraíso, pero en el caso de los jóvenes "ser, o no ser parte de algo" y ser aceptado o repudiado por "formar, o no formar parte de ese algo" es una marca fundamental en el proceso de construcción de la identidad tanto online como off line.”

Rosalía Winocur, 2009.

Introducción

El advenimiento de Internet y la tecnología web 2.0 han producido una diversidad de sitios web orientados hacia el aspecto social, es decir a la posibilidad de interactuar con otros usuarios compartiendo contenido, realizando comentarios, dando “me gusta”, chateando, etc. Los primeros sitios populares en la década pasada fueron los blogs y luego surgirían las primeras redes sociales. La principal novedad de estos sitios fue haber dado la posibilidad al usuario de publicar su propio contenido con un gran número de personas, de manera simple y rápida. De modo que la inmediatez es un elemento central de estos sitios y aplicaciones, sumado a la constante actualización, debido a que se suben muchos contenidos por minuto a nivel mundial². La imagen es otro elemento preponderante de las aplicaciones colaborativas, y gran parte de las acciones que se realizan en esos sitios son “colgar” o subir imágenes. *Instagram* es un ejemplo de ello.

Estos sitios colaborativos y la llegada de las nuevas tecnologías han invadido todos los ámbitos de la vida de las personas, al punto de traspasar las barreras tradicionales de la intimidad como el hogar, la pareja, o la familia. Es el caso de *Instagram*, porque es una red social donde la frontera entre la vida pública y privada se vuelve permeable, de manera más prominente que en otras redes sociales. Allí las personas publican contenidos de su vida personal, a veces en formato de “historia” y a veces en formato de publicación normal, que son los *post*. Tal fenómeno está dado porque la materia prima de *Instagram* es la fotografía, de modo que en esa red social se construyen relaciones mediadas por imágenes. Sumando a lo anterior, existe una creencia muy arraigada en la sociedad de que los jóvenes revelan toda su vida privada en las redes sociales.

La consultora *We Are Social* realiza cada año un relevamiento de consumo de redes sociales en todos los países del mundo, incluido la Argentina: afirma que *Instagram* alcanzó a comienzos de 2022 los 24.70 millones de usuarios. (Kemp, 2022).³ *Instagram* es una aplicación a la que los usuarios ingresan a través de su teléfono inteligente, en este sentido la consultora agrega que el número de dispositivos móviles fue de 55,19 millones a nivel nacional en 2021, es decir que la cantidad de conexiones a través de celulares, *tablets* y portátiles superan a la población total (121.6%).⁴ El informe agrega que *YouTube*, *WhatsApp*, *Facebook* e *Instagram* son las plataformas preferidas de los argentinos activos en redes sociales que tienen entre 16 y 64 años de edad. La ventaja que tuvo

²Disponible en: <https://es.statista.com/grafico/17539/datos-creados-online-en-un-minuto/>

³ “Numbers published in Meta’s advertising tools indicate that Instagram had 24.70 million users in Argentina in early 2022.”

⁴Disponible en: <https://www.unidiversidad.com.ar/cuanto-tiempo-pasamos-en-las-redes-sociales-y-que-plataformas-preferimos>

Instagram es ser la red social nativa móvil, es decir que no tuvo que adaptarse al móvil como sí lo hicieron *Facebook*, *Twitter* y *Youtube*.

Para algunos autores la relación entre tecnologías y jóvenes es conflictiva, y plantean que hay una brecha digital, es decir que el acceso a estas tecnologías es desigual en la juventud; para otros es un escenario que presenta oportunidades, donde existe una apropiación de redes sociales por los jóvenes tomando un rol activo como creadores de contenidos. Más allá de eso hay una tercera posición que aborda esta temática como una manera de entender que el concepto de intimidad y su sentido se transformó con las redes sociales, dando lugar a nuevas configuraciones de lo público y lo privado. A través de diversas lecturas como las de Paula Sibilía “La intimidad como espectáculo” (2008) y Rosalía Winocur “La intimidad de los jóvenes en las redes sociales” (2012), decidí estudiar esta temática. Indagar la intimidad en *Instagram* y como ésta es percibida por los jóvenes es el interés primordial que me llevó a realizar esta tesis de grado⁵.

De modo que el interrogante de esta investigación es este:

- ❖ ¿Cómo perciben jóvenes de Neuquén Capital la exposición de la intimidad en Instagram?

Objetivo:

- ❖ Indagar cómo perciben los jóvenes de Neuquén Capital la exposición de la intimidad en Instagram.

Objetivos específicos:

- Relevar qué momentos y situaciones de la vida personal comparten en Instagram.
- Determinar qué momentos y situaciones de la vida personal no comparten en Instagram y por qué.
- Indagar qué contenidos de la intimidad de otros jóvenes prefieren no consumir.

⁵ Porque como dijo Martin Lavalle “las tecnologías implican más que lo que se hace con ellas, antes que una praxis representan, sobre todo, un fenómeno social que amerita un análisis” (Lavalle, 2018).

Estado del arte

Se puede clasificar a los estudios hallados sobre la cuestión de la intimidad en los que hablan de las redes sociales en general y los que se centran específicamente en la red *Instagram*.

Rosalía Winocur publicó “La intimidad de los jóvenes en las redes sociales” en *Telos: Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología* de 2012. La autora utilizó como metodología entrevistas en profundidad, le consultó a jóvenes de entre 19 y 25 años cuáles eran las cosas íntimas-privadas y las públicas en su vida, para comprobar si los espacios virtuales como *Facebook* aparecían en esas definiciones. Encontró que los jóvenes no separan la vida *on line* de la vida *off line*, porque “en sus prácticas cotidianas y en sus universos significativos ninguno de estos ámbitos existe ni funciona sin la presencia del otro” (Winocur, 2012). Descubrió que tampoco piensan que mostrarse en *Facebook* signifique violentar su intimidad.

La autora clasifica tres tipos de respuestas. Un primer grupo de jóvenes aseguraron que lo íntimo es un lugar propio dentro o fuera de la casa, el hogar es un espacio que ahora tiene aspecto ambiguo, a veces es íntimo y a veces es público (Winocur, 2012). Muchos creen que el ámbito de la intimidad se ubica en la pareja, su cuarto y su cuerpo. Los pensamientos se han vuelto el núcleo duro de la intimidad. Otro grupo respondió que tienen responsabilidad por lo que se está mostrando, y no exponen su vida según lo indique el sentido común. La intimidad ha mutado y ya no forma parte de la idea tradicional de privacidad, dice. Por último, otra porción de jóvenes definen a lo íntimo como un padecimiento que no quieren exhibir por el temor a la estigmatización. Esto permite suponer que la exhibición explícita del sufrimiento no forma parte de la intimidad en *Facebook*, según la autora.

A su vez Winocur remarca que la relación soledad-intimidad se ha visto reformulada por redes sociales como Facebook, en sí mismo el concepto ya no alude al aislamiento o al estar solo: “Como bien señala Arfuch (2005), lo que caracteriza al reino de la intimidad es su «intrínseca condición comunicativa», cualidad especialmente denotada en las redes sociales. En cierta forma participamos de todas las conversaciones y eventos porque están disponibles, pero la mayoría de ellas no nos interesan; y de nuestras abultadas listas de 300 ó 400 amigos, solo interactuamos regularmente con aquellos 20 ó 25 que vemos todos los días o son significativos en nuestros afectos” (Winocur, 2012).

Existen otros estudios similares, como por ejemplo el de María Zuluaga Salazar quien publicó su tesis de maestría “La intimidad en los jóvenes a partir del uso de redes sociales” en 2014⁶. La autora

⁶ Es una investigación desarrollada para la Maestría en Educación y Desarrollo Humano del Convenio de la Universidad de Manizales.

quiso comprender cómo asumen el concepto de intimidad en *Facebook* los jóvenes de Antioquia, Colombia. Usó herramientas como la entrevista individual semiestructurada con 10 sujetos, entre 15 y 18 años, 6 hombres y 4 mujeres. También hizo el grupo focal con cuatro de los 10 sujetos que participaron en la entrevista individual semiestructurada, seleccionando a los que mostraron ser “más expresivos o manifestaron conceptos divergentes con el grupo”. El interrogante que guió la investigación fue: “¿Qué es intimidad para los jóvenes usuarios de las redes sociales, cómo la comprenden, cómo la conciben?” (Zuluaga Salazar, 2014).

El trabajo concluye en que a los jóvenes entrevistados les gusta usar *Facebook* para exhibirse y fisionear en la información de los otros, también porque tienen la necesidad de ser aceptados y reconocidos por sus pares en un espacio público. La mayoría de los entrevistados reconoce que allí se siente siempre: “lo que busca *Facebook* es dejar que uno aparente lo que no es” (Zuluaga Salazar, 2014). Para los jóvenes de este estudio, la intimidad se basa en la sexualidad y en la necesidad de no dejar que sus padres conozcan sus actividades privadas: “Consideran que quienes exponen su intimidad (...) son aquellos que publican fotografías en poses sugestivas sexualmente o ligeras de ropa. También quienes comparten información de sus relaciones íntimas o personales, fotografías besándose por ejemplo” (Zuluaga Salazar, 2014).

De modo similar a Winocur y Salazar, Carmen Sabater Fernández investigó cómo conciben la intimidad los jóvenes españoles que usan la red social Tuenti⁷. Su tesis es “La vida privada en la sociedad digital: La exposición pública de los jóvenes en internet”, fue publicada en *Aposta Revista de Ciencias Sociales* en 2014. La autora buscó determinar cómo es la exposición de la vida privada que realizan a través de Tuenti y *Whatsapp*, tomando como población a 400 jóvenes de 14 a 20 años, en La Rioja, España. Su metodología se basó en entrevistas y encuestas.

Sabater Fernández buscó conocer las actitudes y las conductas de la privacidad en los jóvenes. Observó que existen espacios heterogéneos y flexibles de la vida privada. Por ende, los jóvenes que más exhiben su intimidad son una minoría: muchos declaran ser conscientes de los riesgos de Internet y destacan que quieren tener un espacio personal, sin la injerencia de otras personas. Es decir, este fenómeno virtual no es el fin de la intimidad: “Los nativos digitales aprenden, cada día, configuraciones de privacidad, bloqueos y limitaciones de acceso. Así, limitan el acceso a su perfil social, sólo un 3,1% tiene un perfil público abierto a todos, dice Sabater Fernández (2014).

⁷ “Originalmente, Tuenti fue creada en 2006 como red social: entre los años 2009 y 2012, fue la red social más popular entre los adolescentes y jóvenes de España, pues contaba con más usuarios españoles que Facebook, Twitter, Instagram y MySpace, más de 15 millones de usuarios registrados. Tuenti fue incluso denominada como “El Facebook español”. Extraído de <https://es.wikipedia.org/wiki/Tuenti>

Continuando con este planteo, hallamos una investigación sobre los jóvenes argentinos y sus conductas sobre la intimidad en redes sociales. En este caso Joaquín Linne publicó su tesis “La ‘multimidad’: performances íntimas en *Facebook* de adolescentes de Buenos Aires” en 2016. Utilizó como metodología observaciones presenciales, 30 entrevistas en profundidad, y análisis de fotos personales. El estudio fue llevado a cabo entre los años 2010-2014. La metodología elegida por el autor fue de carácter mixta: “Tanto las entrevistas (30) como las observaciones se llevaron a cabo en colegios, centros de inclusión digital, cibercafés y vía pública (Linne, 2016)”.

El autor sostiene que la exhibición de la intimidad en Facebook obedece a ciertas prácticas dadoras de sentido y cita varios estudios como el de Lins de Almeida (2014), esta autora afirma que las usuarias de esa red social suelen mostrar aspectos de su intimidad de modo consensuado y calculado, en busca de obtener estatus dentro de su red de contactos: “La investigadora observa un tipo de fotos particular que se repite con frecuencia, el de las mujeres junto a sus esposos o cónyuges, lo que Lins de Almeida denomina como construcción y exhibición del ‘capital marital’”(Linne, 2016).

Linne propone usar el concepto “multimidad” para explicar estas prácticas de exhibición de la intimidad, para eso retoma aportes de Erving Goffman como el enfoque dramaturgico que estudia las *performances* de los actores, y Judith Butler para dar cuenta del discurso utilizado en la construcción identitaria. El autor dice que los jóvenes usan las fotos como un diario íntimo de la cotidianidad, teniendo en cuenta que son centrales las autofotos (*selfies*), las fotos con grupos de pares y los espacios como la escuela, plazas, esquinas, centros comerciales y hogares. Al contrario de lo que se cree -sostiene el autor- esta multimidad no es una necesidad de espectacularizar la vida privada y tampoco es algo espontáneo: los recursos usados por los adolescentes suelen ser meditados y forman parte de las diversas estrategias con las que construyen su imagen, ya que buscan crear la mejor versión de sí mismos para ofrecer a sus pares en Facebook. De este modo, la multimidad no es ni espectacular ni compulsiva, sino más bien un tipo de vinculación que revela nuevas configuraciones en torno a la vida pública, privada y la subjetividad (Linne, 2016).

Encontraremos a un segundo grupo de estudios que centran su mirada específicamente en torno a *Instagram* y la intimidad. Aquí se destaca una tesis llamada “De Bajtin al Smartphone: Instagram ¿una nueva topología espectacular?” de Alejandro Martín Lavalle (2018), realizada para la Universidad de Buenos Aires. La metodología de Lavalle es el análisis teórico, donde se busca determinar cuáles son “las rupturas, las continuidades y las emergencias” que presenta la red social

Instagram (Lavalle, 2018), basándose en los modelos de espectáculo propuestos por el autor Jesús González Requena⁸.

Lavalle analiza cuentas de *Instagram* de personas famosas de la política, el deporte y de la cultura como Lali Espósito, Mauricio Macri, el Papa Francisco y Lionel Messi. Su hipótesis es que *Instagram* propone una nueva modalidad de espectáculo donde hay un vínculo entre sujeto espectador y el cuerpo que se ofrece en exhibición. Lavalle también toma en el enfoque del psicoanálisis para determinar las implicancias de lo que Román Gubern (1987) llama cultura exhibicionista: “Asimismo, se muestran imágenes foto/telegénicas, donde se revela la predisposición de sus titulares para salir bien en cámara. Son conscientes de la presencia de una otredad que valora no sólo el contenido sino también la manera de publicarlo. Y allí se revela el síndrome de Eróstrato: se destruye el espacio de lo íntimo y se resigna esa interioridad para darla a conocer a través de las publicaciones” (Lavalle, 2018).

Fernanda Morocho Sarchi publicó “Instagram: uso y motivaciones de los jóvenes”, es una tesis de grado que fue realizada en 2019 para la Universidad Complutense de Madrid. La autora quiso investigar las principales motivaciones de los jóvenes para usar *Instagram*, analizando qué comparten en el perfil y en las historias. La metodología fue una encuesta a 539 usuarios de entre 14 y 35 años. Encontró que un 61% que tiene su perfil privado, es decir, tienen que aceptar la solicitud de seguimiento para que puedan ver sus publicaciones, porque solo quieren que les siga la gente que conocen (57%), otros usan esa opción para proteger sus datos (23%), o porque no les gusta que les revisen sus perfiles y que se generen chismes al respecto (20%).

Cabe destacar que los usuarios que tienen una cuenta pública corresponden a un 39%, quienes afirman tener un perfil abierto para compartir con más gente lo que hacen son un 75%. Así, los encuestados aseguran que el contenido que más cuelgan en sus perfiles son con amigos, amigas y familia (35%), seguido de *selfies* (auto fotos) y fotos en las que aparecen solos (29%), con un 21% de vacaciones, quienes publican información interesante un 11%. Por el contrario, el contenido que menos dicen compartir es de fiestas un 1,5%, el mismo porcentaje obtiene la publicación de memes y por último de comida y publicaciones de celebridades. Este estudio muestra que los jóvenes se sienten atraídos a Instagram debido a la simpleza de uso y al impacto visual que tiene para poder exponer sus emociones y gustos.

Siguiendo esta línea de saber cómo experimentan la intimidad los jóvenes en *Instagram*, Sol Gamarnik publicó “Percepciones sobre la exposición de la intimidad en Instagram. Un análisis en

⁸ En su libro del año 1988, “El discurso televisivo, espectáculo de la modernidad.”

producción y reconocimiento” (2019)⁹. Gamarnik buscó conocer qué le sucede al usuario de *Instagram* cuando lo que expone no se percibe de manera positiva, si les interesa a los usuarios consumir contenidos sobre la vida íntima del otro aunque no puedan saber si son auténticos, y qué perciben los usuarios cuando lo que comparte otra persona es algo que ellos no expondrían en *Instagram*.

Gamarnik hizo un análisis a través de entrevistas, mediante las que abordó a dos tipos de usos de Instagram: *instagramers*¹⁰, es decir, quienes tienen una cierta popularidad en esa red social, y los usuarios “tipo”, es decir, quienes la usan de manera tradicional. Las personas fueron seleccionadas con variación en género, ocupación, estudios y los *instagramers* según el tipo de perfil que tienen, de moda, música, deporte, etc.

La autora concluyó que en el caso de los *instagramers*, estos realizan una curaduría con dos criterios: qué tipo de contenido van a publicar, y cuánta edición lleva el contenido en el caso de que sea una fotografía. Siempre deben pensar si vale la pena compartir su opinión con respecto a temas controversiales de la actualidad (política, por ejemplo). En el caso de compartir esa opinión, eso implica que cierta cantidad de sus seguidores no estén de acuerdo, lo que afectaría a su imagen pública según Leech (Leech, 2014, en Gamarnik, 2019). Luego los *instagramers* se expresaron acerca de publicar cosas en torno a la vida privada. En esos casos piensan lo que conviene y lo que no conviene subir, porque la exposición de lo íntimo puede atraer críticas por parte de los espectadores.

En cuanto a estudios regionales, se destaca la tesis de grado que indaga sobre el uso que le dan a las redes sociales los adolescentes patagónicos: “Estudiantes allenses y redes sociales: un estudio exploratorio sobre prácticas y usos” de Florencia Patalano fue hecho en 2017 para la licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional del Comahue. Patalano explora los usos y hábitos de consumos de redes sociales de adolescentes de Allen (Río Negro, Argentina), utilizando una metodología mixta: grupos focales y encuestas. La autora buscó determinar qué redes sociales usan los adolescentes, para qué las usan, qué rol o función le asignan a cada una, y qué contenidos comparten. Concluye que los adolescentes usan muchas redes sociales al mismo tiempo, y a cada una le otorgan una funcionalidad específica. Para los jóvenes allenses *Instagram* es un espacio de representación personal. Usan las redes para socializar, también para sentirse valorados o halagados, a través del “me gusta.” Sumado a eso, usan las redes para entretenerse y pasar el tiempo, ya sea para el consumo de memes, videos o fotografías.

⁹ Fue hecho para la Universidad de San Andrés (Buenos Aires, Argentina).

¹⁰ Instagramer será el nombre con el que nos remitiremos a los usuarios de Instagram con más de 50 mil seguidores. Cuyas cuentas sean públicas y tengan un nombre personal -no el de una empresa o compañía-. (Gamarnik, 2019)

Resumen

Trazando un recorrido por el estado del arte se advierte que en varios estudios los jóvenes encuestados o entrevistados no creen que haya habido una pérdida de la intimidad en redes sociales como *Facebook* o *Instagram*. Es falso el supuesto de que comparten toda su vida privada en esos espacios virtuales. Al contrario, los jóvenes se muestran conscientes de los riesgos de exponerse. Las prácticas, conductas y *performances* no son por una necesidad de espectacularizar la vida privada: son estrategias que tienen sentido para ellos, en tanto ayudan a construir su imagen o fachada en el mundo virtual. Además, esas prácticas los llevan a ser visibles en los espacios significativos donde transcurre la sociabilidad *online* y *offline*. (Winocur, 2012).

La intimidad no desapareció, ha sufrido una transformación de su significado. Ahora es una intimidad pública y privada. Hay, sin embargo, espacios digitales que están en una zona gris, que existen por fuera de los entornos típicos de lo privado y lo público. A veces se produce la exteriorización de algunos espacios de la vida personal, pero no como algo que hacen todos los jóvenes. En ese sentido, la intimidad no se transformó por las redes sociales, sino que los jóvenes las adaptan a su trayectoria de vida: “parece que las TIC, más que cambiarle la vida a las personas, sufren las consecuencias de los cambios que éstas realizan en sus "usos previstos", para volverlas compatibles con sus trayectorias biográficas y sus sistemas de referencias socioculturales en el marco de la vida cotidiana.” (Winocur, 2009, 16)

En muchos casos, algunos jóvenes de México, Colombia y España aseguran que no mostrarían en Instagram o Facebook sus sufrimientos, su sexualidad, su pareja, o las fiestas a donde van. Como se dijo el sufrimiento o los sufrimientos no forma parte de exhibición de la intimidad en redes sociales: “Asuntos penosos y que por lo general entrañan un profundo sufrimiento, como las peleas con los padres o los conflictos familiares; los complejos de inferioridad (lo que no les gusta o les da vergüenza de sí mismos), los sentimientos de exclusión (sentir que quedaron fuera de algo o no fueron tenidos en cuenta en alguna movida, chisme o actividad) y las fantasías sexuales, en la mayoría de los casos no son objeto del intercambio cotidiano en las redes sociales”(Winocur, 2012).

Por ejemplo, en la población de estudio de Sarchi hay 61% de jóvenes encuestados que expresan tener su perfil de Instagram como privado, es decir que quien los quiere seguir tiene que solicitarles permiso en su perfil. Se evidencia que los jóvenes conocen y aprenden día a día nuevas estrategias en redes sociales para proteger su intimidad. En el mismo estudio se revela que eligen la opción de “historias” en vez de la publicación normal, “Lo que sí es notorio es que las publicaciones en las

historias son mucho más frecuentes que las que se cuelgan en el perfil, de 1 a 3 historias cada 3 o 4 días frente a los 15 días que pueden pasar entre una imagen y otra colgada en el perfil” (Sarchi, 2019). En el estudio de Sabater Fernandez la población entrevistada manifiesta también esta preocupación por la privacidad, más del 80% toma recaudos a la hora de proporcionar sus datos personales por Internet y se declara consciente de sus riesgos: “En general, los jóvenes reservan su información, lo que cuentan, lo que hablan, sus objetos personales y su espacio personal. Sus actitudes expresan el deseo de vivir en contacto con su universo privado, sin la intromisión de personas ajenas”(Sabater Fernandez, 2014).

