



Comunicação Midiática

Revista Comunicação Midiática

ISSN: 2236-8000

v.17, n.1, p. 10-25 jan-jun, 2022

**“Yo no muestro nada que sea personal”
Acerca de cómo usuarios y usuarias definen la privacidad en Instagram**

**"Não mostro nada que seja pessoal"
Sobre como os usuários definem a privacidade no Instagram**

**"I do not show anything that is personal"
About how users define privacy on Instagram**

Luis Ricardo Sandoval

Universidad Licenciado en Comunicación Social (Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco), Magister en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales y Doctor en Comunicación (Universidad Nacional de La Plata). Profesor Titular Regular en la UNPSJB. Autor de libros y artículos en revistas científicas en el campo de los estudios socioculturales de las tecnologías de comunicación. Miembro de la mesa coordinadora de la Red de Investigadores sobre Apropiación de Tecnologías Digitales.
lrsandoval@unpata.edu.ar

Eva Camila Rodriguez

Técnica Universitaria en Periodismo y Técnica Universitaria en Comunicación de las Organizaciones. Licenciada en Comunicación Social (Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco). Estudiante avanzada en el Profesorado en Comunicación Social por la misma Universidad. Miembro del Grupo de Trabajo Internet, Tecnología y Cultura de la FHCS-UNPSJB. camirodz94@gmail.com

RESUMEN

Las redes sociales fueron disruptivas en la socialidad debido a que cambiaron las concepciones sobre espacio y vida pública, privada e intimidad, creando nuevas formas de construir la identidad por medio de la narración continua de la cotidianidad a partir de las fotografías que se comparten. En la presente investigación se entrevistó a usuarios de 18 a 34 años, donde se dio cuenta que existen diferentes niveles de exposición de acuerdo a la cantidad de información que comparten. A pesar de ser un espacio de carácter público, a través del uso y apropiación de Instagram, los jóvenes logran construir un lugar donde, por medio de diferentes mecanismos, consiguen ejercer control sobre aquello que comunican, y sobre quién entra a sus perfiles y a cuánta información accede.

Palabras clave: redes sociales; comunicación; presentación del yo; privacidad; fotografía.

RESUMO

As redes sociais foram disruptivas na sociabilidade porque alteraram as concepções de espaço e vida pública, privada e de intimidade, criando novas formas de construção identitária através da narração contínua do quotidiano a partir das fotografias que são partilhadas. Na presente investigação foram entrevistados utilizadores com idades compreendidas entre os 18 e os 34 anos, onde se percebeu que existem diferentes níveis de exposição consoante a quantidade de informação que partilham. Apesar de ser um espaço público, através do uso e apropriação do Instagram, os jovens conseguem construir um lugar onde, por meio de diferentes mecanismos, conseguem exercer controle sobre o que comunicam, sobre quem entra em seus perfis e quanta informação acessa.

Palavras-chave: redes sociais; comunicação; autoapresentação; privacidade; fotografia.

ABSTRACT

Social networks were disruptive in sociality because they changed the conceptions of space and public, private and intimacy life, creating new ways of building identity through the continuous narration of everyday life from the photographs that are shared. In the present investigation, users between the ages of 18 and 34 were interviewed, where it was realized that there are different levels of exposure according to the amount of information they share. Despite being a public space, through the use and appropriation of Instagram, young people manage to build a place where, through different mechanisms, they manage to exercise control over what they communicate, and over who enters their profiles and how much information. access.

Keywords: social networks; communication; presentation of the self; privacy; photography.

Introducción y abordaje teórico

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

Si bien el interés de este autor se centra en la forma en que se ha transformado la esfera pública con estas nuevas formas de visibilidad, y especialmente el lugar que ocupan en este proceso los escándalos políticos (Thompson, 2001), también ofrece algunas líneas conceptuales de interés para la reflexión sobre el proceso que constituye su contracara: el de la transformación de la privacidad. En la tradición del pensamiento político liberal clásico, argumenta, la privacidad suele conceptualizarse a partir de la defensa de la propiedad privada, y esta perspectiva repercute aún en la célebre definición de Samuel Warren y Louis Brandeis de la privacidad como “el derecho a ser dejado en paz”. Sin embargo, una conceptualización de la privacidad útil para los contextos actuales, debe partir de otras premisas y Thompson prefiere plantearla en términos de control informativo: “la capacidad de controlar las revelaciones sobre uno mismo, y de controlar cómo y hasta qué punto estas pueden comunicarse a los demás” (Thompson, 2015, p.29), y sugiere que el análisis de Erving Goffman (1979) de los “territorios del yo” puede brindar pistas útiles.