Linne por ejemplo propone revisar críticamente el concepto de “extimidad” (Sibilia, 2008) y arroja nuevas líneas de investigación sobre la subjetividad de los adolescentes a partir del análisis de imágenes. De ahí que el concepto de “multimidad” ocupa un tercer lugar, entre las visiones que se fascinan por las nuevas tecnologías, y las que plantea un escenario catastrófico de la relación entre jóvenes y tecnología. La multimidad revela un escenario más acorde para entender las transformaciones entre lo privado y lo público. (Linne, 2016)

De manera similar a Linne, Winocur plantea que para entender esta temática hay que recuperar la experiencia subjetiva de los jóvenes en redes sociales, se debe salir de las visiones típicas que rodean a este tema: “Creo que existe una sobredeterminación de interpretación sobre el comportamiento visible de los sujetos, más precisamente de algunos sujetos que aparentemente exhiben todos los rincones de su intimidad en Internet, que por una parte lleva a ignorar la manera en que construyeron subjetivamente esos actos y cómo se los representan en términos de su intimidad; y, por otra, inducen a pensar que los casos excepcionales son casos paradigmáticos de la erosión de la privacidad, cuando en realidad la abrumadora mayoría de los jóvenes muestra muy poco de su intimidad en las redes sociales. (Winocur, 2012).

Los estudios regionales como el de Patalano fundamentan que *Instagram* es un espacio de representación personal para los adolescentes (2017), y esa muestra poblacional no especifica qué edad está tomando en cuenta. Sí establece otras condiciones de la población como la condición económica de los sujetos, si disponen de computadora en su hogar, y su nivel de instrucción en las TIC, si disponen de teléfono inteligente, y si cuentan con servicio a Internet. A su vez, la autora indaga de manera aproximada qué nivel de privacidad le otorgan los adolescentes a Instagram comparada con otras redes sociales. Allí solo se hace mención de las conversaciones en el chat de Instagram, no se indaga más desde la perspectiva de los sujetos cómo es percibida la intimidad en esa red social.

Sumado a lo anterior, Patalano investigó en 2017, por lo que en ese sentido es necesario hacer estudios regionales sobre Instagram que den cuenta de problemáticas actuales.

Marco teórico

Redes sociales, conectividad y mediatización

Las redes sociales forman parte de lo que algunos autores denominan la Web social, que permite la interacción fluida entre las personas y la participación directa entre creadores y audiencias. Para Marcelo Urresti, estas redes son “sistemas interconectados de usuarios que, a través de computadoras, *tablets* o *smartphones*, les permiten compartir información y servicios, mientras construyen perfiles públicos o semipúblicos con los que interactúan con sus grupos de contactos. Éstos son los recursos fundamentales para interactuar en redes sociales: chat; crear, editar e intercambiar imágenes y videos; tuitear, comentar, dar “me gusta” y recomendar contenidos” (Urresti et al., 2015, p. 46).

Las redes sociales son una parte fundamental del entramado de la web 2.0, un término técnico que marca una distinción entre la primera y la segunda época de la *Web*. Durante la primera etapa -desde su creación hasta 2010 aproximadamente- el usuario aparecía como un sujeto pasivo que recibía la información o la publicaba sin generar demasiadas interacciones; la segunda fue la permitió la creación de los *blogs*, las redes sociales y otras herramientas similares (Sibilia, 2008). La innovación principal fue facilitar la interactividad del usuario, porque el diseño de estas nuevas plataformas está pensado para que cualquier persona (y no solo las grandes instituciones de medios o empresas) se convierta en autora de su contenido.

La característica principal de la web 2.0 es que está pensada para que seamos usuarios participativos. Este factor es lo que ha provocado el proceso de crecimiento que registra la web y que la convierte en un universo de sitios más amigables para los usuarios: “Como vimos, esto sería imposible sin el carácter amistoso de las tecnologías digitales y su permanente invitación a generar y publicar materiales personales, producidos de modo amateur”(Urresti et al., 2015, p.78).

En cuanto al aspecto social, la mayoría de los sitios de redes sociales sirven para hacer más sólidas las relaciones *offline* preexistentes, y no para conocer gente nueva. Estas relaciones pueden ser

débiles, pero suele haber algún elemento *offline* en común entre las personas que se hacen amigos a través de redes sociales. Estas plataformas llegaron para cumplir la necesidad de las “multitudes” de vivir en comunidades virtuales: “Las multitudes son un ámbito intermedio entre los individuos y los colectivos; una multiplicidad de singularidades que articula y organiza experiencias, ideas y emociones de modo múltiple y sin una unidad homogénea” (Urresti et al., 2015, p.47).

El poder publicar contenidos con un gran público de gente desconocida es una de las características innovadoras de esta tecnología. Como se dijo antes, las herramientas digitales facilitan la publicación de contenidos de una manera simple, convirtiendo a internet en un terreno liberado para que toda persona que quiera expresarse encuentre su lugar y pueda compartir su publicación con otros: “En este sentido, internet ha abierto un espacio de comunicación interpersonal con conocidos y especialmente con desconocidos, que no tiene parangón con otros medios o tecnologías anteriores. Si cualquier usuario puede volcar textos, imágenes, videos, archivos de sonido o lo que pueda producir a la red, es claro que hay cada vez más instancias de publicación especialmente dispuestas para los anónimos, que así pueden exponer parte de su privacidad mediante la circulación virtual de aspectos de su vida subjetiva, situación casi remota con otras tecnologías de la comunicación” (Urresti et al., 2015).

Mauricio Tolosa (2013) hace la distinción entre medios de comunicación y redes sociales. Para este autor la diferencia se trata de dos paradigmas de la comunicación distintos. En los medios de comunicación el contenido se elabora sin participación del público. En cambio, las redes sociales solo cobran vida cuando las personas las utilizan y se apropian de esos espacios, publicando contenido en todo momento. Las redes sociales cobran relevancia cuando se constituyen en comunidades de usuarios que comparten contenido y se comunican. Es decir, que en las redes sociales la comunicación se da de manera horizontal, favoreciendo la construcción de una comunidad que comparte cultura y significados. El modelo de empresas de Internet fue algo innovador en el capitalismo de finales del siglo XX, donde aparecieron empresarios jóvenes y extravagantes: “A fines del siglo XX el Internet refrescó al capitalismo, mostrando una imagen de éxito diferente a la de aquellos anticuados capitalistas de la era industrial, explotadores y contaminantes. En la nueva ola convergen el glamour, la juventud, la audacia, la extravagancia y el dinero.” (Tolosa, 2013).

José Van Dijck (2016) da cuenta del proceso que llevó a las empresas de redes sociales a darle un valor medible a la conectividad de los sitios 2.0, y con el cual fue creada la idea “socialidad online”. El crecimiento de las redes sociales a partir de 2010 impulsó a las grandes plataformas propietarias a centrarse en los datos de usuarios, al punto que el interés mayor se basa no tanto en conformar una

comunidad de usuarios, sino en obtener datos personales de cada uno de ellos. Es decir, que lo que se busca es monetizar la conectividad de los usuarios. Así es que la idea de interactuar fue readaptada por las empresas tecnológicas hasta ser un recurso valioso, a medida que se pudieron codificar los datos personales a través del procesamiento algorítmico. De esta manera las posibilidades de interacción que ofrece la web 2.0 como algo novedoso, fueron apropiadas por las empresas y reconvertidas en una bien redituable en el mercado. El término 'social' de las redes oculta más que lo que revela, las acciones típicas como "compartir", "seguir" o dar "me gusta" significan una predilección ideológica. En las relaciones que se construyen entre los humanos y las máquinas, es indispensable comprender las lógicas de los algoritmos, los metadatos y los *bots*, pues lo social en las redes se construye tanto por la conexión humana como por la conectividad automática, dicen Rubiano y Pinilla (2017).

Obtener seguidores es uno de los imperativos de las redes sociales según Van Dijck (2016), pero este término tiene un significado amplio: se puede entender como un grupo neutral de personas, o también de devotos y creyentes, en el contexto de las redes sociales significa el número absoluto de personas que siguen a un usuario. Así se construye la "socialidad online" de la que antes se hizo mención, donde la conectividad es un valor cuantificable.

La conectividad es otro de los imperativos de las redes sociales, la autora llama a esto principio de popularidad: cuantos más contactos tenga y establezca un individuo, más valioso resultará, porque entonces más personas lo considerarán popular y desearán establecer contacto con él. Lo que vale para las personas también se aplica a las ideas o cosas de las que se puede "gustar": la gustabilidad no es una virtud atribuida de manera consciente a una cosa o idea por una persona, sino el resultado de un cálculo algorítmico derivado de la cantidad de clicks instantáneos en el botón "me gusta". (Van Dijck, 2016).

Para la autora, el botón "me gusta" presente en *Instagram*, es un valor que se puede medir en números, que demuestran celebración y aplauso, también desaprobación y rechazo. Más que nada favorece evaluaciones instantáneas, emocionales y positivas. De modo que la popularidad convertida en un concepto se vuelve manipulable para fomentar los índices de aprobación en esa red social. Aquellas personas que tienen muchos amigos o seguidores comienzan a ser consideradas influyentes, y su autoridad aumenta. Las ideas que reciben un "me gusta" de muchas personas pueden llegar a convertirse en tendencias." (Van Dijck, 2016).

Eliseo Verón dice que para definir a un medio de comunicación hay que pensar en su materialidad, "un medio de comunicación social es un dispositivo tecnológico de producción-reproducción de

mensajes asociado a determinadas condiciones de producción y a determinadas modalidades de recepción de dichos mensajes”(Verón, 1997 en Gamarnik, 2019). Para algunos autores los dispositivos móviles pertenecen a esta categoría (Logan y Scolari, 2014 en Gamarnik, 2019), porque los mismos influyen directamente en las formas de relacionarse con los demás, así como en la producción, distribución y consumo cultural.

En ese sentido, la manera en que los seres humanos producimos sentido requiere que haya una instancia material, es un proceso cultural y tecnológico conocido como la “mediatización”. Para Verón la emergencia tecnológica siempre tuvo efectos de transformación. Por ejemplo, la llegada de la escritura cambió a la oralidad. En el mismo sentido, Internet logró una modificación en la escritura y fotografía, creando nuevas prácticas que se observan plasmadas en las redes sociales (Gamarnik, 2019). Por lo tanto, la mediatización es parte de la cultura desde el comienzo de los tiempos. Así fue con la aparición de la escritura, del telégrafo, del correo, etc., dice.

Instagram y la importancia de la imagen

Instagram es una red social y una aplicación móvil que permite capturar, editar y compartir fotos, videos y mensajes con otros usuarios de una forma simple, fue creada por Kevin Systrom y Mike Krieger en octubre de 2010. El origen de su nombre procede de dos palabras: instantánea y telegrama. La fotografía ha evolucionado desde un aspecto técnico en la miniaturización de los dispositivos y la rapidez en el revelado, Instagram se nutre de esta evolución y ofrece agregar una variedad de filtros a las fotos, además de hacer un posteo o publicación y la función de historias: publicaciones que duran sólo 24 horas hasta que caducan. (Sarchi, 2019).

La idea prototipo de *Instagram* surgió cuando Systrom realizó un viaje a Italia para estudiar fotografía. Allí uno de los profesores le dijo que una buena cámara no hace a un buen fotógrafo. Entonces se decidió utilizar una *Polaroid*, ya que ese dispositivo permitía obtener imágenes instantáneas. Partiendo de esa idea, Systrom pensó en crear una aplicación que le permitiera publicar imágenes digitales de una manera simple. Tras pasar varios meses perfeccionando la interfaz surgió el prototipo de *Instagram*: una plataforma digital que permitiría compartir imágenes cuadradas, como una forma de hacerle honor a las cámaras *Kodak Instamatic* y *Polaroid*.

Martin Lavallo argumenta que la convergencia de cámaras en miniatura y telefonía celular fue favorable al desarrollo y el crecimiento de *Instagram*, porque la impulsa a ser popular entre los usuarios de redes sociales como parte del proceso de miniaturización de los dispositivos: “Ya no se requiere de un conocimiento técnico sólido para tomar fotografías: si en décadas anteriores se

requería de la captura y el revelado, la aceleración actual ofrece todo al instante: la captura y el producto” (Lavalle, 2018).

La imagen es el elemento que más importancia tiene para *Instagram*, y quizás se trate de una de las características relevantes de la época contemporánea, por eso algunos autores hablan de una “producción imaginal de lo social” (Dipaola, 2010 como se citó en Murden & Cadenasso, 2018). Es decir, que las relaciones sociales en la actualidad se establecen entre imágenes, convivimos con imágenes y nos constituimos entre ellas. Justamente en las redes sociales la acción más realizada es la de publicar o “subir” fotografías (Espinar y González, 2009 como se citó en Murden & Cadenasso, 2018).

Las características novedosas que incorporó la tecnología móvil digital son varias; una es que las fotografías pueden ser tomadas en muchas situaciones. Casi toda circunstancia puede convertirse en situación fotografiable (con tecnologías anteriores era más difícil). La otra es el costo casi nulo de cada fotografía digital que permite la toma espontánea y la experimentación. Por consiguiente, al existir tanta cantidad de fotografías y al ser fácil tomarlas, el “momento fotográfico” deja de ser un ritual y pierde lo majestuoso; “en este sentido, cada fotografía pierde atractivo, disminuye su valor específico”, sostienen Urresti et al. (2015).

Teniendo en cuenta la centralidad de la fotografía en el entramado de Instagram, algunos autores argumentan que la fotografía digital representa algo distinto a lo que significa la fotografía analógica. La imagen digital es más moldeable, tiene menos valor simbólico porque pasa de ser un registro del pasado que aconteció a un presente continuo que se comparte en redes: “No es ya solamente la prueba de que algo ha sido, sino de que algo está siendo. Y tanto más por cuanto la fotografía digital deja de ser un objeto estático para convertirse en un *work in progress*, moldeable y manipulable por contraposición al carácter más bien fijo de la fotografía analógica. La obligación de hacer visible y mostrar se conjuga con el mal de archivo para despojar a la fotografía de su riqueza simbólica y desencantarla. Al mismo tiempo se fragmenta la experiencia en torno a esas colecciones de vida registradas por las cámaras omnipresentes”(Fernández Vicente, 2022).

Como decíamos la fotografía en Instagram es central, en el caso de las publicaciones de *post* estas van acompañadas de un epígrafe que le otorga un sentido o significado a la foto: “Cada fotografía tiene un encuadre que da énfasis, un énfasis que alude al lugar que bien puede ser el cuarto de habitación de los jóvenes, el baño de un restaurante, un parque, la playa, entre otros. Asimismo, hay un elemento importantísimo: las fotografías no se presentan desnudas, van acompañadas de un comentario de su autor, lo que en fotoperiodismo se conoce como el pie de foto. Este comentario o

pie de foto es el contexto donde la foto aparece, quién la está observando o contemplando y por qué. Todo ello es fundamental para que la foto adopte un sentido, un significado, un simbolismo. Personaliza una situación”(Torres, 2017).

La estetización de la vida en Instagram

El autor Pablo Boczkowski aborda la problemática de vivir en una sociedad que se expone a una constante sobrecarga de información. En su libro “Abundancia: La experiencia de vivir en un mundo pleno de información” (2022), asegura que la socialización contemporánea a través de la tecnología no es algo nuevo pero se volvió a estudiar con el advenimiento de las redes sociales y el internet.

Si *Instagram* fuera la metáfora de un espacio físico real sería una pasarela, *WhatsApp* es como un café y *Facebook* es como un centro comercial. En *Instagram* los usuarios sienten la presión de brindar la mejor imagen de sí mismos y observar cómo se ven los demás. En este sentido, los usuarios se constituyen como objetos de un modo doble: “individualmente son las personas que otros miran, y colectivamente constituyen el ambiente visual dentro del cual la observación acontece” (Boczkowski, 2022, p.144).

A diferencia de otras redes, para los usuarios de Instagram esta es la red social más estetizada, donde se comparten contenidos a veces frívolos y se siguen a cuentas de celebridades de distintos ámbitos. La estetización de Instagram es una de sus características predominantes, eso conlleva presiones emocionales y auto evaluaciones negativas: “Los entrevistados suelen usar la plataforma para embellecer las fotos y videos de sí mismos, de sus viajes, mascotas, comidas, posesiones materiales y cualquier otro objeto que publiquen. Tanto así que a veces la plataforma es usada predominantemente por las capacidades del programa de edición”(Boczkowski, 2022, p.146).

Para el autor, la estetización también está vinculada al hecho de que los usuarios siguen las cuentas de celebridades de un modo más frecuente que en otras redes sociales, como una manera de experimentar la sensación de glamour, en comparación con la percepción de que la propia vida es ordinaria, como indica un testimonio: “En Instagram sigo a bastantes famosos. Me gusta ver qué pasa en las vidas de los famosos porque mi [propia] vida es bastante rutinaria”(Boczkowski, 2022, p.148).

Aunque muchos usuarios siguen muchas cuentas de celebridades y entretenimiento, hay una idea compartida de que Instagram es un espacio mucho más pequeño o íntimo que otras plataformas. Las personas ven que las diferentes plataformas tienen distintos niveles de intimidad, en el caso de Instagram lo perciben como un lugar donde pueden comunicarse con audiencias más pequeñas y

selectivas. Esto le da forma a los tipos de contenidos que las personas publican en esta plataforma (Boczkowski, 2022, p.149).

Los jóvenes como categoría polisémica

Marcelo Urresti, Joaquín Linne y Diego Basile¹¹ (2015) explican el lugar que ocupa la juventud en una sociedad de innovaciones tecnológicas constantes, y cómo el ser joven se vincula a una socialización singular. Los autores dicen que una sociedad puede ser vista como el resultado de las tradiciones que se prolongan en el tiempo y fueron asimiladas por las personas. La experiencia que se despliega en la juventud es especial: hay una mirada desprejuiciada, liviana y poco comprometida con esas tradiciones (Urresti et al., 2015). El valor de la ancianidad, el valor de la madurez o el valor de la juventud nos dice mucho sobre la sociedad a la que nos remitimos, ser joven implica tener una carga más leve, y una mayor autonomía respecto de los legados.

A diferencia de Urresti, para Winocur es más probable encontrar similitudes entre pandillas de ciudades como Ciudad de México, Madrid y Río de Janeiro, que entre los diversos grupos de jóvenes que viven en una misma ciudad. Esto es debido a que se está re-definiendo el concepto de transición de las etapas de menor a mayor madurez, porque las fronteras entre unas y otras son menos visibles. Ya no existe algo similar a un proceso de evolución lineal y previsible de la juventud a la adultez, donde los que no podían transitar eran tachados de inmaduros o marginales. Ya nada indica que si se siguen ciertos caminos y se accede a oportunidades -como el acceso a la educación superior-, esto garantice un futuro de estabilidad y empleo: "El concepto de frontera que marcaba la edad, en la actualidad ha perdido parte de su significado. Resulta más apropiado referirse al proceso de transición como una condición 'entre dos fronteras' o un 'estado liminar'" (Moreno Minguez, 2008 en Winocur, 2009).

Siguiendo la línea de Winocur, Rossana Reguillo plantea que la juventud no es una categoría unívoca, que no puede ceñirse a las delimitaciones biológicas como la de la edad (algunas sociedades nunca han utilizado este recorte). Las sociedades en diferentes etapas históricas han planteado las segmentaciones sociales por grupos de edad de varias maneras. La juventud es una idea construida culturalmente, fue una invención de la posguerra que hizo posible el surgimiento de un nuevo orden internacional con una geografía política en la que los vencedores accedían a estándares de vida más altos e imponían sus estilos y valores. Nació un así un discurso jurídico, un discurso escolar y una

¹¹ Del libro "Conexión Total : Los jóvenes y la experiencia social en la era de la comunicación digital " (2015).

industria, que reivindicaban la existencia de los niños y los jóvenes como sujetos de derecho y como sujetos de consumo. (Reguillo, 2000).

Recapitulando, para Urresti una sociedad se desarrolla con una colección de instituciones, cosmovisiones e imaginarios que recibe de su pasado y que intenta re adaptarlos al presente. En ese sentido puede reemplazarlos y transmitirlos al futuro. En una sociedad hay un grupo de generaciones conviviendo en un mismo presente, grupos con distintas trayectorias y experiencias de vida que por lo tanto tienen distintos tipos de socialización. Aunque compartan ese mismo presente esos grupos van a diferenciarse entre sí, la experiencia social hace que el presente sea común y distinto a la vez, dando como resultado distintos modos de percibir la realidad. La categoría de juventud significa formar parte de un grupo social que no está atado a esas tradiciones que los preceden. En el contexto de una sociedad con avances tecnológicos constantes, ser joven implica tener una carga más leve y una socialización singular. También significa una subjetividad diferente, que se refleja en un posicionamiento histórico y cultural, el ser joven remite a un conjunto de referencias culturales dominantes. Esas referencias hacen que los sujetos se sientan parte de una generación y más distantes de otras (Urresti et al., 2015).

La privacidad, la intimidad y la extimidad

Es pertinente para los objetivos de esta tesis de grado hablar sobre qué es la privacidad como concepto. Según John B. Thompson (2011) la manera correcta de conceptualizar la privacidad es en términos de control. En este sentido, la privacidad tiene que ver con la capacidad de los individuos de tener control sobre algo. Ese “algo” puede ser información, es decir que para el autor, la privacidad es la capacidad de controlar lo que cada uno revela sobre uno mismo, y de qué punto éstas pueden comunicarse con los demás. Además, es importante observar que lo que se considera como “privado”, y lo que se considera como una invasión o violación de la privacidad varía en diferentes contextos; en otras palabras, lo privado es altamente contextual.

Helen Nissenbaum propone una explicación de la privacidad en términos de lo que llama “integridad contextual”. Su argumento es que la privacidad siempre debe ser analizada en relación con las diferentes esferas o contextos en los cuales los individuos desarrollan sus vidas. La reconstitución de lo público y lo privado como esferas de información y contenido simbólico cada vez más separadas de los escenarios físicos y más entramadas con las tecnologías de comunicación en desarrollo y los flujos de información, han creado una situación muy fluida en la cual los límites entre lo público y lo privado se desdibujan y cambian constantemente, y en la cual los límites que sí existen

en cualquier momento se vuelven porosos, discutibles y sujetos a negociación y resistencia (2004, 2010, como se citó en Thompson, 2011).

A diferencia de Thompson, Sibilia va más allá y plantea que las fronteras que separaban los espacios públicos y privados están desintegrándose, en medio de una crisis que desafía dichas categorías se requieren nuevas interpretaciones, “la privatización de los espacios públicos es la otra cara de una creciente publicitación de lo privado, una sacudida capaz de hacer tambalear aquella diferenciación de ámbitos antes fundamental” (Sibilia, 2008, p.28). De este modo en el seno de una sociedad globalizada se percibe el desplazamiento de una subjetividad interior hacia nuevas formas de autoconstrucción.

Sibilia utiliza el término “extimidad” para denotar la exposición de lo íntimo en las redes sociales. Para la autora este fenómeno es algo novedoso y propio del siglo XXI. En el estudio de Zuluaga Salazar (2014) se detalla el origen de la palabra “extimidad”, inventada por Jacques Lacan (aparece por primera vez en su seminario sobre La ética del psicoanálisis en 1958). La existencia de una esfera privada de la vida de cada persona es una construcción del mundo occidental, tuvo su apogeo entre los siglos XVIII y XIX, y estuvo relacionada con el modo de vida posterior a la Revolución Industrial. En la sociedad burguesa del siglo XIX cuestiones como el ámbito familiar y el rol de la mujer se mantenían en la intimidad como un resguardo de las exigencias de la ciudad, sostiene Sibilia. El “yo” interior, la esencia personal, debía ocultarse en la privacidad del hogar, así nacía el *homo privatus* (Sibilia, 2008, p.92). Por lo tanto, en el momento de interacción con otros fuera del hogar, el yo interior quedaba oculto detrás de una cortina que resguarda las cuestiones personales.

En la sociedad del siglo XXI -dice- la intimidad ya no es un valor a ser protegido. El *homo privatus* ahora se define por lo que otros pueden ver. Mientras el “yo” burgués del siglo XIX se basaba en la cultura letrada, las nuevas subjetividades contemporáneas necesitan la mirada del otro, todo lo que se muestra tiene valor para los demás y es parte de la construcción de la identidad personal.

Para la autora, el fenómeno de la “extimidad” comenzó cuando las redes de computadoras y los sitios web 2.0 llegaron al mundo, y produjeron mutaciones culturales que todavía están en desarrollo. Los medios de comunicación tradicionales, como la radio y la televisión, se basaban en el servicio *broadcasting*, es decir un solo emisor para muchos receptores. Por el contrario, la web 2.0 permitió a los usuarios ser protagonistas, esto se ve en la proliferación reciente de los *influencers*: un fenómeno típico del siglo XXI. Un ejemplo de este cambio cultural en el ecosistema mediático es la portada de la revista “*Time*” del año 2006, que estuvo dedicada por primera vez a todo el mundo, es

decir a las personas “comunes” y no solo a las más influyentes. Invitaban a los lectores a verse reflejados a sí mismos, con un tono de narcisismo, en el más alto podio mediático.¹²

Así comenzó una nueva era donde proliferan otras subjetividades, que pueden entenderse como “formas de ser y estar en el mundo¹³” (Sibilia, 2008, p.20). En los espacios virtuales de Internet surgen nuevas prácticas confesionales difíciles de catalogar. Son rituales variados que crean una espectacularización de la vida privada de cada usuario. Las subjetividades del siglo XXI se construyen usando las herramientas del espectáculo y las relaciones interpersonales con los otros están mediadas por imágenes. También se usan los recursos de la dramática, la televisión y el cine para mostrarnos a nosotros mismos. Sin embargo, estas prácticas confesionales tienen un componente de ficción, pero es una ficción necesaria, puesto que el sujeto está hecho de esos relatos. Esta nueva subjetividad es más plástica y cambiante, ya no existe el imperativo de mostrar la vida propia tal cual es (Sibilia, 2008). Estas nuevas prácticas son similares a los géneros autobiográficos, en las redes sociales los sujetos son narradores de sus propias vidas, se articula un “yo” que es triple: autor, narrador y personaje. En estos discursos de auto-referencia, la propia vida adquiere consistencia y sentido. Esto marca una tendencia a consumir vidas ajenas en redes sociales: ahora hay algo de atractivo en las cosas más mundanas de la vida de cada persona.

A diferencia de Sibilia, Winocur plantea que el ejercicio de exhibir la intimidad implica un momento de reflexión individual. En este nuevo escenarios de producción del yo, donde todos pueden trascender en el espacio público de las redes se trata -dice- de hacerse responsable de lo que se está compartiendo en el espacio virtual:

El ejercicio de la intimidad se ha vuelto un acto de naturaleza profundamente reflexiva, no solo porque producimos *performances* destinadas a alimentar nuestra ‘intimidad pública’, sino también porque, “a diferencia de lo que ocurría antes donde ciertos espacios y tiempos nos indicaban que aquí comienza el reino de la intimidad y aquí se acaba –como las puertas de la casa y de las habitaciones, o la noche y el día–, han perdido mucho de su eficacia simbólica para marcar las fronteras y, como parte de nuestro proceso de individuación, tan caro a la modernidad, también debemos decidir y hacernos responsables todo el tiempo sobre lo que es comunicable o no de nuestra intimidad (al menos en un sentido manifiesto), con quién o quiénes compartirla, en qué momentos y en qué espacios reales o virtuales. (Wincour, 2012, p. 3).

¹² Disponible en: https://elpais.com/sociedad/2006/12/17/actualidad/1166310002_850215.html

¹³ “Estas tecnologías como Internet, las redes sociales y los blogs convirtieron a los usuarios en protagonistas y les dieron oportunidad de ser creadores de contenido. Sin embargo, esa potencia de creación queda desactivada por el mercado que capta ese potencial y lo transforma en mercancía, ese es el combustible o el “protoplasma” del capitalismo contemporáneo.” (Rolnik en Sibilia, 2008).

Resumen

La web 2.0 marcó un cambio de época para Internet, introduciendo nuevas opciones para los internautas, ya que les permitió acciones en los sitios web como chatear; crear, editar e intercambiar imágenes y videos; tuitear, comentar, dar “me gusta” y recomendar contenidos. En ese sentido, las plataformas 2.0 venían a proponer un modelo de comunicación más horizontal, participativo, y comunitario. Surgieron así nuevas opciones más amigables para los usuarios de Internet, conocidas como redes sociales. Sin embargo, el crecimiento de esos espacios virtuales trajo consigo un proceso de apropiación de la interactividad por las empresas, según el argumento de Van Dijck (2016), para transformarlo en un proceso algorítmico, y luego un bien rentable en el mercado.

El auge de los *blogs* fue perdiendo fuerza y surgieron redes sociales como *Instagram*, donde la imagen es un componente central, sobre todo las imágenes que tienen un alto contenido estético. Los creadores de Instagram pensaron en esa red social como una manera de compartir fotografías de manera simple y rápida, y como una aplicación nativa de los teléfonos, es decir que se ingresaba a ella siempre por un teléfono y no por una computadora, haciéndola más amigable al usuario. Esto va de la mano con el hecho de que los dispositivos para tomar fotos se fueron incorporando a los teléfonos inteligentes ofreciendo cada vez más calidad y facilidad de uso.

En cuanto a conductas y usos, en Instagram se da lo que algunos autores llaman la “estetización” de la vida, es decir que se comparten contenidos que tienden a ser más frívolos y con una carga alta de estética. Los usuarios de esa red social son objeto de un modo doble: “individualmente son las personas que otros miran, y colectivamente constituyen el ambiente visual dentro del cual la observación acontece” (Boczkowski, 2022). Ese valor que se le da a lo estético hace que Instagram sea una red social preferida por los jóvenes en todo el mundo. En ese sentido, el ser joven remite a manejar un bagaje de referencias culturales determinadas, las redes sociales son parte de esas referencias. La juventud como idea abstracta tiene un valor asignado en una sociedad, formar parte de la juventud implica tener una carga más leve, y una mayor autonomía respecto de los legados de generaciones anteriores (Urresti et al., 2015).

Dentro de Instagram los jóvenes suelen producir contenidos sobre su vida personal. Así, la concepción tradicional de la intimidad puede ser cuestionada en el siglo XXI, para algunos autores la privacidad debe ser analizada en relación con las diferentes esferas o contextos en los cuales los

individuos desarrollan sus vidas. Para otros, la intimidad ha mutado como parte de un proceso cultural más amplio. Es decir, la idea tradicional de privacidad que surgió con la sociedad burguesa era una experiencia individual ligada a ámbitos como el hogar y la familia, era una subjetividad intro-dirigida. En cambio, las subjetividades del siglo XXI son distintas, necesitan la mirada del otro para constituirse, y se fabrican usando elementos del espectáculo como el cine o la televisión (Sibilia, 2008). Esta tendencia se empezó a observar con el auge de los blogs, donde se producen géneros autobiográficos.

Hoy en día, redes sociales como *Instagram* van más allá de los viejos blogs, en la medida que los usuarios construyen espacios que se viven por fuera de la idea tradicional de intimidad. Por ese motivo, la intimidad se ha vuelto un proceso de reflexión individual, y es que antes ciertos espacios y tiempos nos indican el principio y el fin de la esfera privada. Hoy esos espacios han perdido su eficacia simbólica para marcar los límites y debemos de hacernos responsables todo el tiempo sobre lo que es comunicable o no de nuestra intimidad, y con quiénes compartirla. (Wincour, 2012, p. 3).

Metodología

La metodología fue de carácter cualitativa. El primer paso fue hacer una encuesta -que brindó datos cuantitativos de algunas tendencias- realizada a través de un formulario de Google Forms¹⁴ enviado a jóvenes usuarios y usuarias frecuentes de *Instagram* y que residen en la ciudad de Neuquén Capital. En la encuesta enviada se consultaba la edad, el género de la persona y si vivía en Neuquén Capital, el nombre completo no se preguntó para proteger la privacidad de la persona. Se eligió esta técnica para tener una perspectiva general de la percepción de la intimidad en jóvenes neuquinos. La encuesta es útil “si se quiere dar cuenta de los aspectos estructurales y/o atributos generales de una población, o las razones u opiniones que tienen las personas acerca de determinados temas (Sautu, 2005).”

Según el informe de *We are social* los usuarios activos en Instagram en Argentina están entre 16 y 64 años de edad (Kemp, 2022), como hubiese sido imposible llegar a esa población se limitó el recorte a jóvenes de entre 18 y 30 años. No se puede obtener el número total del universo de estudio así que se eligió este recorte, que no es una muestra representativa. En un principio se hizo una prueba piloto con 10 sujetos que cumplían las características de la muestra, para comprobar si las variables de la encuesta eran suficientes y claras. Después de eso se lanzó la encuesta de manera definitiva. Se esperaba obtener 40 respuestas y se obtuvieron 77 en total de las que finalmente 72 fueron válidas (5 encuestados dicen que no viven en Neuquén Capital, 1 aclara que es de la ciudad de Plottier).

Para llegar a la población buscada se usaron varios métodos, por ejemplo se le envió el enlace a una persona y esa misma la re envió a tres grupos de *Whatsapp* de jóvenes. También se envió el enlace del formulario a ocho jóvenes y ellos a su vez lo re enviaron a otros de distintos ámbitos: algunos que son estudiantes de universidad de distintas carreras como Traductorado de Inglés; del Profesorado de Educación Física; algunos trabajan en el ámbito de la actuación y otros en al ámbito del *coaching* personal. Otra de las maneras de llegar a los sujetos de estudio fue publicar el enlace de la encuesta en el perfil de Instagram del propio investigador. Desde allí accedieron varios sujetos que completaron la encuesta. Por último se envió la encuesta a una persona mayor de 30 años y esta a su vez la re envió a otras personas que conocían a usuarios de Instagram entre los 18 y 30 años. Cuando la encuesta fue

¹⁴ La definición que ofrece Google sobre su herramienta para la creación de formularios, dice lo siguiente: “Los Formularios de Google te permite planificar eventos, enviar una encuesta, hacer preguntas a tus alumnos o recopilar otros tipos de información de forma fácil y eficiente”. Extraído de <https://blogs.upm.es/observatoriegate/2016/04/21/formularios-google-una-herramienta-estrella-de-google/>

cerrada habían respondido personas desde los 18 hasta los 30 años, de modo que la población fue alcanzada de manera efectiva.

Dentro de la encuesta hubo preguntas abiertas, cerradas y una de opción múltiple. En total fueron 9 preguntas. Por una recomendación hecha desde la materia Taller de Tesis se cambió el orden de las preguntas cuando se elaboró el prototipo de encuesta. Preguntar a los sujetos sobre la intimidad en *Instagram* al principio hubiese sido una manera muy directa de abordar el tema, dado que algunos sujetos no piensan en esos términos para referirse a *Instagram*. En cambio, se elaboraron 3 preguntas de preparación: cuál era la red social que usaban esos jóvenes para ver la vida de los demás y para publicar sobre su propia vida, y qué publican generalmente en *Instagram* para responder de manera abierta, para saber si tienen el hábito de publicar sobre su vida personal o no.

Luego, para poder obtener respuestas que nos acerquen a analizar la intimidad, se introdujo la pregunta 4 de múltiple opción: “¿Cuál de estas cosas crees que forman parte de la intimidad? Se podía elegir “sexualidad”, “cuerpo”, “la pareja” y “los pensamientos”, dado que esas categorías aparecen en el estudio de Winocur como referencia de la intimidad para los jóvenes (Winocur, 2012). También se colocó las opciones “familia” y “amigos”. Una vez superada esa pregunta se indaga si la persona publica cosas de su intimidad en *Instagram*, respondiendo por “sí” o “no”. Luego, se pregunta para responder de manera abierta si hay algo que esa persona no publicaría nunca de su intimidad en Instagram.

Por último, dado que se preguntó ya sobre cuáles cosas son íntimas y cuales cosas íntimas no publicarían, se consultó para responder de manera abierta qué cosas les desagrada ver de la intimidad de otros en *Instagram*. El modelo de encuesta enviado se encuentra en el anexo 1.1.

El segundo paso fue realizar las entrevistas semi estructuradas. La encuesta sirvió para delimitar las variables de la entrevista de manera más efectiva, de modo que no se mencionó a la intimidad en las preguntas para no crear confusión en los sujetos de estudio. Se cambió el enfoque tomando como referencia a las entrevistas hechas en el estudio de Gamarnik (2013). Una de las preguntas de este estudio es “¿Criticas a algunas personas que conocés por los contenidos que deciden compartir? ¿Por qué tipo de contenidos?”. Entonces se preguntó cuáles eran las cosas que publican habitualmente, con qué criterio deciden si algo será publicable o no. Luego se preguntó si hay contenidos de otras personas que critican, con el objetivo de comprobar si la intimidad era mencionada en las respuestas. Este enfoque fue más efectivo que el de la encuesta, ya que los sujetos no tenían dificultad en entender las preguntas.

Cabe destacar el proceso con el que se trató de encontrar a los sujetos de estudio. En un principio existió una dificultad para conseguir entrevistas: algunos sujetos de estudios aceptaron hacer la entrevista y luego se mostraban reticentes. Finalmente, a la primera persona se la seleccionó como un caso individual, porque el sujeto cumplía con las características de la muestra: una persona de 30 años que usa *Instagram* todos los días para su vida personal y para su trabajo, su perspectiva era más enriquecedora para este estudio. Luego se hicieron cuatro entrevistas en un lugar público donde había varios jóvenes, a raíz de un contacto con uno de ellos se accedió a los otros tres jóvenes. Se grabaron las cuatro entrevistas seguidas, para evitar que los sujetos comentaran sobre el proceso de la misma y para que no se pudiera contaminar la muestra.

Las siguientes dos se hicieron en el edificio de la Universidad del Comahue (sede de Neuquén) consultando a dos personas que estaban allí si querían ser entrevistadas de manera anónima. También se hizo una grabación seguida de la otra. La última se seleccionó porque el sujeto cumplía con las características de la muestra. Cabe destacar que entre los sujetos estudiados la mayoría no se conocían entre ellos, así se pudo evitar que la muestra se contamine.

Todas fueron hechas en modo presencial y se grabaron con un dispositivo de captura de audio profesional, para lograr un testimonio más fiel. Fueron realizadas en marzo de 2022. Se procuró seleccionar sujetos de estudio que no hubieran hecho la encuesta virtual, así podían brindar respuestas que pudieran aportar datos nuevos.

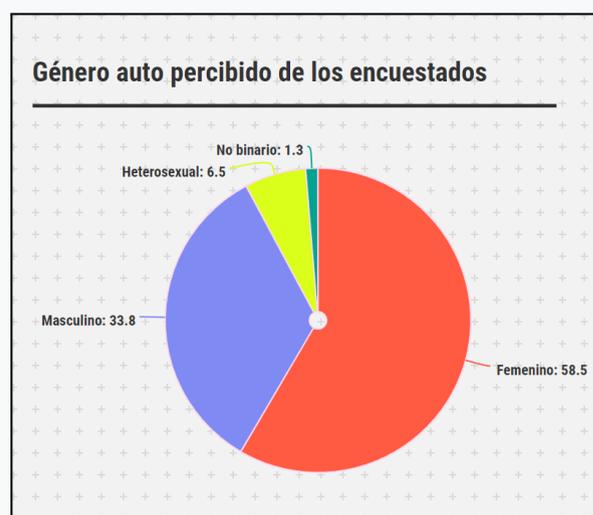
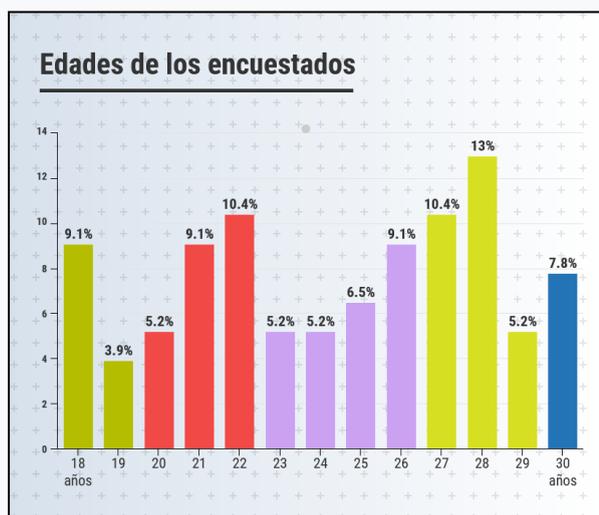
Se eligió esta técnica por sus características, porque las entrevistas semiestructuradas son más flexibles, "a la vez que mantienen la suficiente uniformidad para alcanzar interpretaciones acordes con los propósitos del estudio. Este tipo de entrevista se asocia con la expectativa de que es más probable que los sujetos entrevistados expresen sus puntos de vista... de manera relativamente abierta, que en una entrevista estandarizada o un cuestionario"(Díaz-Bravo et al., 2013, 163).

Los nombres de todas las personas entrevistadas fueron cambiados para la redacción de esta tesis. Sólo se mantuvo su edad y su identidad de género autopercebida. Las entrevistas desgrabadas enteras están en el anexo 2.2. La primera entrevistada permitió acceder a otros temas como la diferencia del contenido que suben los jóvenes de 14 a 18 años y los de 18 a 30 años. La segunda, tercera, cuarta y quinta entrevista se hicieron con jóvenes que trabajan en el ámbito del cine local, y surgieron temas como el sufrimiento personal cuando es publicado y exhibido en *Instagram*. La sexta y séptima entrevista fue con dos jóvenes que cursan la carrera de Filosofía en la Universidad del Comahue, fueron las entrevistas de menor duración. La octava entrevista fue de corta duración, pero el entrevistado reveló más datos una vez apagado el grabador.

Resultados

Análisis de la encuesta

La encuesta se realizó desde el 15 de octubre hasta el 27 de noviembre de 2021, cuando se cerró definitivamente. La misma fue de carácter anónimo y se obtuvieron en total 77 respuestas. De ese total de respuestas hubo encuestados de todas las edades, abarcando desde los 18 a los 30 años. El gráfico del Anexo 1.1 muestra que se obtuvo un porcentaje mayor los encuestados de 28 años, mientras que el menor porcentaje fue el de 19 años. En cuanto a la distribución de género la misma tuvo un porcentaje más alto de mujeres que hombres.



Pregunta abierta: ¿Qué cosas publicás habitualmente en Instagram?

Esta fue la pregunta número 1 y se podía responder de manera abierta, tenía el objetivo de comprobar si los jóvenes publican contenidos relacionados a su vida privada. Aquí se obtuvieron respuestas que involucran más que nada a la vida diaria de los jóvenes neuquinos, sus publicaciones comprenden fotos de ellos mismos, o con sus amigos, con su familia, con sus mascotas, de su trabajo, de sus *hobbies*, o de lo que hacen durante el día (Ver en anexo 1.1). Algunos se deciden por publicar cosas más específicas como paisajes, música, poesía, memes¹⁵, contenido de política, cosas

¹⁵ De Real Academia Española: Meme: "Imagen, video o texto, por lo general distorsionado con fines caricaturescos, que se difunde principalmente a través de internet."

que consideran graciosas, comida, moda y fotografía artística, o de cosas que les llaman la atención. En este sentido, los jóvenes neuquinos usan *Instagram* para publicar las cosas de su vida privada guiadas por un criterio estético, por ejemplo en la tendencia hacia mostrar fotografías de comida, mascotas, o de sus amigos. Y en otros casos las publicaciones tienden a ser menos estéticas, como las dedicadas al arte o a la política.

En cuanto a porcentajes, hay 8 jóvenes que se expresan diciendo que no suben nada, eso representa 10,39 % de las 77 respuestas. Además no todos son contenidos de su vida personal, ya que hay 8 jóvenes que dicen publicar también memes, esto representa otro 10,39% de la muestra. En ese sentido hay que destacar que la experiencia para quien acostumbra a subir contenido y para quien ingresa solo a ver contenido de otros usuarios es distinta. Los jóvenes que dicen subir fotos con amigos representan un 16,68%, los jóvenes que dicen publicar fotos con su pareja son un 2,6%, los que suben fotos con su familia son un 6,49%.

Para clasificar las respuestas se organizaron en algunas categorías generales.

- Subir cosas de manera casual

En principio se pudo observar que algunos jóvenes mezclan un poco de su vida personal con los contenidos de memes: “[subo] Memes y fotos mías, bailes míos, boludeces que me pasan”; otros combinan fotos de paisajes con fotos de sus mascotas y amigos: “[subo] El cielo, paisajes, fotos con amigos o con mi pareja, mascotas”, “[subo] Cosas que me dan gracia y alguna que otra historia con amigos”; “[subo] Cosas de mi día a día.”

Hay encuestados que prefieren subir cosas de manera casual: “[subo] Cosas casuales que surgen en algún momento específico y que considero divertido compartir con los demás independientemente si les pueda o no interesar”; otros tratan de subir cosas contenido de humor: “[subo] Cosas graciosas, mascotas mías, donde estoy o con quien estoy (muy de vez en cuando).”

- Subir fotos de algo en particular

Como dijimos antes la fotografía y la imagen son la característica principal de *Instagram*, un joven por ejemplo dice publicar fotos de diversas cosas pero nunca de él mismo: “tengo una cuenta de fotografía donde subo mis fotos y de vez en cuando una historia sobre algo personal, pero nunca fotos mías.”; otros dicen publicar fotos de diversa índole: “[subo] Fotos en *stories*¹⁶”; “[subo] Fotos de mis pasatiempos y mascotas”, “[subo] Fotos con amigos”, “[subo] Fotos de pinturas”, “[subo] Fotos

¹⁶ Es la opción para subir historias.

mías, con amigos, nudes.”, “[subo]Selfies, fotos con amigxs, familia, de mí gato y memes”,”[subo]Fotos mías y de mis gatitos, mi hijo.”

- Subir más en “Historias”

Dentro de esta categoría se ubican los jóvenes que suben contenido de su vida solo en historias, esto es debido a que son publicaciones efímeras, que duran 24 horas. Este componente es central ya que les permite publicar cosas sin preocuparse tanto por la recepción de sus seguidores: “[subo] En historias variado: comida, mi mascota, estudiando, paisajes, etc. En publicaciones sólo fotos mías o con mi flia (rara vez); “[subo]Historias de fotos mías o con mis amigas”, “[subo] Historias, con familiares”, “[subo] Historias con fotos de lugares/paisajes. “, [subo] Historias de cuando entreno, de mi sobrina, mascotas.”