En el modelo etológico que utiliza Goffman, las interacciones se regulan a partir de reivindicaciones territoriales, las cuales suponen cierta construcción de una esfera de privacidad, o al menos de uso exclusivo de un recurso. Entre los distintos territorios en juego (espacio personal, recinto, turno, etc.), uno es especialmente relevante aquí: la reserva de información, definida como “la serie de datos de uno mismo cuyo acceso una persona espera controlar mientras se halla en presencia de otras” (Goffman, 1979, p. 56), reivindicación que puede ponerse en cuestionamiento a partir de conductas que supongan infracciones de distinto tipo llevadas a cabo por otros (relevante aquí la que denomina “penetración visual”) o por el mismo actor cuando comete una infracción en contra del control de sus propias reservas, y vale la pena detenerse aquí en una de estas posibilidades: el exhibicionismo, cuando la conducta del actor lleva a que “otras personas que miran y tocan de forma perfectamente normal, se encuentren sin embargo con que cometen una intromisión” (Goffman, 1979, p.71).

Lógicamente, tanto las reivindicaciones territoriales como las posibles infracciones y, por tanto, la misma noción de privacidad, se definen contextualmente, un aspecto en el que ha profundizado Helen Nissenbaum (2010) a partir de la noción de integridad contextual, que supone la existencia de normas, consensuadas mayormente en forma tácita (y por eso mismo sujetas a discrepancias y negociaciones), que rigen los flujos informativos, tanto sus

contenidos como su distribución, en base a los roles de los interactuantes en el marco de contextos situacionales.

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

La privacidad en las redes sociales

Existe consenso en indicar que la diferenciación entre esferas *on* y *off line*, propia de muchos estudios realizados a fines del siglo XX, ya no resulta operativa para describir la mayoría de las prácticas actuales de acceso y uso de tecnologías basadas en internet, en la medida en que estas “articulan, constituyen y son parte, a través de su uso cotidiano, de formas particulares de ser y existir en el mundo” (Gómez Cruz, 2022, p.32). En este sentido, José van Dijck (2016) señala que, en menos de una década, ha surgido una nueva infraestructura de socialización y reacción social en línea, penetrando en la cultura contemporánea y haciendo que los patrones de comportamiento copresenciales, al mixturarse con las normas sociales y sociotécnicas propias de los entornos *on line*, adquieran nuevos ribetes. Es lo que sucede, por caso y según esta autora, con la noción de “compartir”, que no se traslada inmodificada al entorno online, sino que, en la medida en que en este último se redefine, termina transformando a su vez el sentido original de la misma. Ello permite comprender cómo el ciberespacio no se articula como agregado a la sociedad, sino que forma parte de un continuum de relaciones sociales en constante evolución.

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

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

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

Para Hogan (2010) ya no nos movemos por las etapas de la vida evolucionando cronológicamente, sino que vamos dejando huellas de datos en las redes a medida que

avanzamos temporalmente. Es así que, podemos interactuar con los datos que los demás dejan, como también interactuar directamente con las personas: “El mundo, entonces, no es solo un escenario, sino también una exhibición participativa” (p.377).

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

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

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

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

Estas prácticas comunicacionales en las que, al menos en apariencia, usuarios y usuarias exhiben su intimidad, han sido foco de variadas miradas críticas: se las ha enmarcado como prácticas confesionales (Sibilia, 2008), se las ha adscripto a un “capitalismo de las apariencias” (Fontcuberta, 2016) e incluso se las ha asociado a una “sociedad pornográfica”

(Han, 2013). Subyace como hilo conductor de este pesimismo la convicción en que “se ha roto con la noción clásica de intimidad y de privacidad” (Renobell Santarén, 2017, p.120).

Sin embargo, resulta más productivo partir de la premisa de que los límites entre privado y público no son fijos ni constantes y que los nuevos contextos llevan a que usuarios y usuarias establezcan –cierto que a partir de los condicionamientos y potencialidades de las mismas plataformas– nuevas y específicas diferenciaciones entre lo que es publicable y publicitable, lo que es íntimo y privado. Vale decir, en la terminología de Nissenbaum (2010), que las normas y principios de transmisión de la información, propios de los contextos situacionales, quedan definidos por el uso de las redes sociales. En consecuencia, y dado que una definición apropiada de privacidad debe ser relativa a un contexto situacional (e interaccional) específico, indagar empíricamente acerca de la manera en que los usuarios y usuarias definen las normas que regulan los intercambios comunicativos, el tipo de contenido admisible o no, los límites entre presentación del yo y exhibicionismo, las tácticas de control del flujo informativo, así como en las discrepancias y conflictos al respecto, parece un camino apropiado.