- No subir nada

Algunos jóvenes dicen no subir nada, o dicen no subir nada que sea interesante para ellos y otros usuarios: “Sinceramente [no subo] nada interesante, solamente publicaciones estratégicas para cuando “andaba a las cogidas”, solamente con ese fin”; “[No subo] Casi nada. Fotos de alguna actividad que haya realizado. Muy rara vez”. Otros solían publicar pero dejaron de hacerlo con el tiempo: “Solía publicar cosas personales, pero no subo nada hace 2 años aproximadamente.”

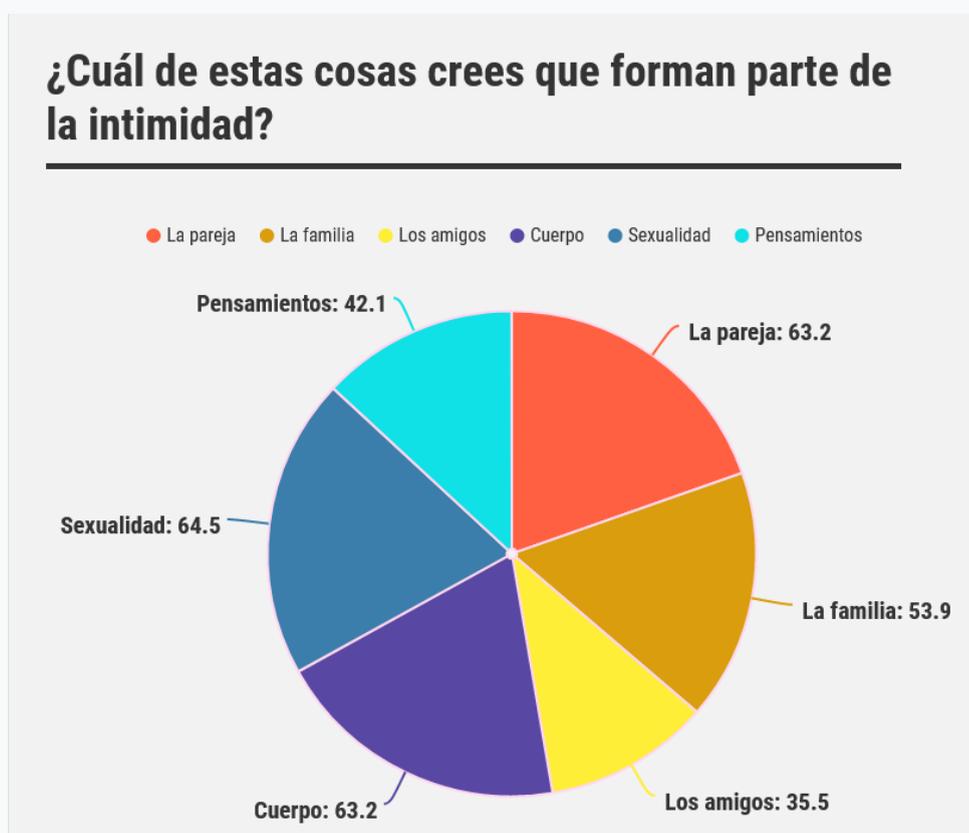
Hay quienes solo entran a ver contenido de otros: “No publico casi nada pero me gusta mirar videos divertidos.” Otras respuestas son más específicas: “[No subo] Casi nada. Fotos de alguna actividad que haya realizado. Muy rara vez.”

Luego, la pregunta n°2 “¿Cuál es la red social que más usas para publicar sobre tu vida?” obtuvo un porcentaje mayor en *Instagram* (84.4%), a raíz de esto se puede inferir que los jóvenes neuquinos encuestados usan esa red social porque allí la imagen es el componente principal para interactuar con otros usuarios. Facebook, Twitter y Tiktok son las redes menos usadas para publicar sobre la vida privada. Esto tiene que ver con lo se dijo anteriormente, vivimos en una época donde nos relacionamos a través de imágenes (Dipaola, 2010 en Murden & Cadenasso, 2018). Además, se debe tener en cuenta lo que se mencionó antes, que los jóvenes usan a *Instagram* como una herramienta para publicar su vida cotidiana.

La pregunta n°3 fue para saber cuál era la red social que usan para saber de la vida de los demás, las respuestas le dan un porcentaje mayor a *Instagram* (80.5%), cerca del porcentaje de la pregunta anterior. Por lo tanto *Instagram* es la red social predominante a la hora de ver vidas de otras personas, según los jóvenes neuquinos.

Pregunta múltiple opción: ¿Cuál de estas cosas crees que forman parte de la intimidad?

La pregunta n°4 fue para saber qué cosas forman parte de la intimidad en general, se podía elegir de 1 a 6 opciones, los jóvenes encuestados reconocen que la sexualidad (64.5%), la pareja (63.2%) y el cuerpo (63.2%) son los tres ámbitos que forman el núcleo de la intimidad. Luego viene la familia (53.9%), los pensamientos¹⁷(42.1%) y los amigos (35.5%). Las respuestas obtenidas van en el mismo sentido de las conclusiones de Winocur sobre los jóvenes y sus conductas de intimidad en Facebook (2012), para la autora los pensamientos, el cuerpo y la pareja son el núcleo de la intimidad de los jóvenes mexicanos. Más adelante, en la pregunta n°8 los jóvenes neuquinos tuvieron la oportunidad de explicarlo textualmente.



El siguiente bloque de preguntas fue el de la 5, 6 y 7. La pregunta n°5 fue “¿Solés publicar cosas de tu intimidad (novixs, cosas familiares, encuentros con amigxs, etc.) en Instagram?” obtuvo un total de 77 respuestas, “A veces” tuvo 59.7%, luego “No” 22.1%, por último “Sí” 18.2%. Las respuestas van en línea con las de la pregunta 1, los jóvenes a veces publican su vida cotidiana o fragmentos de ella,

¹⁷ Esta categoría se expresaba de manera general, sin ser más específica.

aun así hay ciertos límites en esa exhibición. La pregunta n°6 fue “¿Alguna vez tuviste una mala experiencia publicando algo íntimo en Redes Sociales?”, cabe destacar que esta pregunta tuvo 67 respuestas ya que fue agregada luego de los primeros 10 encuestados. Se decidió sumar esta pregunta luego ya que era pertinente para el estudio. La pregunta n°7 fue “¿Te interesa mirar la intimidad de los demás en Instagram?” y obtuvo un total de 77 respuestas, la opción “No” tuvo un 67.5%, la opción “Sí” tuvo un 32.5%. Poniendo en relación esta pregunta con la número 1 se puede observar que los jóvenes de esta muestra poblacional publican mucho su vida cotidiana pero no como una manera de exhibir su intimidad.

Pregunta abierta: ¿Qué cosas de tu intimidad no publicarías nunca en Instagram?

La pregunta n°8 buscó conocer qué cosas no publicarían nunca los jóvenes en Instagram y obtuvo respuestas que involucran más que nada a la desnudez, la sexualidad y a la familia. Como se dijo anteriormente estos tres aspectos conforman el núcleo de la intimidad para los jóvenes neuquinos, luego hay otros aspectos no publicables que expresan algunos jóvenes como no exhibir a los niños, o no exponer problemas personales. Algunos encuestados dicen que no publicarían nada íntimo, pero sin referencia a algo específico.

- **Sexualidad desde el cuerpo y la pareja**

Una gran cantidad de jóvenes afirman que no publicarían nunca fotos de cuerpo desnudo o semi desnudo, algunas respuestas fueron: “[No publicaría] Foto sin ropa”, “[No publicaría nada] Sexual”, “[No publicaría] Mi cuerpo”, “[No publicaría] *Nudes*”, “[No publicaría] Fotos con poca ropa”, “[No publicaría] Mi cuerpo semidesnudo, mis actividades diarias”. “[No publicaría] Relaciones sexuales”, “[No publicaría] Nada sexual, nada referente a mi círculo íntimo de personas que pueda herir sus sensibilidades.”

Se menciona también el uso que puedan hacer otros de las fotos propias: “[No publicaría] Alguna foto que me haya sacado que pueda ser sexualizada o caer en manos equivocadas.”

También dijeron que no publicarían algo sobre su pareja: “[No publicaría] Determinados momentos con amigos, familia y pareja (...) ya que de todas formas soy una persona bastante reservada con mi vida respecto de las redes. Fotos más totalmente desnudo tampoco publicaría”, “[No publicaría]

cosas respecto a mi sexualidad, pensamientos muy profundos y personales, problemas familiares/ de pareja”.

Otros jóvenes no publicarían algo que pueda ser interpretado como contenido sexual: “[No publicaría] Mi intimidad física, sexual.”, “Exponer sexualidad de algún familiar”, “Desnudez principalmente o demasiada exhibición”, “Fotos desnuda o en ropa interior.” Algunas respuestas son más específicas: “[No publicaría] Mi cuerpo mostrado de maneras que sólo podrían ser accesibles para alguien de confianza en un entorno privado.”

- **Niños**

Algunos jóvenes establecen un criterio de no mostrar niños cercanos a ellos, solo fueron dos respuestas las de esta categoría. Una de las respuestas asegura que puede ser peligroso publicar fotos de sus hijos : “[No publicaría] Los hijos ya que tengo mucha gente desconocida en instagram y puede ser peligroso para ellos”.

La otra respuesta tiene un criterio específico de que los niños no deben ser exhibidos en *Instagram*: “[No publicaría] Sobre mis amigovios y también sobre los niños que me rodean (sobre esto considero que hay que exponerlos lo menos posible. De todas formas si llego a publicar alguna foto siempre es con la autorización de los padres).”

- **Problemas personales**

Los problemas personales fueron mencionados como algo que no debe ser publicado: “[No publicaría] Problemas cotidianos del día a día (trabajo, pareja , rutina , familia, etc) porque esos pequeños problemas son los que construyen en verdad mis problemas más profundos.” “[No publicaría] Problemas familiares o de pareja. Situaciones complicadas, que no deben ser públicas.”

- **La familia**

Al igual que en la pregunta múltiple opción, la familia estuvo presente como categoría para definir lo íntimo, algunas respuestas fueron: “[No publicaría] Mis relaciones, mi familia”, “[No publicaría] Mi familia y algunas ideas políticas”. Algunos simplemente respondieron “[No publicaría] Familia”, “[No publicaría] Cosas familiares”, en qué lugar me encuentro en un momento exacto”, “[No publicaría] Fotos de mi familia”.

- **Lo íntimo**

En algunos casos se menciona a la intimidad pero sin especificar qué es: “[No publicaría] Fotos íntimas”, “[No publicaría] Partes íntimas, peleas, malos momentos”, “[No publicaría] Una foto íntima.”

Pregunta abierta: ¿Qué cosas de la intimidad de otras personas te molesta ver en Instagram?

La pregunta n°9 fue la última, en ella se intentó saber si hay contenidos de la intimidad de otros usuarios que les molesta ver, las respuestas se ordenan en categorías generales. A pesar de que la pregunta pudo ser ambigua, las respuestas dadas por los jóvenes explican cuál es su criterio de lo que les molesta ver de otras personas. Hay muchos que están en un punto medio, es decir que no les molesta sino que ignoran los contenidos íntimos, otros dicen que no hay un concepto cerrado de lo que es íntimo, algunos agregan que no juzgan estos contenidos. Hay encuestados que aseguran de manera específica que no hay nada que les interese ver de la vida de los demás. Un solo caso menciona el rechazo que le genera ver la vida de los *influencers*.

- **Lo íntimo no es un concepto cerrado**

Aquí los jóvenes respondieron que no tienen un concepto cerrado de lo que es íntimo, o no les molesta ver la intimidad de otros jóvenes, sino que lo ignoran: “No podría decir que me molesta, me es igual, si me incomoda algo, lo ignoro directamente, cada uno tiene su vida, así que no me debería de molestar.”

Otros aseguran que cada uno decide que es íntimo y qué no: “Nada. Pienso que en la intimidad es lo que cada uno decide, yo puedo elegir que la familia es parte de la intimidad y no mostrarla en redes. Pero si otra persona no piensa en ese aspecto como algo íntimo no me jode verlo. No hay un concepto cerrado de lo que es íntimo”.

En otros casos no juzgan contenidos íntimos: “Creo que nada, si la persona elige publicar algo es porque le parece bien. No juzgo.” Otro encuestado dice: “Nada, es la intimidad, no es algo que pueda decir si me molesta o no.”

Algunos jóvenes se ubican en un punto medio, en donde no les interesa tanto la intimidad de los demás pero sí piensan que es innecesario ver ese contenido:

“Con respecto a la anterior pregunta: aclarar que, no es que me muera por ver lo que hacen los demás de su vida o lo que suben de su vida, así como tampoco es un

brutal desinterés, por lo que mi respuesta no es ni un 'sí' ni un 'no'. Y no hay nada puntual que me moleste de ver en Instagram de los demás, puede llegar a haber una cierta "decepción" llamémosle, por no haber visto algo de mi interés y sentir como que ese lapso de tiempo que estuve usando *Instagram* fue una total pérdida de tiempo, al fin y al cabo, es otra forma de entretenimiento."

- **La exposición del cuerpo**

Otros jóvenes dicen que les desagrada ver el cuerpo desnudo de otra persona en distintos contextos, a veces cuando quieren tener un acercamiento amoroso le molesta ver publicaciones del cuerpo de esa persona: "Confunde y nubla mucho mi entendimiento toparme con visiones íntimas del cuerpo de quien intuyo que puede atraerme desde lo espiritual. Es decir que me molesta ver descuidado el misterio que implica conocer a alguien, sobre todo si lo más difícil en una era virtual es concretar el primer encuentro."

También es mencionado este aspecto como "fotos eróticas": "Fotos eróticamente provocativas de hombres o mujeres, contenido de influencers que parecen tener una vida "perfecta". En otras ocasiones se habla de la sobre exposición del cuerpo desnudo y la pareja: "La necesidad excesiva de publicar fotos de su cuerpo desnudo o su intimidad con sus parejas"; otro joven dice: "Cuestiones que tienen que ver con la sexualidad o la insinuación sexual". A veces simplemente lo mencionan como "desnudos": "Desnudos y ver lo que que comen"

Algunos jóvenes dejan de seguir a personas que publican estos contenidos: "Los cuerpos ya que de repente pasó a ver y pum aparece una foto del cuerpo de alguien y no la quería ver, también los pensamientos ya que no son de mi interés, la mayoría de las veces dejo de seguir a las personas que hacen esto."

- **Subir todo lo que se hace**

Un joven menciona que le molesta ver cuando alguien publica todo lo que hace: "[Me molesta] Cuando publican TODO todo el tiempo, que sabes hasta cuándo vas al baño." Otro joven afirma: "[Me molesta] Cuando suben muchas historias en exceso que ya sabes todo lo que hace en sus días." Un tercer caso decía "[Me molesta] Cuando dicen todo lo que hacen."

- **Variedad de aspectos**

“No estoy segura. Supongo que pensamientos en los que se observe una actitud discriminatoria, machista, xenófoba, etc.” Algunos hacen referencia a su trabajo “En caso de la competencia, que consigan contratos con empresas.” También se menciona a la violencia: “Acepto que las personas son libres de utilizar las RRSS a su gusto. Lo que me molesta ver es violencia (de cualquier tipo) a todo tipo de ser vivo.”

En algunos casos se menciona que no hay nada: “Pienso que no me interesa en lo más mínimo cualquier aspecto de sus vidas, solo me interesa mantener contacto y saber de la vida personal de las personas que considero cercanas o de mi estricto interés.” Otro joven dice: “No me interesa ver la intimidad de los demás , ya que cada uno hace lo que quiere con su vida.”

En algunos casos hay un rechazo hacia el contenido de los *influencers*: “Me desagrada ver a *fitness influencers* promoviendo un cuerpo antinatural o inobtenible y a la gente en general perpetuando la imagen de la menor cantidad posible de grasa corporal. Me desagrada ver a parejas que postean contenido romántico que se nota que es forzado. Me desagrada ver a niñas sexualizadas bailando en Tiktok. Me desagrada ver que los influencers postean para tirar contenido porque ese es su trabajo, no postean porque quieran genuinamente compartir su vida.”

En otros casos se menciona la exhibición del sufrimiento: “[Me molesta] Momentos de tristeza del tipo "acá sintiéndome mal" siento que las redes sociales condicionan la sanación interna”. Otro joven aseguraba “[Me molesta] Generalmente cuando la gente descarga sus problemas en las redes sociales en vez de acudir a alguien cercano o a un profesional, pero cada uno q haga lo q quiera

Análisis de las entrevistas

Para presentar las respuestas se cambió el nombre a los entrevistados, con el fin de preservar su identidad en todo momento. Entre los sujetos de estudio hubo una mujer de 30 años, una persona trans de 28 años, dos varones de 19 y 20 años, tres mujeres de 20 años y por último un hombre de 21 años.

Qué publican habitualmente los jóvenes en *Instagram*

La primera pregunta fue para saber qué comparten habitualmente en Instagram. Aquí los jóvenes entrevistados destacan que usan mucho la opción de subir en “mejores amigos”, una modalidad para “colgar” historias que solo pueden ser vistas por algunas personas, funciona para compartir

contenidos de manera más íntima. Remarcan que esta opción sirve para interactuar con gente en la que confían y no sólo con “conocidos”.

Una entrevistada dice que no sigue a personas que conoce “de vista” o trata de evitarlo. La mayoría mostraron una preferencia por usar la opción de historias, que es más efímera, y no tanto la opción de *post* o publicación, que permanece en el tiempo.

El cuerpo propio tiene un lugar controvertido para las mujeres y no tanto para los hombres, por ejemplo a un entrevistado varón le gusta exhibir su cuerpo para poder atraer la atención de un interés amoroso o sexual mientras que las mujeres evitan mostrarlo, ya que no quieren ser cosificadas, sexualizadas o criticadas por esa exhibición. En la última entrevista, al apagar el grabador de audio, el sujeto se mostró más abierto a dar información¹⁸.

Marcia de 30 años asegura que no comparte todo de su vida, busca más que nada publicar cosas con cierta estética: “no comparto el cien por cien de mi vida pero sí momentos que me gustan, que me interesan o que no me molesta que vean de mi vida. No sé... desde un plato de comida que me pareció lindo, estético y me gustó, hasta cosas de mi trabajo, videos de mi perro, mi familia, mi novio, viajes, me gusta mucho lo estético entonces si veo algo lindo me gusta compartirlo.” Destaca que en las historias sube cosas distintas a las que de sus publicaciones en muro¹⁹: “Por mi trabajo en particular subo actividades laborales pero de mi vida personal tiene que ser un momento lindo si no no lo subo a *post*, en historias subo mucho más.” Algunas expresiones parecen aludir a lo que ella considera algo íntimo: “Yo respeto mi casa y es como que siento que es mi lugar, tampoco me interesa que vean en dónde vivo, cómo vivo.”

Ella asegura que usa la opción de mejores amigos: “tengo una lista de “mejores amigos” que son mis amigos y mi familia, como algo más personal, o si comparto algo de mis sobrinos lo hago a través de ahí. Marcia cree que hay una diferencia entre lo que publican los jóvenes de 12 a 15 años y los jóvenes de 30 años: “También veo que los jóvenes (mis sobrinas tienen 12, 13, 14 años) no suben publicaciones, solo historias, eso es llamativo. Las historias que suben están vacías de contenido”; “No se exponen en lo que piensan y se exponen físicamente, para mi es al revés.”

César de 28 años, en cambio, hace hincapié en publicar las cosas de su vida para presumir en cierto sentido, por su trabajo en el rubro del cine: “Bueno yo de mi vida personal solamente publico

¹⁸ Por ejemplo, dijo que los temas relacionados al sufrimiento no son aptos para compartir en Instagram porque puede llegar a producir rechazo, burlas y estigmatización de los demás jóvenes.

¹⁹ Las publicaciones de muro o de la pantalla principal de Instagram se suelen llamar “*post*.” y se pueden ver en el espacio llamado *feed*.

aquellas cosas que quiero “caretear”, que quiero que vean y digan “Chu, yo quiero estar en el lugar de esa persona”, nada más. O a veces me pongo un poco en ridículo, también para que vean que soy un poco humano. Pero sinceramente no es mi intención mostrar las cosas que tengo... cómo me visto, si estoy comiendo una hamburguesa...”, “Y bueno en nuestra industria, soy del cine, caretear es mostrar que estamos en un rodaje, escribiendo, organizando cualquier producción audiovisual como para que la competencia lo vea y diga ‘ah están activos.’”

Lo resume de esta manera: “Comparto muchísimos memes, y si puedo ofender gente un golazo. Y con respecto bueno a como te digo mi vida privada, lo que sea para darle envidia a alguien, nada más.”

Lucio de 19 años opina de manera similar a César (28), ya que él usa Instagram con el fin de mostrar su trabajo y su persona con una pequeña dosis de vanidad: “Yo el manejo que uso de mis redes es...haber, lo que publico, lo que intento básicamente mantener como imagen podría decir que es un poco de aumento de ego, como adornar lo que es mi persona, lo que es mi laburo y... darle mi impronta.” Él destaca que lo que publica funciona como un diario cotidiano para otros y es una estrategia para construir su imagen: “Lo que busco es potenciar lo que yo quiero reflejar como imagen de lo que soy.”

Augusto, de 20 años, destaca usar mucho la herramienta de ‘historias’ y dice publicar en Instagram un poco de todo pero con límites definidos: “Yo en Instagram soy bastante activo más que nada en historias, como todo el mundo. Y...publico un poco de todo, no soy muy cerrado, no tengo problema en cosas normales y cosas un poco privadas no me molesta, pero bueno tengo ciertos límites...”

Luego aclara que usa la lista de mejores amigos para exhibir su cuerpo: “la mayoría de las cosas que pongo es la boludez del momento o estoy acá con amigos, tomando una birra, con mi familia, más que nada eso, cosas típicas. Lo que sí publico bastante en “mejores amigos” son fotos más sugerentes, porque hace dos años que voy al gimnasio y hago dieta, me gusta mostrarlo, si bien es mi cuerpo soy partidario de que uno no tiene que tener vergüenza de mostrar sus logros.”

Augusto (20) usa sus publicaciones como estrategia para construir una imagen de sí mismo: “Alguna foto en cuero ponele, haciéndome el lindo, me saldrá o no pero yo lo hago igual (risas). Aparte de mostrarlo porque son mis logros, lo uso como herramienta, porque si pones una foto medio sugerente, en mi caso hay alguna chica que me da *like*, podés empezar una conversación, como herramienta para hacer más cosas me sirve, no hago nada que no tenga un propósito.”

Al igual que Marcia, Luciana de 20 años dice que publica en historias cosas distintas y los *post* los deja para otras cosas: “Bueno a veces publico fotos más, no soy de publicar mucho, no en los *post*, pero sí

en las historias, fotos mías, comparto trabajos de amigos, familia, sorteos, quizás un poco de lo que yo hago en mi día, si estoy tomando mate o si estoy cenando.”

Sabina de 20 años dice que publica cosas en Instagram pero con un propósito más estético o buscando que tenga un sentido, “ventila” un poco de su vida en redes, pero de otra manera que considera más interesante para ella: “No sé, trato de usar Instagram para buscar una estética, Instagram es estética pura, para tratar de inspirarme”.

Fausto de 21 años asegura que usa la lista de “mejores amigos” para publicar cosas privadas: “ En la lista normal publico memes, cosas relativa a mi vida pero fuera de lo que me rodea, mi hogar. Por ejemplo cuando salgo a la plaza publico un video, en “mejores amigos” soy más precavido, está la gente que sé que puedo confiar, no que solamente digo ‘es mi amigo’. Gente que le puedo informar lo que estoy haciendo y no va a pasar nada. Es más estricta.”

Cecilia de 23 años remarca que publica también en la historia de “mejores amigos”: “Yo si tengo que mostrar algo personal, mío, de mi ambiente, de mi casa, pongo en lista de “mejores amigos” donde está la gente que conozco, el resto ‘descartadísimo’ no me interesa que vean lo que estoy haciendo.” También publica cosas relacionadas a lo que estudia en su carrera: “fotos mías, paisajes, lo que estoy haciendo en el momento que me pareció interesante lo publico porque genero contenido en *Instagram*. También hago videos relacionados a esto, la filosofía, a lo que estoy estudiando, preguntas, encuestas.”

El criterio para publicar algo

Ante la pregunta para saber cómo determinan qué compartir de su vida y qué no los jóvenes tienen distintos criterios, algunos piensan en cómo lo va a leer o interpretar el receptor de la publicación, otros dicen que si van a compartir algo por lo que puedan ser criticados piensan de nuevo si valdrá la pena subir ese contenido, en definitiva no quieren ser criticados por sus opiniones de política o por su aspecto físico. Un entrevistado aclara que sus publicaciones siempre cumplen algún objetivo, otra entrevistada intenta no publicar cosas que la lleven a buscar la aprobación de los demás. Otros opinan que el sufrimiento, el ámbito de la familia o la pareja son cosas que no irían nunca en sus *post* o historias.

Marcia (30) afirma le da a su cuerpo y a sus sobrinos el estatus de algo personal, aclara en este sentido: “Quizá cuestiones corporales o cuestiones de mí misma no subiría porque no me gusta ni

que opinen ni que vean...tengo mucho cuidado”, “yo tengo sobrinos muy chiquitos, entonces quizá eso trato de no compartir y si comparto cosas de mis sobrinos tengo cuidado de no etiquetarlos.”

Marcia asegura que tiene que esperar críticas si sube algo político: “Puede ser parte de la intimidad, yo también veo parte de la intimidad si sos religioso o si sos feminista, si sos homofóbico, todo lleva a lo mismo, uno tiene miedo de compartir contenido así, ese tipo de pensamientos que puede llevar a una crítica, o sea hay que ver qué tan preparado uno está para subir un contenido y que se lo critiquen.” Para ella las redes sociales son un lugar de contención que no tiene tanto lugar para esos contenidos: “Si bien lo político para mí es natural, pero a veces no tengo ganas de que me critiquen por mi opinión, hay cosas que me gustaría publicar pero no lo hago, uno usa las redes sociales como un lugar de entretenimiento y contención. Entonces sí probablemente hay gente que no sube eso, lo ve más personal.”

Luego Marcia resume de esta manera: “quizás hay cosas que siento que son personales como mi casa, mis sobrinos, o mi cuerpo.” También dice que los descargos no los publica: “Yo no hago descargo en redes sociales y podría hacerlos, los evito, no me gusta hacerlos.”

De manera similar, Luciana (20) tiene un criterio de no publicar cosas relacionadas a lo político: “A veces comparto algunas publicaciones con las que estoy de acuerdo, otras las considero tan agresivas que ya ahí no las publico porque se puede armar bardo. Todos tenemos una opinión diferente, está claro, yo no estoy de acuerdo con los kirchneristas, pero tengo contactos en Instagram que sí, entonces no quiero iniciar una conversación porque tampoco me dan ganas de debatir nada, depende cuándo, si lo tengo enfrente quizá sí.”

Cecilia (23), asegura que lo relacionado a su pareja es algo que no publicaría: “qué sé yo, no publicaría nada de relaciones amorosas, o íntimas, es muy privado para mí, y también como no me gusta verlo tipo... las historias por ejemplo donde están ‘chapando’, me genera incomodidad verlo, no me gusta para nada. Creo que eso.” Luego afirma: “Claro, porque para mí es muy personal eso, no mostraría un video con mi novia porque ‘no da’, es mío y es personal, no sé eso no me gusta ni verlo tampoco.”

César (28), en cambio, piensa siempre en cómo puede ser leído o recibido lo que él publica: “Yo lo primero que hago es pienso en el espectador, el que va a ver mi historia y digo ‘bueno a ver qué puede pensar’, si le da *cringe* no me molesta, ahora si alguien dice “pero qué tipo boludo por qué no crece” ahí la pienso un poco más, porque no quiero que me traten de inmaduro.”

Lucio (19) aborda luego la temática del sufrimiento, él asegura que no se da lugar a publicar algo que tenga que ver con quejas o dramatismo sobre su vida personal: “todo lo que es padecimiento o en cierto punto quejas, o dramatismo, es algo que no me doy el lugar a publicarlo, y que cuando lo veo en otras personas me interfiere bastante, me genera algo ver el dramatismo de otra persona en una red social, al menos a mí no me gusta mucho.”

El tema relacionado a los fallecimientos vuelve a estar presente. Así Luciana (20) afirma: “Me daría mucha cosa publicar el fallecimiento de un familiar mío, de mi parte, también pornografía explícita, y a veces mis opiniones políticas.” Lucio (19) luego es más específico: “Bien, no me gusta mucho compartir imágenes... o en cierto punto vínculos familiares, mi familia lo mantengo para lo personal, tampoco las intimidades, en cierto punto uno va regulando lo que muestra y lo que no. Pero es eso, no mostramos tanto la parte más vulnerable si uno quiere decirlo, como que lo evito mostrar.”

Sabina (19) por ejemplo asegura que Instagram se trata de buscar la aprobación o valoración de los demás, para ella intenta es importante no seguir ese criterio: “Mi criterio para no subir cosas, cuando siento que ‘no da’, es sobrepasarse en esa necesidad aprobación, de escucha, que al final es falsa, que es puro teclado, hay que diferenciar mucho lo que es de verdad, una acción a un ‘clickeo’.”

Ella hace referencia a los usuarios que intentan mostrar una imagen idílica de sus propias vidas: “Claro, a mí me pasaba eso, constantemente estaba entrando en comparación con vida de otras personas, “mira los amigos que tiene esta persona, lo que hace esta persona”, después miro mi vida y digo “qué bajón”. Pero al final yo también muestro lo lindo, no muestro nunca una foto mía llorando, una foto mía autolesionándose, que sé que hay personas que lo hacen...eso me parece mucho, yo no lo compartiría.”

Agrega que no le gusta publicar fotos que la lleven a cosificarse: “No me gusta ver fotos de desnudos, no me gusta el hecho de sexualizarse cada una, y convertirse en un objeto.” Además ella intenta usar a la red social para publicar cosas con una impronta -dice ella- más creativa: “por eso yo trato de darle ese impulso creativo, una ida y vuelta que sea artística, que vaya por otro lado más constructivo, no que sea ‘mirá lo linda que soy nada más’.”

Luego agrega que busca en sus publicaciones generar otro impacto que no sea solo estético: “Hay cuentas grandes de noticias que me parecen relevantes o lecturas que me pueden llegar a cambiar a mí y a otros u otras. Pero trato de tener otro impacto aunque sea ‘mira estoy en la plaza tomando mates’ pero bueno yo también lo uso así a veces.”

Augusto (20), a diferencia de los demás, tiene menos reservas a la hora de publicar algo “Como dije yo soy de mente abierta, mi casa no la he mostrado pero no tengo problema en hacerlo, casi todos mis amigos han venido a mi casa así que es lo mismo. Tengo una nena pequeña, subo fotos con ella, más que nada para que queden de recuerdo porque en el futuro si vuelvo a mirarlas me quede de recuerdo, como los álbumes de fotos de nuestros viejos.”

Sin embargo, coincide con Luciana (20) y Lucio (19) en no mostrar temas relacionados al fallecimiento de alguien cercano: “No publicaría la muerte de un familiar, cosas privadas que quedan para mi que no aportan nada a nadie. Por ejemplo [si] publico una foto de que se murió un familiar, voy a recibir mensajes de lástima pero no va a trascender, no cumple segundos objetivos.”

Fausto (21) había mencionado que en su lista de mejores amigos publica solo cosas personales, en ese sentido agrega que: “A lo personal me refiero a lo físico, mental, anímicamente, sentimentalmente, a todo eso, tiene que ser sobre mí y para mí.”

Qué critican de otros contenidos

Por último, se consultó si estos jóvenes critican a algunas personas por los contenidos que deciden compartir, y por qué tipo de contenidos. Aquí las respuestas se refirieron a muchos ámbitos distintos: lo político, los descargos, el sufrimiento personal, la violencia, las salidas a boliches. Dos entrevistadas aseguran que no les gusta cuando el contenido de otros llega a ser muy banal, como publicar *selfies* en exceso. Varias respuestas hacen referencia a lo político como algo que les genera rechazo. El sufrimiento emocional apareció varias veces mencionado con un aspecto negativo, es algo que genera mucho rechazo para estos jóvenes si lo ven en Instagram, para otros puede producir incluso la estigmatización -esto lo aclaró un entrevistado cuando se apagó la grabadora-.

Marcia (30) por ejemplo afirma: “Después me molestan los descargos, hay mucha gente que usa las redes sociales para descargos, sobre todo la gente que tiene muchos seguidores, (...) uno puede descargarse válidamente y verdaderamente por una cuestión que pasó y otra es revolear comentarios negativos hacia otra persona o hacia una situación, a propósito porque sabes que eso va a generar un impacto negativo, sobre tal producto, sobre tal persona, sobre tal cosa.”

También remarca que no critica a las mujeres que se muestran producidas, pero tampoco le agrada ver eso en exceso: “veo muchos jóvenes que suben contenido personal pero también muchos jóvenes que suben contenido *random*, que me parece más válido que una *selfie*, quieres subir una foto jugando jueguitos o *streaming* hacélo, me parece más válido eso que una *selfie* de las ‘minas’

con diez filtros super producidas que no se cuál es el mensaje, también hay gente de mi edad que quizá por el paso del tiempo y ver las redes llenas de ‘minas’ (digo ‘minas’ porque mis seguidoras con casi todas mujeres) que ven tantas mujeres jóvenes, divinas, diosas, que sienten la necesidad de seguir esa línea. Eso no lo haría, no lo critico, pero es mucho por vanidades, por lo menos mostraré contenido no sé si original, pero verdadero o sea estás tomando mate con un amigo, o sea ese tipo de contenido uno pretende ver, no vos que estuviste maquillandote tres horas para subir una foto.”

Cesar (28) asegura que le desagrada ver cosas mundanas, y las considera una pérdida de tiempo: “Me embola si saliste con tus amigos, si fuiste a la playa, si estás comiendo camarón, no me rompan... digo ‘¿Por qué pierdo tiempo en esto?’”

Lucio (19) destaca que le desagrada el dramatismo en Instagram, haciendo alusión a cuando una persona se excede en publicar sus problemas personales: “me puede molestar es el dramatismo lo llamo yo, como llamar la atención, es decir yo llamo la atención es la búsqueda de las redes sociales, pero no tanto en lo emocional. No considero que esté mal pero es algo que no soy my fanático de ver, porque considero que es algo muy privado y personal”, luego él dice que en Instagram se suele abusar de este tipo de publicaciones: “Está muy romantizada la depresión en las redes sociales como si fuese algo de moda, a veces nos confundimos los ‘mambos’ reales de la gente con esta romantización de ‘me siento mal y necesito llamar la atención’”

Por otro lado Augusto (20) dice que le molesta ver jóvenes mostrando sus salidas en lugares bailables: “la típica que todos los fines de semana que publica la foto en el boliche “escabiando”, ya entendí que te gusta tomar, por esas personas no puedo evitar sentir un poco de lástima.” También agrega que no le agrada ver cosas “muy explícitas”, pero sin aclarar a qué se refiere: “Cosas muy explícitas tampoco, tengo amigos que lo hacen, es raro, qué se yo... tengo un amigo homosexual que me tiene en “mejores amigos” y se la pasa subiendo cosas re zarpadas, le tuve que decir ‘Che maestro mirá todo bien con vos pero sacame de ‘mejores amigos’ porque no da’.”

Sabina (20) por ejemplo, afirma que le desagrada cuando alguien publica toda su vida en *Instagram*: “Hay personas que cuentan toda su vida literalmente, no me copa mucho el fin que tiene eso, igualmente yo “ventilo” un poco de mi vida en redes, pero de otra manera. No me gusta ver fotos de desnudos, no me gusta el hecho de “sexualizarse” cada una.”

Fausto (21) destaca que las publicaciones políticas y las que tienen que ver con el sufrimiento son las que le generan rechazo: “Ahora el tema de lo político, de los sufrimientos, me puede llegar a afectar, capaz que llega un video y justo me afecta, capaz que me pasó eso y vuelvo a recordar. Evito todo lo que es política, sino terminás peleando por cosas que el sentido no lo tienen.”

Cecilia (23) afirma que no le gusta ver contenidos de parejas besándose: “y también como no me gusta verlo tipo...las historias por ejemplo donde están ‘chapando’, me genera incomodidad verlo, no me gusta para nada. Creo que eso.”

Luciana (20) tiene varios criterios: “Me molestaría ver pornografía explícita, cuando publican fotos de animales lastimados, yo entiendo que es para recaudar fondos para eso, a veces fotos muy íntimas. Si no quiero ver la historia la paso o la silencio, ya está”. Remarca que prefiere no consumir publicaciones políticas: “Cuando hacen marchas también me molesta, no soy activista de nada, pero bueno. Lo ignoro, lo paso, tampoco me voy a poner agresiva con nadie. “Y hay gente quizá suicida que publica que se corta, he tenido una amiga que me decía que publicaban esas cosas, me daría mucha impresión verlo. Es muy privado eso, cuando uno se quiere matar lo hace en silencio, creo.”

Resumen de los resultados

Como se vio en los resultados de la encuesta y las entrevistas hay distintos criterios sobre qué compartir y qué no en Instagram. Se puede observar una tendencia hacia mostrar actividades laborales o pasatiempos, pero se destaca que todo forma parte, al parecer, de cierta performance, es decir cierta actuación o puesta en escena para los demás. La mayoría de cosas que comparten los jóvenes encuestados y entrevistados tienen que ver con su vida cotidiana y con contenidos artísticos, políticos, y memes, todo ello suele ser formato de “historia”. Hay que mencionar que solo en las entrevistas algunos jóvenes aseguraron que suben contenido en “mejores amigos”. Es decir, que hay una intención de salvaguardar ciertos contenidos a un grupo reducido de personas de más confianza, como amigos y parientes. Por otro lado, los ámbitos de la sexualidad, la familia y la pareja siguen siendo parte de la idea compartida de lo que significa la intimidad. Algunos jóvenes sí comparten fotos de sus parejas, pero son una minoría en esta muestra. Lo que no compartirían es, más que nada, todo lo referente a la desnudez o la sexualidad, lo que tiene que ver con la vida en pareja y los conflictos que conlleva, los encuentros familiares y los problemas personales. Lo que les desagrada ver la intimidad de otras personas según los encuestados a veces no es nada en particular, esta es una tendencia marcada en la encuesta. Algunos sienten rechazo por las fotos de semi desnudos, otros por los descargos contra personas, por el contenido de lo que hace una persona en su día (cuando alguien publica todo lo que hace), por las salidas nocturnas a lugares bailables. También se vio una tendencia en los entrevistados a rechazar el contenido referente a problemas de sufrimiento emocional, como la depresión.

Conclusiones finales

El interrogante de esta tesis fue saber cómo perciben los jóvenes estudiados a la exposición de la intimidad en *Instagram*. Para ese objetivo se buscó conocer qué comparten habitualmente en esa red social, qué no comparten y si hay algo que les desagrada ver de la intimidad de otros jóvenes. Cabe destacar que hubo un porcentaje mayor de encuestados mujeres, y algunas preguntas de la encuesta se plantearon con cierto grado de ambigüedad, en tanto que se preguntó por la intimidad que es un concepto ambiguo, y no por el concepto de vida privada que tiene una definición más acotada. A pesar de ese obstáculo los jóvenes consultados respondieron las 9 preguntas planteadas. En la instancia de entrevistas a los jóvenes neuquinos les resultó más fácil definir qué es íntimo y que no en *Instagram*. En las mismas hubo paridad de ambos géneros. Teniendo en cuenta lo anterior se puede decir que la muestra no puede extrapolarse a todos los jóvenes neuquinos, por lo tanto este estudio pretende ser de carácter exploratorio.

En una primera instancia se buscó relevar qué momentos y situaciones de la vida personal comparten los jóvenes neuquinos en *Instagram*. Según los resultados de la encuesta los sujetos del estudio comparten contenidos generales y contenidos de su vida privada. Los contenidos generales suelen ser publicaciones de textos o imágenes sobre algo de índole artístico o político, en otros casos solo comparten memes. En cuanto a los contenidos de su vida privada se dijo anteriormente que es central para ellos compartir su vida cotidiana, esta categoría abarca una diversidad de situaciones: por ejemplo las autofotos o *selfies*, las fotos de mascotas, las fotos con amigos, fotos de cuando entrenan en alguna actividad física o de otra índole, fotos de algún pasatiempo que realizan, videos donde estos jóvenes aparecen cantando y bailando, fotos de recuerdos, fotos de comida. Podemos ver que todas esas situaciones abarcan lo que sí es compartible en *Instagram*.

Dentro de la idea de 'vida cotidiana' no ingresan los ámbitos del cuerpo, la desnudez, la familia, la pareja y los pensamientos personales. En cuanto a las entrevistas Marcia (30) aseguraba que sube actividades que hace o momento de su trabajo, fotos de su pareja, fotos de su mascota, pero siempre tiene que ser algo de alto valor estético sino no lo comparte. César (28) afirmaba que le gusta subir cosas para "caretear" de su trabajo o de su rubro, para que lo vea gente que forma parte de su competencia. Lucio(19) y Augusto (20) destacaron que publican cosas para dar una buena imagen de sí mismos ante sus pares, uno lo hace para mostrar su trabajo y otro lo hace exhibiendo su cuerpo. Luciana (20) dice compartir cosas de su día a día. Sabina(20) y Cecilia (20) comparten cosas relacionadas a la carrera que estudian, que es Filosofía.

Siguiendo el mismo análisis, el segundo objetivo se trataba de determinar qué momentos y situaciones de la vida personal no comparten en Instagram y por qué. Una gran cantidad de jóvenes mostraron una gran reserva con respecto a mostrar o exhibir el cuerpo, a pesar de que esta pueda ser una tendencia en *Instagram*. En algunos casos particulares aparecen los hijos o la familia como algo no compartible, y por lo tanto más íntimo.

Los problemas personales también son mencionados como algo que no se compartiría. Luego en las entrevistas, Marcia (30) y Luciana (20) afirmaban que tratan de no compartir sus opiniones políticas, Marcia también intenta no compartir imágenes de sus sobrinos, de su casa y de su cuerpo. Luciana y Augusto (20) no compartirían una publicación sobre el fallecimiento de un familiar suyo. Augusto remarca que este tipo de publicaciones no cumple ningún propósito más que “generar lástima” en el espectador. César (28) por ejemplo no compartiría cómo se viste, o lo que está comiendo, es decir nada que se centre en un criterio más estético o mundano. Lucio (19) desliza la idea de que no comparte la parte “más vulnerable” de sí mismo, tampoco sus vínculos familiares. Sabina (19) por ejemplo no sube cosas para buscar la aprobación de los demás, trata de que su contenido siempre tenga otro objetivo más profundo. Cecilia (20) afirmaba que no compartiría fotos y videos donde ella esté con su novia, lo considera algo demasiado personal. Fausto (21) remarcaba que usa siempre la lista de “mejores amigos” para publicar, su testimonio es ilustrativo “Está la lista normal²⁰ y la de mejores amigos como todos conocen, en la lista normal publico memes, cosas relativa a mi vida pero fuera de lo que me rodea, [que es] mi hogar.”

Continuando con este recorrido el tercer objetivo fue indagar qué contenidos de la intimidad de otros jóvenes prefieren no consumir. En este sentido muchas respuestas de los jóvenes encuestados dicen que no les molesta nada, otras afirman que están en un punto medio donde no les molesta ni tampoco les da exactamente lo mismo, algunas afirmaciones son específicas: “Con respecto a la anterior pregunta: aclarar que, no es que me muera por ver lo que hacen los demás de su vida o lo que suben de su vida, así como tampoco es un brutal desinterés.” La mayoría de los encuestados aseguran que les molestan las fotos eróticas o provocativas sexualmente, esta parece ser una tendencia marcada en estos jóvenes neuquinos. Siguiendo esa línea, Marcia (30) aseguraba que le molesta ver mujeres demasiado producidas tomándose *selfies*. Ella también agregaba que le molesta ver descargos contra personas o marcas. César (28) afirmaba que no es partidario de ver cuando las personas suben fotos de sus hijos, lo que comen en el día, si fueron a un lugar de recreación, o si salieron con sus amigos, Augusto (20) mencionaba que no le gusta ver que la gente suba sus salidas a lugares bailables los fines de semana, sobre todo cuando hacen esto todos los fines de semana. Lucio

²⁰ Se refiere al muro y las historias que están en modo público.

(19) y Luciana (20) argumentaban que les molesta ver cuando alguien publica sobre el fallecimiento de un ser querido o cercano, también las declaraciones sobre temas relacionados a la depresión. Fausto (21) remarcó que le molesta ver publicaciones políticas sobre temas que están en discusión actualmente.

La vida cotidiana y la intimidad

Tomando en cuenta los resultados se puede percibir similitudes con los trabajos de Winocur (2012) y Linne (2016), al mismo tiempo se puede poner en cuestión el concepto de extimidad de Sibilia (2008). Si nos remitimos a los resultados de la encuesta observamos que la vida cotidiana tiene un aspecto ambiguo para los jóvenes neuquinos, porque es una zona gris que puede ser pública algunas veces, y otras veces es íntima. Los jóvenes neuquinos muestran con frecuencia su vida cotidiana en *Instagram*, pero dicha exhibición funciona también como una *performance*, tomando en cuenta la teoría de Goffman (2001). Goffman plantea que el individuo lleva a cabo en la vida diaria una representación de sí mismo frente a los demás, esto se llama el “enfoque de la dramaturgia” y presenta cuatro fases claramente definidas: una situación en donde se da toda la acción que se desarrolla; el escenario, el espacio donde se desarrolla la acción; la elección de actores, que implica la selección de los roles a representar y los ensayos, todo ello sucede antes de acción; por último están las representaciones como tal, que vienen a ser las interacciones que se llevan a cabo en la red social (Torres, 2017). Podemos decir que **los jóvenes no publican la totalidad de su vida, sino algunos recortes cuidadosamente elegidos.**

Muchos usan la opción de subir en historias, que es más efímera, en vez de usar los *post* o publicación normal en el *feed*²¹. Publicar fotos de sus amigos, de su familia (no en todos los casos) o de sus mascotas, memes y publicaciones artísticas es algo que hacen muy a menudo. Para definirlo en categorías generales la familia, la pareja y la sexualidad son los ejes centrales en torno a los cuales la intimidad en *Instagram* es percibida por los encuestados. Esto se infiere tanto de las preguntas con respuesta abierta como en la pregunta múltiple opción.

²¹ Es el muro donde van las publicaciones normales.

La intimidad desde la sexualidad

La sexualidad en el sentido amplio parece adquirir el estatus de algo íntimo. Muchas respuestas aseguran que cuando ven contenidos de cuerpos semi desnudos les genera rechazo. Aquí se encuentra una similitud marcada con los estudios de Sabater, Sarchi, y Winocur. El cuerpo propio es algo que se percibe como íntimo para algunos jóvenes neuquinos, eso se ve en algunas expresiones: “[No publicaría] Determinados momentos con amigos, familia y pareja (...) ya que de todas formas soy una persona bastante reservada con mi vida respecto de las redes. Fotos mías totalmente desnudo tampoco publicaría”, “[No publicaría] cosas respecto a mi sexualidad, pensamientos muy profundos y personales, problemas familiares/ de pareja”. Cuando hubo que responder qué cosas desagradan de otras intimidades algunas respuestas fueron específicas, por ejemplo un joven de 29 años dice: “Confunde y nubla mucho mi entendimiento toparme con visiones íntimas del cuerpo de quien intuyo que puede atraerme desde lo espiritual. Es decir que me molesta ver descuidado el misterio que implica conocer a alguien, sobre todo si lo más difícil en una era virtual es concretar el primer encuentro.”

Subir en “Mejores amigos”

En cuanto a las entrevistas, las mismas sirvieron para entender mejor cómo los jóvenes neuquinos perciben a la intimidad en Instagram. En primer lugar, **le dan un valor importante a la privacidad**. La mayoría prefiere usar la opción de subir en “mejores amigos” en vez de subir en la opción normal. Esto mismo se ve en expresiones como “Yo si tengo que mostrar algo personal, mío, de mi ambiente, de mi casa, pongo en lista de “mejores amigos” donde está la gente que conozco, el resto ‘descartadísimo’ no me interesa que vean lo que estoy haciendo.”

Hay que destacar que como expresó Linne, el concepto de extimidad de Sibilia (2008) debe ser puesto en cuestión, ya que los jóvenes de esta población estudiada no muestran una compulsión por exhibir la intimidad, sino que **usan estrategias y técnicas que son dadoras de sentido para ellos mismos**. En ese sentido, la exhibición de la intimidad forma parte de distintas performances con el propósito de construir su mejor imagen para sus pares. En línea con lo dicho por Winocur, el deseo de comunicarse con otras personas es más fuerte para estos jóvenes que el mero hecho de mostrarse: “no están necesariamente desnudando su intimidad, sino produciendo una actuación con el objetivo de estar visible en los espacios significativos donde transcurre la sociabilidad -tanto *on line* como *off line*-, los cuales constituyen escenarios claves de recreación y dramatización de las

nuevas formas de inclusión social.” (2012). Esto se puede ver en expresiones como: “Bueno yo de mi vida personal solamente publico aquellas cosas que quiero “caretear”, que quiero que vean y digan “Chu, yo quiero estar en el lugar de esa persona”, nada más. O a veces me pongo un poco en ridículo, también para que vean que soy un poco humano.” Otro joven decía: “[Subo] alguna foto en cuero ponele, haciéndome el lindo, me saldrá o no pero yo lo hago igual (risas). Aparte de mostrarlo porque son mis logros, lo uso como herramienta, porque si pones una foto medio sugerente, en mi caso hay alguna chica que me da *like*, podés empezar una conversación, como herramienta para hacer más cosas me sirve, no hago nada que no tenga un propósito.” Marcia (30) afirmaba “Por mi trabajo en particular subo actividades laborales pero de mi vida personal tiene que ser un momento lindo si no no lo subo a *post*.”

El sufrimiento como parte de lo íntimo

Para esta población estudiada el sufrimiento emocional es algo que no forma parte de lo que es compartible, hay expresiones como “no muestro tanto la parte más vulnerable si uno quiere decirlo, como que lo evito mostrar”, cuando lo ven en otras personas lo llaman “dramatismo”, o indican que es algo “muy personal”. En las expresiones de los jóvenes hay una intención de dejar al sufrimiento dentro del área de lo íntimo o privado. Como dijo Luciana (20): “Y hay gente que quizá se suicida que publica que se corta, he tenido una amiga que me decía que publicaban esas cosas, me daría mucha impresión verlo. Es muy privado eso”. Luego Sabina (20) arengaba sobre esta temática : “Pero al final yo también muestro lo lindo, no muestro nunca una foto mía llorando, una foto mía autolesionándose, que sé que hay personas que lo hacen...eso me parece mucho, yo no lo compartiría.” Lucio (19) afirmaba en ese sentido: “considero que es algo muy privado y personal, es más si se quiere abordar una temática en cuanto a la área depresiva y ciertas situaciones considero que hay otro tipo de abordajes como familia, amigos, Instituciones.”

Los jóvenes también mencionaron que publicar algo sobre el fallecimiento de una persona cercana es algo que no harían, Luciana (20) afirmaba: “Me daría mucho cosa publicar el fallecimiento de un familiar mío, o amigo”, Augusto (20) agrega que este tipo de publicaciones no sirven para cumplir segundos objetivos: “No publicaría la muerte de un familiar, cosas privadas que quedan para mi que no aportan nada a nadie. Por ejemplo, yo publico una foto de que se murió un familiar, voy a recibir mensajes de lástima pero no va a trascender, no cumple segundos objetivos.”

A modo de cierre

Teniendo en cuenta todo el recorrido de este trabajo se puede decir que *Instagram* produce nuevas configuraciones en torno a la intimidad, y se ubica en zonas grises o intermedias entre lo público y lo privado. La vida diaria es lo que más representa esta zona gris. La pregunta principal de esta tesis fue sobre cómo es la percepción de estos jóvenes en torno a compartir la intimidad. En ese sentido los pensamientos y los sufrimientos parecen formar el núcleo duro de lo que no es compartible. La familia y la pareja parece tener un aspecto ambiguo, para algunos jóvenes es algo apto de compartir y para otros no. Los jóvenes de esta muestra tienen conciencia de que la red social es un espacio público y que todo lo que suben allí puede ser juzgado. Sus prácticas de exhibición de la intimidad parecen formar parte de una manera de representarse a sí mismos, siempre pensando en cómo puede recibir el posible espectador. En ese representarse a sí mismos compartir su vida diaria es parte de la construcción de su rol a desempeñar frente a los demás, teniendo en cuenta las ideas de Goffman (2001). Para un análisis más detallado quedaría pendiente estudiar específicamente cuáles fotos forman parte de esa representación, si son las fotos “historias” o solo las de muro o *post*, también saber si en las fotos aparecen puntualmente sus amigos, sus familiares o su respectiva pareja. Realizando un análisis de esas fotografías se podría desarrollar más la perspectiva del “enfoque de la dramaturgia” de Goffman (2001). Merecería otro análisis más detallado el aspecto de los sufrimientos, y por qué los mismos cuando son exhibidos en Instagram generan rechazo. Tal análisis podría ser abordado desde el enfoque de la dramaturgia y de los roles a desempeñar de los “actores”, que son los jóvenes usuarios de *Instagram*.

Anexo

1.1

A continuación, se muestra el modelo de la encuesta que fue compartida:

¿Qué edad tenés?

¿Vivís en Neuquén Capital?

¿Con cuál género te autopercebís?

¿Qué cosas publicás habitualmente en Instagram?

(pregunta abierta)

¿Cuál es la red social que más usas para publicar sobre tu vida?

1. Instagram
2. Facebook
3. Twitter
4. Tiktok

¿Y para leer sobre la vida de los demás?

1. Instagram
2. Facebook
3. Twitter
4. Tiktok

¿Cuál de estas cosas crees que forman parte de la intimidad?

- a) la pareja
- b) la familia
- c) los amigos
- d) el cuerpo

e) la sexualidad

f) los pensamientos

¿Solés publicar cosas de tu vida íntima (novixs, cosas familiares, escenas de tu intimidad)

(pregunta abierta)

1. sí
2. no
3. a veces

¿Alguna vez tuviste una mala experiencia posteando algo íntimo en redes sociales?

1. sí
2. no

¿Qué cosas de tu intimidad no publicarías nunca en Instagram?

(pregunta abierta)

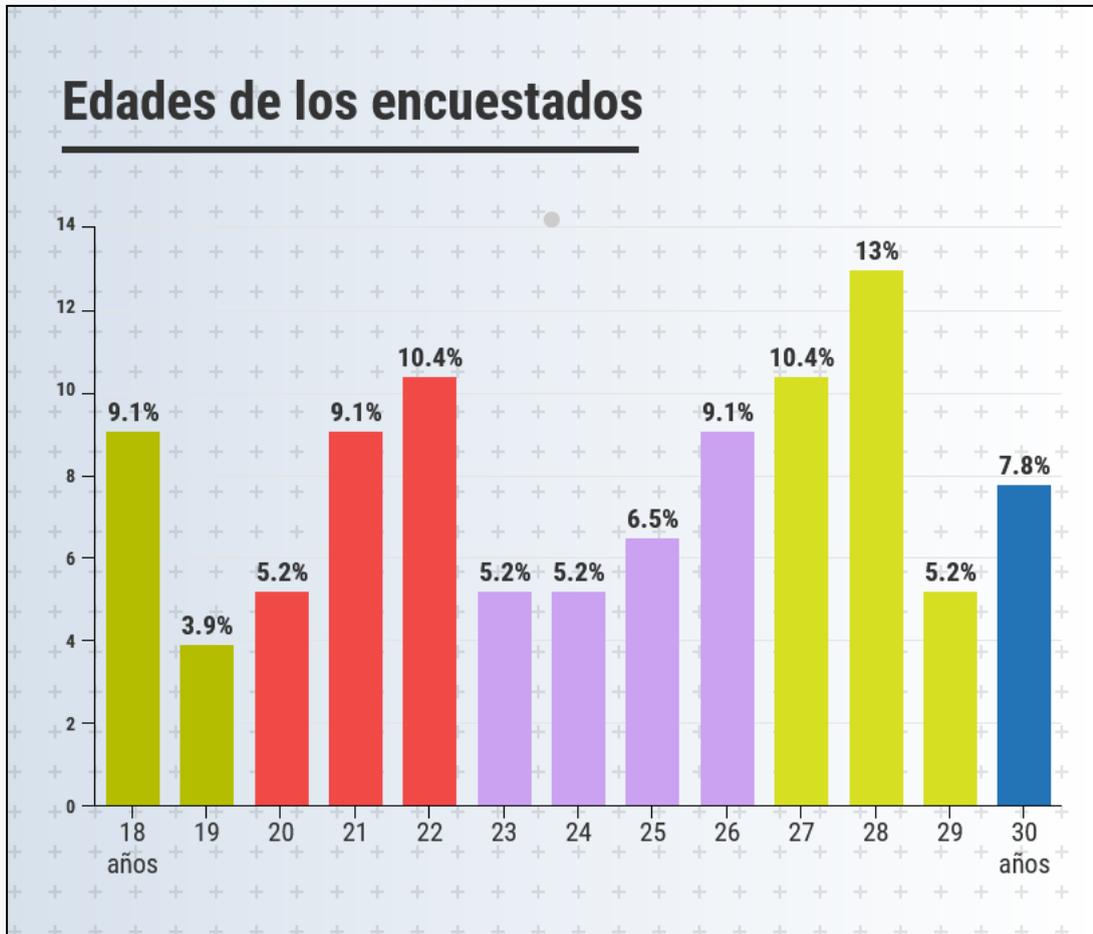
¿Te interesa mirar la intimidad de los demás en Instagram?

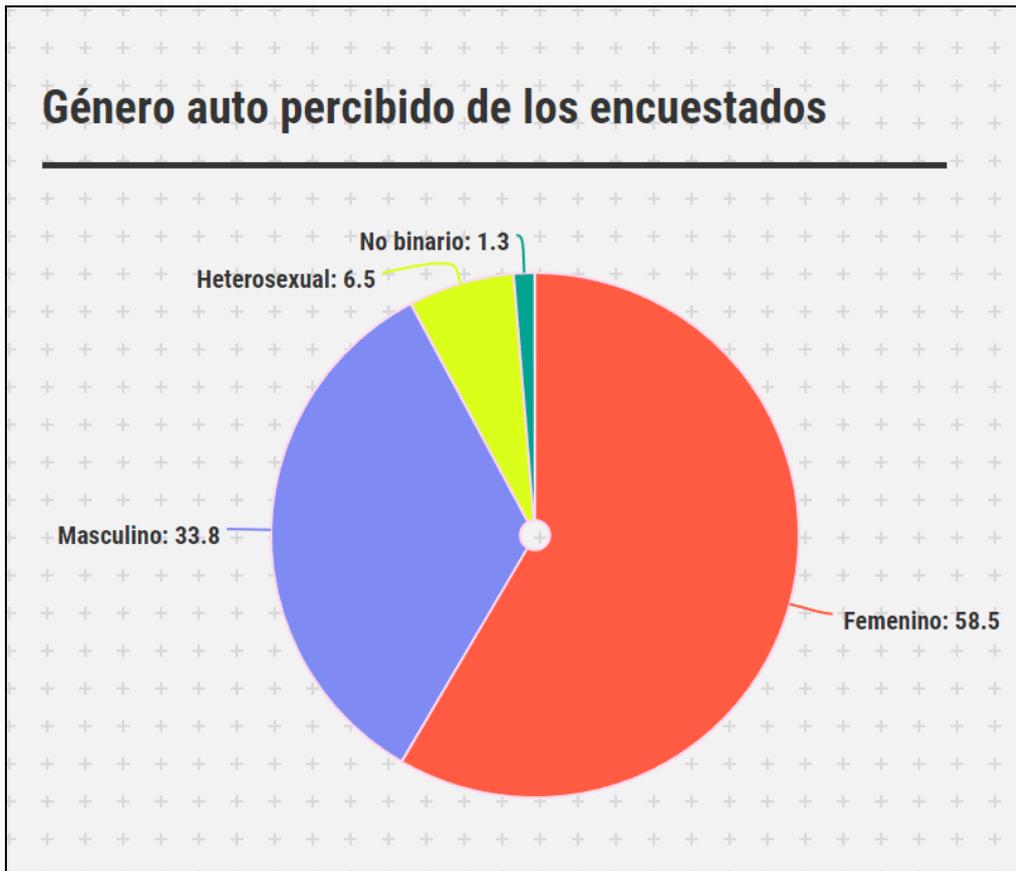
1. sí
2. no

¿Qué cosas de la intimidad de otras personas te molesta ver en Instagram?

(pregunta abierta)

1.2





- Con respecto a la primera pregunta 1 “¿Qué cosas publicás habitualmente en Instagram?” se obtuvieron las siguientes respuestas:

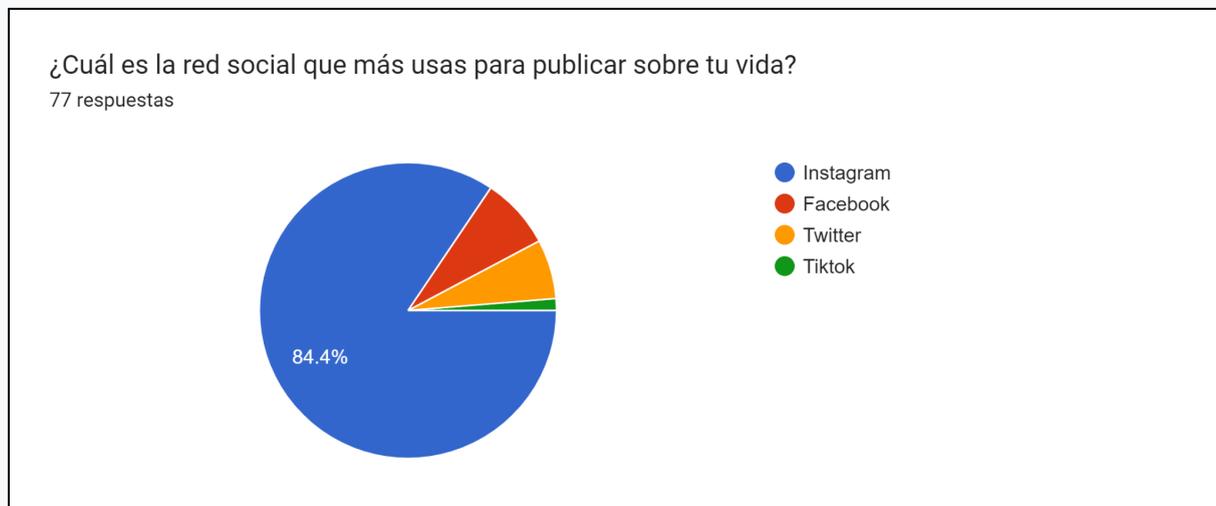
1. “Nada.”
2. “Fotos.”
3. “Momentos, lugares, viajes y fotos propias.”
4. “NADA.”
5. “Sinceramente nada interesante, solamente publicaciones estratégicas para cuando " andaba a las cogidas", solamente con ese fin.”
6. “Fotos y memes.”
7. “Make up, moda, fotografía”
8. “Lo que hago en el día, fotos con amigos y familia, noticias, escritos que considero interesantes, mensajes que necesiten difusión”

9. "Salidas,comidas."
10. "Stories."
11. "Canciones, cosas que veo en la calle."
12. "Memes y fotos personales."
13. "Fotos mías y de mis gatitos , mi hijo."
14. "Fotos mias."
15. "Salidas con amigos. Alguna cena. Paisajes."
16. "Memes y política."
17. "Casi no público nada."
18. "Fotos de mis hobbies y actividades."
19. "Reels."
20. "Noticias relacionadas a mi rubro, anécdotas, amistades."
21. "Memes, reels y fotos personales mías."
22. "tengo una cuenta de fotografía donde subo mis fotos y de vez en cuando una historia sobre algo personal, pero nunca fotos mías."
23. "Fotos mías, con amigos o pareja."
24. "el cielo, paisajes, fotos con amigos o con mi pareja, mascotas."
25. "Fotos de paisaje. Publicito mi trabajo. Memes"
26. "Memes y fotos mías, bailes míos , boludeces que me pasan."
27. "Cosas que me dan gracia y alguna que otra historia con amigos."
28. "fotos con amigos."
29. "Fotos mías y de los proyectos en los que participo."
30. "Cosas graciosas, mascotas mías, donde estoy o con quien estoy (muy debes en cuando)."
31. "Fotos,videos bailando y cantando."
32. "Fotos de mis pasatiempos y mascotas."
33. "Poco y nada."
34. "Personales y relacionadas a mis proyectos."
35. "Solía publicar cosas personales, pero no subo nada hace 2 años aprox."

36. "Familia amigos comida."
37. "Fotos con amigos."
38. "Poesía."
39. "Subo historias de todo, memes, mi vida diaria, política."
40. "Fotos mías, paisajes, alguna q otra frase y memes."
41. "Fotos mías y de mí día a dia."
42. "selfies, historias."
43. "Fotos de cosas que me gustan o me llaman la atención."
44. "Memes."
45. "Avances sobre mi labor musical, fotografías de lugares que visito."
46. "Fotos con mis amigos."
47. "Normalmente público fotos de paisajes o frases motivadoras."
48. "No publico casi nada pero me gusta mirar videos divertidos."
49. "En historias variado: comida, mi mascota, estudiando, paisajes, etc. En publicaciones sólo fotos mías o con mi flia (rara vez)."
50. "Fotos."
51. "Cosas de mi día a día."
52. "Fotos de mi perro."
53. "Maquillaje y familia."
54. "Fotos de buenos recuerdos"
55. "Trabajo"
56. "Buenos recuerdos/ momentos"
57. "Historias, con familiares"
58. "Fotos de paisajes, salidas, mascotas, mias, comidas"
59. "fotos, estados"
60. "Historias de cuando entreno, de mi sobrina, mascotas"
61. "Historias de fotos mías o con mis amigas"
62. "Fotos de pinturas"

63. "Historias con fotos de lugares/paisajes"
64. "Casi nada. Fotos de alguna actividad que haya realizado. Muy rara vez"
65. "Fotos en stories"
66. "Fotos mías, con amigos, nudes"
67. "Contenido de valor sobre temas de mi interés y de mi comunidad"
68. "Cosas casuales que surgen en algún momento específico y que considero divertido compartir con los demás independientemente si les pueda o no interesar"
69. "Fotos muy cada tanto"
70. "Videos de mis mascotas"
71. "Comidas Cerveza Selfies y algún que otro paisaje"
72. "Selfies, fotos con amigxs, familia, de mí gato y memes"
73. "Fotos mías, con amigos, memes"
74. "Publicaciones de otros usuarios"

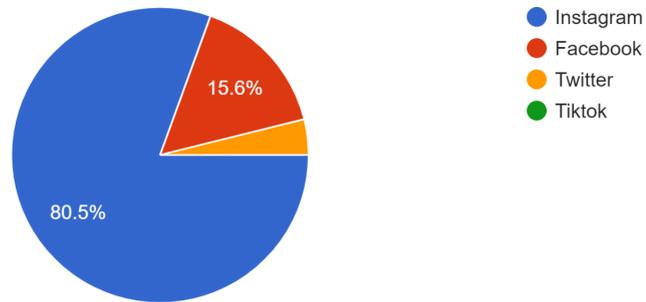
- **Respuestas a pregunta 2:**



- **Respuestas a pregunta 3:**

¿Y para saber sobre la vida de los demás?

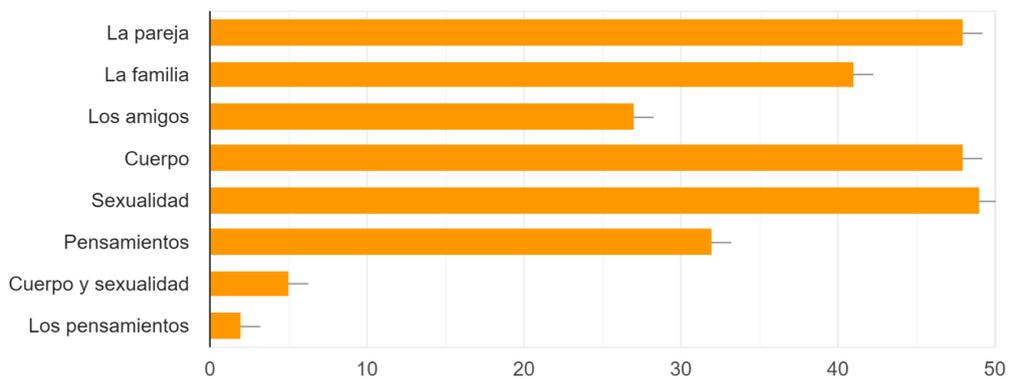
77 respuestas



- **Respuestas a pregunta 4:**

¿Cuál de estas cosas crees que forman parte de la intimidad?

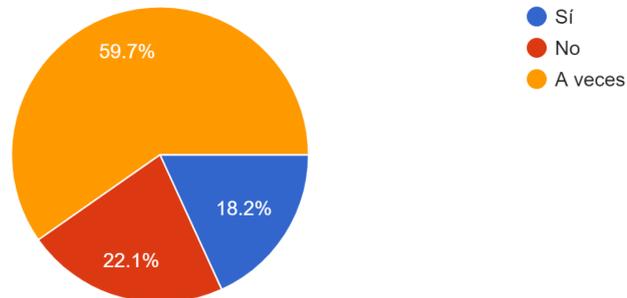
76 respuestas



- **Respuestas a pregunta 5:**

¿Solés publicar cosas de tu intimidad (novixs, cosas familiares, encuentros con amigxs, etc.) en Instagram?

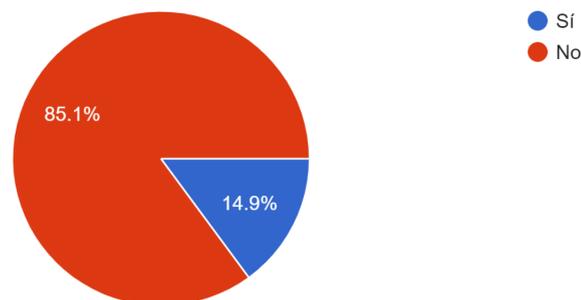
77 respuestas



- **Respuestas a pregunta 6:**

¿Alguna vez tuviste una mala experiencia publicando algo íntimo en Redes Sociales?

67 respuestas



- **Con respecto a la pregunta 7 “¿Qué cosas de tu intimidad no publicarías nunca en Instagram?” se obtuvieron las siguientes respuestas:**

1. Nudes
2. Cuerpo
3. Encuentros casuales con personas, sean amistosos o amorosos, información personal o ajena.

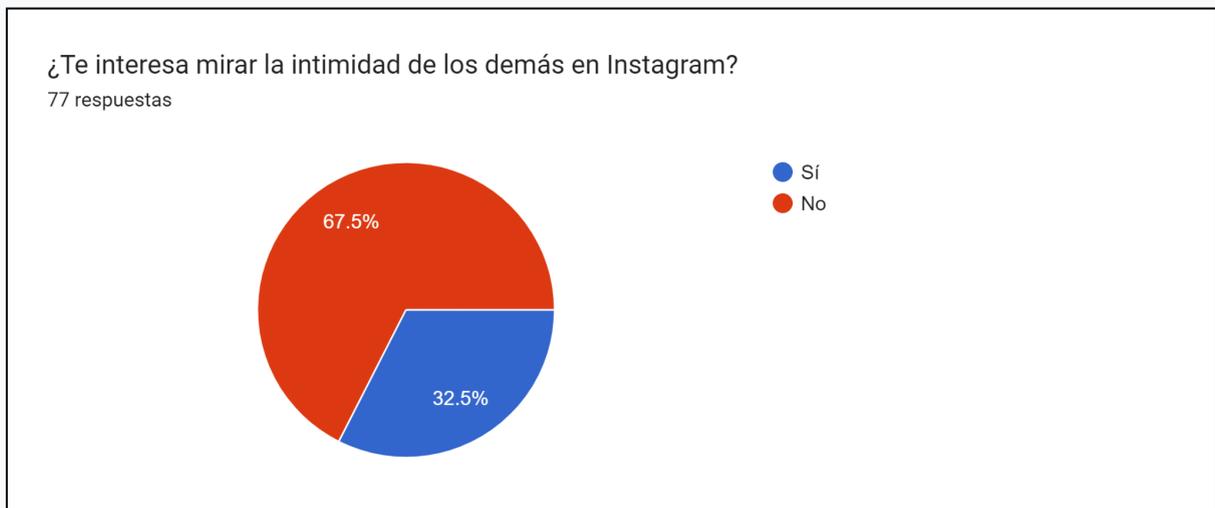
4. Sexualidad.
5. Nada sexual, nada referente a mi círculo íntimo de personas que pueda herir sus sensibilidades.
6. Mi familia y algunas ideas políticas
7. Algo que me avergüence mostrar. No sabría un ejemplo específico.
8. No tengo problema en publicar lo que sea
9. Determinados momentos con amigos, familia y pareja no publicaría ya que de todas formas soy una persona bastante reservada con mi vida respecto de las redes. Fotos más totalmente desnudo tampoco publicaría.
10. Alguna foto que me haya sacado que pueda ser sexualizada o caer en manos equivocadas
11. Sexualidad
12. Mis relaciones, mi familia,
13. Todo lo relacionado con internas familiares
14. Fotos del cuerpo, pensamientos o si estoy de vacaciones ya que correría el riesgo que las personas que me siguen sepan que no estoy en mi casa.
15. Direcciones, patentes de vehículos, fotos de reuniones familiares, etc
16. Desnudos o información muy personal que compartiría solo con gente cercana
17. Fotos desnudo o en ropa interior
18. Relaciones sexuales
19. Solo utilizo instagram para ver videos graciosos
20. Foto sin ropa
21. Nada, por ahora lo que decido compartir no me ha afectado
22. Fotos desnudo
23. Cuestiones politicas

24. Problemas familiares o de pareja. Situaciones complicadas, que no deben ser públicas.
25. Problemas familiares y personales
26. Familia
27. Cosas íntimas de mi familia, pareja y política.
28. problemas familiares o se pareja
29. Insinuaciones sexuales
30. Sobre mis amigovios y también sobre los niños que me rodean (sobre esto considero que hay que exponerlos lo menos posible. De todas formas si llego a publicar alguna foto siempre es con la autorización de los padres)
31. No publico nada actualmente
32. No público nada
33. Las cosas que hago, solo publicaría fotos de paisajes que tomo en viajes
34. Problemas familiares o algún tipo de pelea
35. Mi cuerpo semidesnudo, mis actividades diarias
36. En qué lugar me encuentro en un momento exacto Fotos de mi familia
37. Mí cuerpo
38. No lo sé
39. Mi cuerpo mostrado de maneras que sólo podrían ser accesibles para alguien de confianza en un entorno privado.
40. Fotos teniendo relaciones sexuales
41. Lo sexual - los problemas personales - cuestiones referidas al trabajo - cuestiones que afecten a 3ros
42. Un momento sexual
43. Fotos con poca ropa

44. No publico nada en instagram.
45. Cosas relacionadas a la plata.
46. Contenido sexual
47. Mi intimidad física, sexual.
48. Nudes
49. fotos privadas
50. Contenido sexual, pensamientos ideológicos
51. datos personales míos o de familiares, pareja, amigos
52. Fotos intimas
53. Fotos desnuda o en ropa interior
54. Mi cuerpo y datos de mi casa y auto
55. Partes intimas, peleas, malos momentos
56. cosas respecto a mi sexualidad, pensamientos muy profundos y personales, problemas familiares/ de pareja
57. Sexual
58. Sentimientos
59. Fotos semidesnuda/desnuda
60. Sexualidad
61. Mi pareja
62. Mi Dinero - Lo que hago en el día - Sexo - Fotos privadas - Etc
63. Una foto íntima
64. No publico nada íntimo
65. Los hijos ya que tengo mucha gente desconocida en instagram y puede ser peligroso para ellos

66. Cuerpo, algunos pensamientos
67. Problemas cotidianos del día a día (trabajo, pareja , rutina , familia, etc) porque esos pequeños problemas son los que construyen en verdad mis problemas más profundos
68. fotos intimas
69. Mi vida sexual, mis opiniones políticas, mis problemas personales y/o familiares
70. Donde vivo
71. Cosas familiares
72. Exponer sexualidad de algún familiar
73. A mí pareja
74. mi cuerpo semi desnudo, fotos de mi familia (sobre todo menores de edad)

- **Respuestas de la pregunta 8:**



- **Con respecto a la siguiente pregunta 9 “¿Qué cosas de la intimidad de otras personas te molesta ver en Instagram?” se obtuvieron las siguientes respuestas:**

1. Nada

2. Mujeres subiendo actitudes desagradables y todo tipo de descontrol que pueda pasar en las noches y juntadas
3. Me desagrada ver a fitness influencers promoviendo un cuerpo antinatural o inobtenible y a la gente en general perpetuando la imagen de la menor cantidad posible de grasa corporal. Me desagrada ver a parejas que postean contenido romántico que se nota que es forzado. Me desagrada ver a niñas sexualizadas bailando en tiktok. Me desagrada ver que los influencers postean para tirar contenido porque ese es su trabajo, no postean porque quieran genuinamente compartir su vida.
4. Pienso que no me interesa en lo más mínimo cualquier aspecto de sus vidas, solo me interesa mantener contacto y saber de la vida personal de las personas que considero cercanas o de mi estricto interés.
5. Peleas.
6. Cosas íntimas tanto familiar o de pareja , fallecimiento.
7. La necesidad excesiva de publicar fotos de su cuerpo desnudo o su intimidad con sus parejas
8. Las fotos íntimas
9. Un momento sexual
- 10.Comida
- 11.Sexual
12. (no hubo respuesta)
- 13.Desnudez
- 14.En caso de la competencia, que consigan contratos con empresas
- 15.Publicaciones de drogas, violaciones y agresiones a la mujer
- 16.Nada en particular
- 17.Que compartan todo lo que hacen, incluso hasta cuando se quedan sin papel en el baño diciendolo un poco exagerado pero no tanto
- 18.Ideologías que inciten al racismo u odio.

19. Nada, es la intimidad no es algo que pueda decir si me molesta o no
20. No podría decir que me molesta, me es igual, si me incomoda algo, lo ignoro directamente, cada uno tiene su vida, así que no me debería de molestar
21. No me molesta nada, creo que cada uno usa Instagram como le parece
22. Sus problemas personales
23. Las cosas que comen todos los días, los problemas constantes que traen consigo negatividad
24. Bromas o malas jugadas. Cuando le han mal a otro.
25. Nada. Pienso que en la intimidad es lo que cada uno decide, yo puedo elegir que la familia es parte de la intimidad y no mostrarla en redes. Pero si para otra persona no piensa en ese aspecto como algo íntimo no me jode verlo. No hay un concepto cerrado de lo que es íntimo.
26. Jajajaj nada, soy re chusma
27. No me molesta, si a si fuera, no tendría redes sociales
28. encuentros íntimos
29. Los cuerpos ya que de repente pasó a ver y pum aparece una foto del cuerpo de alguien y no la quería ver, también los pensamientos ya que no son de mi interés, la mayoría de las veces dejo de seguir a las personas que hacen esto.
30. Cuando dicen todo lo que hacen
31. fotos de la sexualidad de los demás
32. Información personal que no deba compartirse o demasiada información personal
33. Fotos eróticamente provocativas de hombres o mujeres, contenido de influencers que parecen tener una vida "perfecta".
34. Nada me molesta
35. Peleas de pareja
36. No estoy segura. Supongo que pensamientos en los que se observe una actitud discriminatoria, machista, xenófoba, etc.

- 37.No me molesta nada, pero mucho no me interesa a veces.
- 38.Generalmente cuando la gente descarga sus problemas en las redes sociales en vez de acudir a alguien cercano o a un profesional, pero cada uno q haga lo q quiera
- 39.Algo sexual
- 40.Nudes sin consentimiento
- 41.No me molesta
- 42.No se
- 43.Confunde y nubla mucho mi entendimiento toparme con visiones íntimas del cuerpo de quien intuyo que puede atraerme desde lo espiritual. Es decir que me molesta ver descuidado el misterio que implica conocer a alguien, sobretodo si lo más difícil en una era virtual es concretar el primer encuentro.
- 44.Desnudez principalmente o demasiada exhibición
- 45.No me interesa ver la intimidad de los demás , ya que cada uno hace lo que quiere con su vida.
- 46.Cómo mencioné solo lo utilizo para ver videos memes o graciosos
- 47.Cuando publican TODO todo el tiempo, que sabes hasta cuándo vas al baño
- 48.Consumo de drogas.
- 49.Nada.
- 50.El exceso de exposición para el cual usan las redes
- 51.Sus problemas personales - sus exposiciones como persona que terminan creando de ellas personas totalmente diferentes a lo que son en verdad.
- 52.Nose
- 53.Gente q se esfuerza por verse positiva
- 54.N/a
- 55.Que expongan Mentos sexuales o con drogas
- 56.intimidades o problemas internos de pareja o familia

57. Cuando suben muchas historias en exceso que ya sabes todo lo que hace en sus días
58. Me molesta ver los cuerpos desnudos de los demás
59. Desnudos y que comen
60. Momentos íntimos con sus parejas
61. El cuerpo Cuestiones que tienen que ver con la sexualidad o la insinuación sexual
62. Molestar nada, es una red pública y vos tenes la decisión de ver o no.
63. Ninguna
64. Acepto que las personas son libres de utilizar las RRSS a su gusto. Lo que me molesta ver es violencia (de cualquier tipo) a todo tipo de ser vivo.
65. Con respecto a la anterior pregunta: aclarar que, no es que me muera por ver lo que hacen los demás de su vida o lo que suben de su vida, así como tampoco es un brutal desinterés, por lo que mi respuesta no es ni un 'sí' ni un 'no'. Y no hay nada puntual que me moleste de ver en instagram de los demás, puede llegar a haber una cierta "decepción" llamemosle, por no haber visto algo de mi interés y sentir como que ese lapso de tiempo que estuve usando instagram fue una total pérdida de tiempo, al fin y al cabo, es otra forma de entretenimiento.
66. Nada, cada persona puede subir lo que quiera
67. Sexo entre personas.
68. su sexualidad
69. Creo que nada, si la persona elige publicar algo es porque le parece bien. No juzgo
70. Momentos de tristeza del tipo "acá sintiéndome mal" siento que las redes sociales condicionan la sanación interna
71. (no hubo respuesta).

2.1

Modelo de entrevista en profundidad:

1. Introducción:

- - Presentación como estudiante
- - Objetivo de la entrevista
- - Confidencialidad de la entrevista
- - Solicitar permiso para grabar

2. Entrevista:

- ¿Qué compartís habitualmente en Instagram?
- ¿Cómo determinas qué compartir de tu vida y qué no?
- ¿Criticas a algunas personas que conocés por los contenidos que deciden compartir? ¿Por qué tipo de contenidos?

2.2

Entrevistas Grabadas:

https://drive.google.com/drive/folders/12quh-lwR5RCeCiTORMmy1R-7Q1SSn3Z_?usp=sharing

Entrevistas Desgrabadas

Se abrevió el nombre del investigador en la entrevista (Tomás Couto será nombrado como TC).

Primer entrevista

MARCIA, 30 años.

10 de marzo de 2022.

TC: "La primera temática que te decía es saber qué cosas compartis en Instagram."

M: "¿Solo Instagram?"

TC: "Sí."

M: "Género femenino, tengo 30 años, a ver, en Instagram comparto un poco de todo, a ver, no el cien por cien de mi vida pero sí momentos que me gustan, que me interesan o que no me molesta que vean de mi vida. No sé... desde un plato de comida que me pareció lindo, estético y me gustó, hasta cosas de mi trabajo, videos de mi perro, mi familia, mi novio, viajes, me gusta mucho lo estético entonces si veo algo lindo me gusta compartirlo. ¿Qué no compartiría? Qué se yo, yo soy muy reservada, entonces quizá cuestiones corporales o cuestiones de mí misma no subiría porque no me gusta ni que opinen ni que vean...tengo mucho cuidado, yo tengo sobrinos muy chiquitos, entonces quizá eso trato de no compartir y si comparto cosas de mis sobrinos tengo cuidado, mi sobrina está recién teniendo instagram y me parece que es fuerte que una nena de 12, 13 años tenga Instagram, porque cuando yo tenía esa edad no tenía ni celular. Por ahí si comparto fotos de ella, trato de no etiquetarla o no compartirla al cien por cien, tengo una lista de "mejores amigos" que son mis amigos y mi familia, como algo más personal, o si comparto algo de mis sobrinos lo hago a través de ahí. Cosas que tampoco comparto por ejemplo mi casa...yo respeto mucho mi casa y es como que siento que es mi lugar, tampoco me interesa que vean en dónde vivo, cómo vivo. Para mí en general lo que vos pongas en *Instagram* puede ser juzgado, puede ser criticado, quizás hay cosas que siento que son personales como mi casa, mis sobrinos, o mi cuerpo."

TC: "Justo en un estudio que yo había citado en el estado de la cuestión una investigadora de la Universidad de San Andrés le preguntaba a los jóvenes si hacían diferencia entre la publicación de muro o el de historias, y si remarcaban que la historia les da para publicar otros temas porque es más efímera."

M: "Totalmente, y momentos de viajes sí va en historias, en posteos por lo general subo más cosas con personas, en mis *post* siempre estoy con alguien, o estoy en algún lugar lindo o haciendo alguna actividad, pero siempre con gente. No sé, hay gente que sube fotos de paisajes fotos de cosas, para mí no llaman la atención. Supongo que las redes sociales es algo que uno comunica para llamar la atención, sino no tendrías redes sociales. Por mi trabajo en particular subo actividades laborales pero de mi vida personal tiene que ser un momento lindo si no no lo subo a *post*, en historias subo mucho más."

TC: "La otra temática es sobre cosas que te desagrada ver de otros jóvenes."

M: "Me molesta mucho la violencia, me molesta ver algo que me genera angustia, muchos suben historias de actividades que son violentas, ahora están con el tema de la guerra, todo el mundo sube cosas de eso, no digo que esté mal, está bueno informar pero para eso me meto en un diario, en un blog, en un portal de noticias. Agarrar el teléfono a las seis de la mañana cuando recién te levantás y ver imágenes violentas me choca."

M: "Después me molestan los descargos, hay mucha gente que usa las redes sociales para descargos, sobre todo la gente que tiene muchos seguidores, no me parece que esté mal pero depende del tono del descargo. Uno puede descargarse válidamente y verdaderamente por una cuestión que pasó y otra es revolear comentarios negativos hacia otra persona o hacia una situación, a propósito porque sabes que eso va a generar un impacto negativo, sobre tal producto, sobre tal persona, sobre tal cosa. Lo mismo me molesta de las críticas, no tanto el contenido, no me molesta que la 'mina' quiera subir una foto en bolas o un tipo suba una foto en bolas, pero si me genera bastante rechazo los comentarios de esas foto, por lo general no son positivos, o son sexistas o son acosadores, y si son negativos son muy negativos, los *haters* me molestan mucho. Hay contenido de gente que me gusta seguir y que banco que me gusta el contenido que suben, pero "me la bajan" los comentarios entonces directamente ni los veo, eso me molesta y..."

TC: "¿En el caso de descargos decis que es algo que ya es demasiado grotesco o que son cosas que deberían dejarlas para su intimidad?"

M: "Puede ser, a ver hay descargos verdaderos, o sea te robaron e hiciste un descargo porque te robaron, es válido o te paso una situación en particular que vos querés contar porque lo necesitás hacer. Pero en redes hay mucho descargo mentiroso... desprestigiando cosas o desprestigiando personas, ese tipo de descargos me molestan."

TC: "¿Lo hacen con nombre y apellido?"

M: "Sí, criticando cuerpos, criticando productos, está bien que a vos no te gusta tal o cual cosa pero guardatelo, quizá a mí sí me gusta esa persona o esa foto entonces no me interesa tu descargo. O sea el válido, el posta, el "me robaron en el subte" o la chica que la violaron seis personas y quiere descargarse en Instagram, pero hay mucho descargo que te llenan de críticas que no me interesan saber. Después hay personas que podrían hacerlo en un ámbito profesional. Yo no hago descargo en redes sociales y podría hacerlos, los evito, no me gusta hacerlos."

TC: "Pero ahí vos distinguís entre la vida pública y privada, hay jóvenes que no distinguen eso, lo ven como un conjunto."

M: “Tiene que ver con las vanidades de las personas, y con el objetivo de porqué usan las redes, si quieres usar las redes para hacerte conocido, por ahí que te “spameen”²² tanto... una persona que sube 7 o 10 fotos de ella o él te aburre, por lo menos mostrará contenido no sé si original, pero verdadero, o sea estás tomando mate con un amigo, o sea ese tipo de contenido uno pretende ver, no vos que estuviste maquillandote tres horas para subir una foto.”

TC: “¿Eso lo ves con gente joven o de más de 30 años? “

M: “Claro, igual ojo, veo muchos jóvenes que suben contenido personal pero también muchos jóvenes que suben contenido *random*, que me parece más válido que una *selfie*, quieres subir una foto jugando jueguitos o *streaming* hacélo, me parece más válido eso que una *selfie* de las ‘minas’ con diez filtros super producidas que no se cuál es el mensaje, también hay gente de mi edad que quizá por el paso del tiempo y ver las redes llenas de ‘minas’ -digo ‘minas’ porque mis seguidoras con casi todas mujeres- que ven tantas mujeres jóvenes, divinas, diosas, que sienten la necesidad de seguir esa línea. Eso no lo comparto, no lo haría, no lo critico... pero es mucho por vanidades, si tenés la necesidad de subir tantas fotos es porque algo te pasa y quizá estás dejando un mensajes tuyo que no está bueno.”

TC: “En la encuesta muchos decían que no publicarían contenidos de política ¿Pensás lo mismo?”

M: “Puede ser parte de la intimidad, yo tambien veo parte de la intimidad si sos reliigoso o si sos feminista, si sos homofóbico, todo lleva a lo mismo, uno tiene miedo de compartir contenido así, ese tipo de pensamientos que puede llevar a una critica, o sea hay que ver qué tan preparado uno está para subir un contenido y que se lo critiquen. Es personal porque si subís algo así sabes que te lo van a criticar. Si bien lo político para mi es natural, pero a veces no tengo ganas de que me critiquen por mi opinión, respeto la opinión de los demás, hay cosas que me gustaría publicar, uno usa las redes sociales como un lugar de entretenimiento y contención. Entonces sí probablemente hay gente que no sube eso, lo ve más personal. Es más fácil subir un *selfie* tuya que lo que opinas de la guerra de Ucrania. Para mi lo más personal es lo corporal. Quizá por la edad que tengo, tiene mucho que ver con la edad. También veo que los jóvenes, tengo seguidos jóvenes, mis sobrinas tienen 13, 14 y 15 años años y no suben publicaciones, solo historias, eso es llamativo. Porque la historia es más efímera y menos criticable. Las historias que suben están vacías de contenido. Es más un “que me vean”. Me llama la atención que los jóvenes tienen cero publicaciones y tienen mil amigos. No se exponen en lo que piensan y se exponen físicamente, para mi es al revés.”

²² El spam es un correo basura, según la Real Academia Española: <https://dle.rae.es/spam>. También se usa cuando se quiere re enviar un mensaje muchas veces por una aplicación de mensajería.

Segunda entrevista:

Sábado 12 de marzo de 2022.

CÉSAR, 28 años.

TC: "¿Cuál es tu edad y con cuál género te auto-percibís?"

C: "Tengo 28 años, qué pregunta...yo no sé lo que es ser hombre, no sé lo que es ser mujer, no sé lo que es ser trans, vos me preguntás con qué género me auto-percibo, mirá tengo pene, la gente dice que soy un hombre. Desde mi perspectiva y gracias a este gobierno soy legalmente transexual no binario, fluido."

TC: "La idea era saber que publicás habitualmente en Instagram y con qué criterio decidís qué publicar y qué no publicar."

C: "Bueno yo de mi vida personal solamente publico aquellas cosas que quiero "caretear", que quiero que vean y digan "Chu, yo quiero estar en el lugar de esa persona", nada más. O a veces me pongo un poco en ridículo, también para que vean que soy un poco humano. Pero sinceramente no es mi intención mostrar las cosas que tengo... cómo me visto, si estoy comiendo una hamburguesa... si estoy comiendo un omelet, eso no me interesa. Comparto muchísimos memes, y si puedo ofender gente un golazo. Y con respecto bueno a como te digo mi vida privada, lo que sea para darle envidia a alguien, nada más."

TC: "O sea tenés un criterio para decidir si hay cosas para publicar y cosas que no."

C: "Sí, sí, efectivamente, yo lo primero que hago es pienso en el espectador, el que va a ver mi historia y digo 'bueno a ver qué puede pensar', si le da **cringe** no me molesta, ahora si alguien dice "pero qué tipo boludo por qué no crece" ahí la pienso un poco más, porque no quiero que me traten de inmaduro, o de que no sé cosas porque sé cosas."

TC: "El otro tema es si a veces criticás o hay cosas que te desagrada ver de otros jóvenes en Instagram."

C: "Critico cuando te suben una comida, cuando te suben los hijos... es como "Daaale a quién le importa". Ahora cuando suben un culo yo me prendo, cuando suben tetas yo me prendo, pitos también, es raro, pero si los hay los disfruto. Me embola si saliste con tus amigos, si fuiste a la playa, si estás comiendo camarón, no me rompan... digo '¿Por qué pierdo tiempo en esto?' Si estás en una

producción con Ricardo Darín, ahí lo quiero ver y me voy a sentir muy mal porque digo 'yo quiero eso'."

TC: "Cuando decías al principio cosas para 'caretear' ¿A qué te referís?"

C: "Y bueno en nuestra industria, soy del cine, caretear es mostrar que estamos en un rodaje, escribiendo, organizando cualquier producción audiovisual como para que la competencia lo vea y diga 'ah están activos.' Eso es 'caretear' para nosotros, que van que estoy laburando."

Tercer entrevista:

Sábado 12 de marzo de 2022

LUCIO, 19 años.

TC: "¿Cual es tu edad y con cuál género te auto percibis?"

L: "Bien, tengo 19 años y me considero de género masculino, hombre."

TC: "La idea es hablar de las mismas temáticas de la encuesta, saber que qué publicas habitualmente en Instagram, con qué criterio decidís qué publicar y que no da para publicar. "

L: "Bien, yo el manejo que uso de mis redes es... haber, lo que publico, lo que intento básicamente mantener como imagen... podría decir que es un poco de aumento de ego, como adornar lo que es mi persona, lo que es mi laburo y... darle mi impronta. Creo que es en cierto punto hoy en día como si fuese un documento que los demás pueden percibir, conocerte, investigarte, brevemente, porque uno elige qué poner y que no. Y creo que mi búsqueda es un poco eso, no adornar, pero en cierto punto potenciar lo que yo quiero reflejar como imagen de lo que soy."

TC: "¿Y cuales cosas considerarás que no son para publicar de tu vida o que no publicarías nunca?"

L: "Bien, no me gusta mucho compartir imágenes... o en cierto punto vínculos familiares, mi familia lo mantengo para lo personal, tampoco las intimidades, en cierto punto uno va regulando lo que muestra y lo que no. Pero es eso, no muestro tanto la parte más vulnerable si uno quiere decirlo, como que lo evito mostrar."

TC: "¿Decís que lo íntimo sería el momento de sufrimiento o qué tipo de cosas?"

L: "Sí, sí, creo que va por ahí porque todo lo que es padecimiento o en cierto punto quejas, o dramatismo, es algo que no me doy el lugar a publicarlo, y que cuando lo veo en otras personas me interfiere bastante, me genera algo ver el dramatismo de otra persona en una red social, al menos a mí no me gusta mucho."

TC: "En la encuesta que hice los jóvenes decían que el cuerpo y la sexualidad son las cosas que más forman parte de la intimidad, enganchando con eso que decías te iba a preguntas qué cosas te desagradan de ver de otros jóvenes en Instagram."

L: "Bien, creo que lo que me puede molestar es el dramatismo lo llamo yo, como llamar la atención, es decir yo llamo la atención es la búsqueda de las redes sociales, pero no tanto en lo emocional. No considero que esté mal pero es algo que no soy muy fanático de ver, porque considero que es algo muy privado y personal, es más si se quiere abordar una temática en cuanto a la área depresiva y ciertas situaciones considero que hay otro tipo de abordajes como familia, amigos, instituciones."

TC: "El otro día entrevistaba a una chica de 30 años y me comentaba que le desagradaba ver descargos en Instagram, no sé si ves este tipo de cosas."

L: "Claro, bueno ese tipo de cosas, el dramatismo que ya deja de ser profesional, cuando ya intentas tirar una indirecta con connotación negativa, porque no es lo mismo publicar algo como un recuerdo para una persona a una indirecta negativa, no lo veo como profesional."

TC: "¿Temas como la depresión o el suicidio?"

L: "No he llegado a ver casos tan extremos, digo la gente puede publicar lo que sea, capaz que es un método de descarga, hay que tener en cuenta los contextos... a veces en casa no se escucha. Pero no me convence del todo ese método, sobre todo cuando te cruzas que un conocido o persona cercana publica algo así... cuando fácilmente se podría charlar en persona para ayudarlo. Está muy romantizada la depresión en las redes sociales como si fuese algo de moda, a veces nos confundimos los 'mambos' reales de la gente con esta romantización de 'me siento mal y necesito llamar la atención'."

Cuarta entrevista:

Sábado 12 de marzo de 2022.

AUGUSTO, 20 años.

A: "Tengo 20 años y me percibo como hombre masculino."

TC: "Lo primero era preguntarte qué cosas publicas habitualmente."

A: "Yo en Instagram soy bastante activo más que nada en historias, como todo el mundo. Y... publico un poco de todo, no soy muy cerrado, no tengo problema en cosas normales y cosas un poco privadas no me molesta, pero bueno tengo ciertos límites... no publico cualquier cosa. Pero bueno depende de cada uno, la mayoría de las cosas que pongo es la boludez del momento o estoy acá con amigos, tomando una birra, con mi familia, más que nada eso, cosas típicas. Lo que sí publico bastante en mejores amigos son fotos más sugerentes, porque hace dos años que voy al gimnasio y hago dieta, me gusta mostrarlo, si bien es mi cuerpo soy partidario de que uno no tiene que tener vergüenza de mostrar sus logros."

A: Claro porque en "mejores amigos" podés filtrar la gente que quieres que lo vea, a mi me siguen amigos, familiares, profesores, gente mayor, entonces bueno en "mejores amigos" tengo lo que me interesa que vean algunas personas. Entonces bueno, alguna foto en cuero ponele, haciéndome el lindo, me saldrá o no pero yo lo hago igual (risas). Aparte de mostrarlo porque son mis logros, lo uso como herramienta, porque si pones una foto medio sugerente, en mi caso hay alguna chica que me da like, podés empezar una conversación, como herramienta para hacer más cosas me sirve, no hago nada que no tenga un propósito.

TC: Cosas que no publicarías, por ejemplo una chica me decía que su casa no la muestra nunca.

A: Como dije yo soy de mente abierta, mi casa no la he mostrado pero no tengo problema en hacerlo, casi todos mis amigos han venido a mi casa así que es lo mismo. Tengo una nena pequeña, subo fotos con ella, más que nada para que queden de recuerdo porque en el futuro si vuelvo a mirarlas me quede de recuerdo, como los álbumes de fotos de nuestros viejos. No publicaría la muerte de un familiar, cosas privadas que quedan para mi que no aportan nada a nadie. Por ej. publico una foto de que se murió un familiar, voy a recibir mensajes de lástima pero no va a trascender, no cumple segundos objetivos. Cosas muy explícitas tampoco, tengo amigos que lo hacen, es raro, qué se yo, tengo un amigo homosexual que me tiene en "mejores amigos" y se la pasa subiendo cosas re zarpadas, le tuve que decir 'Che maestro mirá todo bien con vos pero sacame de 'mejores amigos' porque no da'. Además le quita el factor sorpresa, si yo conozco una chica le quita sorpresa. Pero soy bastante abierto."

TC: "¿Cosas que te molestan ver de otros jóvenes en Instagram?"

A: “Cosas muy privadas, la típica que todos los fines de semana que publica la foto en el boliche “escabiando”, ya entendí que te gusta tomar, por esas personas no puedo evitar sentir un poco de lástima. Es medio molesto, o sea no me estás aportando nada, no me das ninguna información.”

Quinta entrevista:

Sábado 12 de marzo de 2022.

LUCIANA, 20 años.

L: “Tengo 20 años, soy mujer.”

TC: “La primera temática que te decía es saber qué cosas compartís en Instagram.”

L: “Bueno... a veces publico fotos mías, no soy de publicar mucho, no en los post, pero sí en las historias, fotos mías, y comparto trabajos de amigos, familia, sorteos, quizás un poco de lo que yo hago en mi día, no sé si estoy tomando mate o si estoy cenando y la comida se muy linda. No mucho más la gente puede ver lo que hago en mi día.”

TC: “¿Y hay cosas que pensás que no publicarías?”

L: “Me daría mucho cosa publicar el fallecimiento de un familiar mio, o amigo, me daría cosa de mi parte, también pornografía explícita(risas), y a veces mis opiniones políticas, a veces comparto algunas publicaciones con las que estoy de acuerdo, otras las considero tan agresivas que ya ahí no las publico porque se puede armar bardo, y lo que menos quiero son problemas. Todos tenemos una opinión diferente, claramente, yo no estoy de acuerdo con los kirchneristas, pero tengo contactos en *Instagram* que sí, entonces no quiero iniciar una conversación porque tampoco me dan ganas de debatir nada, depende cuándo, si lo tengo enfrente quizá sí.”

TC: “En el caso de los fallecimiento decis que es innecesario o por qué?”

L: “Sí, en mi caso sería innecesario, nadie tiene porqué enterarse, es algo privado, a menos que sea una cadena en memoria. Pero si es familia personal mía, una abuela o una tia no tengo por qué”

L: “Me molestaría ver pornografía explícita, a veces cuando publican fotos de animales lastimados, yo entiendo que es para recaudar fondos para eso, a veces fotos muy íntimas. “

TC: “¿Lo que tiene que ver con la sexualidad?”

L: "Claro, si no quiero ver la historia la paso o la silencio, ya está. Cuando hacen marchas también me molesta, no soy activista de nada, pero bueno. Lo ignoro, lo paso, tampoco me voy a poner agresiva con nadie. Y hay gente que quizá se suicida o que publica que se corta, he tenido una amiga que me decía que publicaban esas cosas, me daría mucha impresión verlo. Es muy privado eso, cuando uno se quiere matar lo hace en silencio."

Sexta entrevista

Miércoles 30 de marzo de 2022.

SABINA, 20 años.

TC: "La primera temática que te decía es saber qué cosas compartís en Instagram."

S: "No me gusta mucho...hay personas que cuentan toda su vida literalmente, no me copa mucho el fin que tiene eso, igualmente yo "ventilo" un poco de mi vida en redes, pero de otra manera. No me gusta ver fotos de desnudos, no me gusta el hecho de sexualizarse cada una, cada uno, y convertirse en un objeto. No sé, trato de usar Instagram para buscar una estética, Instagram es estética pura, para tratar de inspirarme. Está la costumbre de conocer a alguien de vista y seguirlo, para saber qué onda, trato de evitar eso, a veces sigo a gente que conozco de vista y los silencio, no me gusta estar pendiente de lo que hace el otro o la otra, si bien comparto fotos de mi cara, de mí haciéndome la linda, sé que no tiene otro fin que la validación...esperando una respuesta, trato de no apuntar a eso, pero siempre recaigo. Están para eso las redes, para validar lo que sentís, igual está re bueno, a veces me inspiro de eso, trato de seguir cuentas de escritos, información, fotografía. Y mi criterio para no subir cosas, cuando siento que 'no da', es sobrepasarse en esa necesidad de aprobación, de escucha, falsa que hay del otro lado...que es puro teclado, hay que diferenciar mucho lo que es de verdad, una acción a un 'clickeo'."

TC: "¿Como las vidas que se ven muy perfectas en Instagram?"

S: "Claro, a mí me pasaba eso, constantemente estaba entrando en comparación con vida de otras personas, "mira los amigos que tiene esta persona, lo que hace esta persona", después miro mi vida y digo "qué bajon". Pero al final yo también muestro lo lindo, no muestro nunca una foto mía llorando, una foto mia autolesionandome, que sé que hay personas que lo hacen...eso me parece mucho, yo no lo compartiría. Es un bombardeo esto de la estética, es bastante vicioso, admito que a veces entro a Instagram para tener esa "droga visual", de estar pasando historias o publicaciones, por

eso trato de soltarlas pero Instagram es un apoyo para conocer gente, de ahí he sacado amigos o amigas cercanas o cercanos. Pero bueno trato de tenerlo al margen, he estado un montón de horas pasando *reels*. Trato de dedicarle un tiempo específico cuando siento que estoy al “re pedo”, cuando quiero distraerme con algo, sino trato de alejarme, porque me consume. Está creado para que nos volvamos unos viciosos, por eso yo trato de darle ese impulso creativo, una ida y vuelta que sea artística, que vaya por otro lado más constructivo, no que sea ‘mirá lo linda que soy nada más’. Hay cuentas grandes de noticias que me parecen relevantes o lecturas que me pueden llegar a cambiar a mí y a otros u otras. Pero trato de tener otro impacto aunque sea ‘mira estoy en la plaza tomando mates’ pero bueno yo también lo uso así a veces.”

TC: “Y me faltó preguntarte con cual genero te auto percibis.”

S: “Tengo 20 años y me percibo mujer.”

Séptima entrevista

30 de marzo de 2022.

CECILIA, 20 años.

TC: “¿Con qué género te auto percibís?”

C: “Em, tengo 23, y mi género es mujer.”

TC: “¿Qué cosas publicás habitualmente y con qué criterio?”

C: “¿Respondo esas preguntas que me habías hecho?”

TC: “Claro.”

C: “Em, lo que no... qué sé yo, no publicaría nada de relaciones amorosas, o íntimas, es muy privado para mí, y también como no me gusta verlo tipo...las historias por ejemplo donde están ‘chapando’, me genera incomodidad verlo, no me gusta para nada. Creo que eso.”

C: “Claro no es algo que me interese ver ni compartir, después las cosas que publico qué sé yo... general, fotos mías, paisajes, lo que estoy haciendo en el momento que me pareció interesante lo publico porque genero contenido en Instagram. También hago videos relacionados a esto, la filosofía, a lo que estoy estudiando, preguntas, encuestas.”

TC: “Una chica que entrevisté de 30 años me dijo que todo lo que es su casa lo que ve como íntimo y no lo comparte.”

C: “Yo si tengo que mostrar algo personal, mío, de mi ambiente, de mi casa, pongo en lista de “mejores amigos” donde está la gente que conozco, el resto ‘descartadísimo’ no me interesa que vean lo que estoy haciendo.”

TC: “Lo que te desagrada ver entonces me decías es lo que tiene que ver con parejas y romanticismo?”

C: “Claro, porque para mí es muy personal eso, no mostraría un video con mi novia porque ‘no da’, es mio y es personal, no sé eso no me gusta ni verlo tampoco.”

Octava entrevista

31 de marzo de 2022.

FAUSTO, 21 años.

F: “Soy masculino, tengo 21 años.”

TC: “La primera pregunta es que publicás en Instagram habitualmente.”

F: “Está la lista normal²³ y la de “mejores amigos” como todos conocen, en la lista normal publico memes, cosas relativa a mi vida pero fuera de lo que me rodea, mi hogar. Por ejemplo cuando salgo a la plaza publico un video; en “mejores amigos” soy más precavido, está la gente que sé que puedo confiar, no que solamente digo ‘es mi amigo’. Gente que le puedo informar lo que estoy haciendo y no va a pasar nada. Es más estricta.”

TC: “¿O sea que considerarás que lo personal tiene que ver con los pensamientos o problemas personales?”

F: “A lo personal me refiero a lo físico, mental, anímicamente, sentimentalmente, a todo eso, tiene que ser sobre mí y para mí.”

TC: “Porque me decían varios jóvenes que entrevisté que ellos pensaban que todo lo que es sufrimiento o la gente autolesionándose tienen que quedar en la intimidad y no ser publicado.”

²³ Se refiere al muro y las historias que está en “modo público.”

F: "A lo que viene la red social está más relacionado a lo que vos buscás, a lo que vos le das 'me gusta', si a gente adolescente le aparecen cosas tristes es porque lo han buscado."

TC: "Claro, ellos decían que no lo buscaban sino que tenían gente en sus contactos entonces decían que todo lo que es sufrimiento forma parte de la vida privada."

F: "Tengo amigos que han subido cosas sobre maltrato animal, o auto lesión, en mi caso es más como para hacerte ver, estás mal pero querés que el mundo se entere, eso ya deja de ser personal, si quiero que el mundo se entere lo voy a mostrar."

TC: "¿Cuáles cosas te desagrada ver de la intimidad de otros jóvenes?"

F: "Lo que me desagrada es el tema político, el tema de lo que es hoy en día el aborto, el feminismo, que el machismo... todo eso te carcome la cabeza, ya cansa, pero si una mamá quiere subir fotos de sus hijos en mí está bien. Ahora el tema de lo político, de los sufrimientos, me puede llegar a afectar, capaz que llega un video y justo me afecta, capaz que me pasó eso y vuelvo a recordar. Evito todo lo que es política, sino terminás peleando por cosas que el sentido no lo tienen."

Bibliografía

Boczkowski, P. (2022). *Abundancia: La experiencia de vivir en un mundo pleno de información*. Unsam Edita.

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167. www.redalyc.org/articulo.oa?id=349733228009

Dijck, V. J., & Salas, H. (2019). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales (Sociología y Política (serie Rumbos teóricos))*. Siglo XXI Editores.

Gamarnik, S. (2019, diciembre). *Percepciones sobre la exposición de la intimidad en Instagram: un análisis en producción y reconocimiento*. Universidad de San Andrés. Departamento de Ciencias Sociales. <https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/handle/10908/18244>

Goffman, E. (2001). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu.

Kemp, S. (2022, 15 febrero). *Digital 2022: Argentina*. *DataReportal – Global Digital Insights*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-argentina>

Lavalle, A. M. (2018). *De Bajtin al smartphone : Instagram ¿Una nueva topología espectacular?* Universidad de Buenos Aires. <http://comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/16/2018/06/TESIS-lavalle-terminada.pdf>

Linne, J. (2016). *La “multimidad”: performances íntimas en Facebook de adolescentes de Buenos Aires*. *Estudios Sociológicos de El Colegio de México*, 34(100). <https://doi.org/10.24201/es.2016v34n100.1389>

Murden, A., & Cadenasso, J. (2018). *Ser joven en la era digital. Una aproximación a los procesos de construcción de subjetividad*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. <https://drive.google.com/file/d/1ORNvs8cGi5fMQOgkQG7gns7bzR3AgTjM/view>

Patalano, F. (2017). *Estudiantes allenses y redes sociales: un estudio exploratorio de prácticas y usos*. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Universidad Nacional del Comahue.

- Reguillo, R. (2003). *Las culturas juveniles: un campo de estudio; breve agenda para la discusión*. *Revista Brasileira de Educação*, 23, 103–118. <https://doi.org/10.1590/s1413-24782003000200008>
- Rubiano Pinilla, E. (2017). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. *Palabra Clave*, 20(2). Recuperado a partir de <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/7671>
- Sabater Fernández, C. (2014). *La vida privada en la sociedad digital. La exposición pública de los jóvenes en internet*. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 61, 1–32. <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950257001.pdf>
- Sarchi, F. M. (2019, septiembre). *Instagram: uso y motivaciones de los jóvenes*. Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/57495/1/INTAGRAM%20USO%20Y%20MOTIVACIONES%20DE%20OS%20JO%CC%81VENES%20.pdf>
- Sautu, R. (2005). *Manual de Metodología: construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. CLACSO. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/collect/clacso/index/assoc/D1532.dir/sautu2.pdf>
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo* (1.a ed.). Fondo De Cultura Económica USA.
- Torres, C. (2017, Mayo 30). *Narrativas Mediáticas: La representación virtual del yo en los jóvenes*. *Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. Central American Journals Online. Retrieved August 20, 2022, <https://www.camjol.info/index.php/REALIDAD/article/view/4034>
- Thompson, J. B. (2011). *Los límites cambiantes de la vida pública y la privada*. *Comunicación y Sociedad*, 15, 11–42. <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n15/n15a2.pdf>
- Tolosa, M. (2013). *Comunidades y redes sociales, el desplome de las pirámides*. Colección Sitiocero.
- Urresti, M., Linne, J., & Basile, D. (2015). *Conexión total : los jóvenes y la experiencia social en la era de la comunicación digital*. Grupo Editor Universitario. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20160909015844/Conexion-total.pdf>
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales* (H. Salas, Trans.). Siglo XXI Editores.

Winocur, R. (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular* (1.a ed.). Siglo XXI.
https://www.academia.edu/34612106/ROBINSON_CRUSOE_YA_TIENE_CELULAR_LA_CONEXI%C3%93N_COMO_ESPACIO_DE_CONTROL_DE_LA_INCERTIDUMBRE_por_ROSAL%C3%8DA_WINOCUR

Winocur, R. (2012, abril). *La intimidad de los jóvenes en las redes sociales*. Revista TELOS (Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología). <https://telos.fundaciontelefonica.com>

Zuluaga Salazar, M. A. (2014). *La intimidad en los jóvenes a partir del uso de redes sociales*. *Folios Revista De La Facultad De Comunicaciones*, 30, 145–163.
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/view/20779/17428>