Metodología

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

El dispositivo cuantitativo quedó constituido por un corpus de fotografías que fueron recopiladas de perfiles públicos de Instagram que responden a las características detalladas a continuación, con la finalidad de buscar en ellas indicadores acerca de la manera en que se definían concepciones de intimidad. A partir de la utilización de una cuenta personal perteneciente al (Sandoval; Cabello, 2019, p. 93), se detectaron perfiles que cumplieran con los siguientes requisitos:

- a) *Edad*: 18 a 34 años. Esta segmentación de edad corresponde a que la mayor cantidad de usuarios de Instagram son parte de este rango etario. Según el sitio Statista, quienes se desempeñan como proveedores de datos de mercado e información sobre los consumidores, representan en Argentina, el 42% del total de usuarios.
- b) *Lugar de procedencia*:
- c) *Género*: se eligieron perfiles de hombres, mujeres y disidencias sexuales.
- d) *Privacidad de la cuenta*: las cuentas debían estar configuradas en modo público.
- e) *Actividad en la cuenta*: actualización de *feeds* con un período no mayor a 1 año entre publicación y publicación.
- f) *Cuentas personales*: los perfiles sin fines de lucro.

El corpus se recopiló entre enero y noviembre del año 2021, a partir de 27 perfiles escogidos de acuerdo a los criterios recién enumerados. Se seleccionó una muestra de entre 10 y 14 imágenes de cada cuenta para realizar un análisis de contenido de cada fotografía. Además se efectuó un análisis sobre el orden plástico de la imagen, es decir, la forma. Este análisis permitió delimitar grupos de usuarios con características a priori diferenciadas en cuanto al interés de la investigación, así como establecer ejes temáticos para el abordaje de las entrevistas.

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

Resultados

El análisis de contenido de las fotografías seleccionadas tuvo en cuenta variables como la presentación del usuario en forma solitaria o en compañía con otras personas, las opciones técnicas (uso de *selfies*, primeros planos, ausencia de rostro, edición de las imágenes) y estéticas (poses, desnudez, foco en fragmentos del cuerpo), la contextualización de las imágenes (en interiores o exteriores y de qué tipo en cada caso), el registro de actividades u opciones políticas o identitarias. El detalle de este análisis es foco de otro trabajo (RODRIGUEZ, 2022).

En la narración del yo que se produce en las redes sociales, y en este caso particular en Instagram, se realiza un trabajo de gestión de impresiones (Goffman, 1981), ya que durante la exposición los usuarios eligen de manera precisa qué mostrar y qué ocultar, con el objeto de lograr que la construcción de su perfil responda al personaje que quieren proyectar hacia sus seguidores o espectadores. Potencialmente, este manejo puede ser aún más preciso en la medida en que se trata de una interacción asíncrona que además posibilita un momento de producción y selección previa del material que se publicará. Si adoptamos los términos de Hogan (2010), no se trata de una *performance*, sino de una exhibición en la que existe un trabajo de curaduría.

Si bien, como se señaló más arriba, existe cierta tendencia en la literatura a acentuar la posibilidad de la exhibición permanente y completa de la cotidianidad que permitirían las tecnologías actuales, lo cierto es que, a partir de la posibilidad de filtrar aquello que desean que se vuelva público en el régimen de lo visual de las redes, los usuarios pueden reservar lo que consideran privado en las regiones posteriores o entre bambalinas. Es así que la exposición tiene su propia lógica en la que adquiere diferentes maneras de producir una identidad virtual, gestionando la cantidad y el modo de compartir información sobre sí mismos.

Con estas premisas en vista, el análisis de las fotografías permitió la caracterización de los usuarios seleccionados en una tipificación que responde a la cantidad de información personal que proporcionan en sus perfiles. En ese sentido se puede hablar de tres tipos de usuarios diferenciables:

Tipo 1 (21 usuarios): expositivos. Exponen variados aspectos de su vida y cotidianidad y a través de las fotografías es posible conocer detalles de las mismas, tales como su constitución familiar, sus actividades cotidianas, pertenencia y trabajo. Sus tomas son más “naturales”, demuestran un menor manejo de los códigos estéticos y compositivos presentes

en Instagram y de la cultura visual. Sin embargo, dan cuenta de una alfabetización visual provocada por los medios, ya que espectacularizan sus día a día narrándolo en línea a medida que va ocurriendo.

Tipo 2 (4 usuarios): estetas. No comparten detalles de su vida cotidiana pero sí lo hacen con referencias de sus cuerpos. Por lo general poseen cuerpos con mayor similitud a los modelos hegemónicos de belleza o construyen una imagen en ese sentido. Poseen un manejo amplio del lenguaje fotográfico y del modelaje. Manejan los códigos estéticos y compositivos de la red social.

A partir del análisis de la información que se representaba en cada imagen perteneciente al corpus fotográfico, se puede dar cuenta de la popularidad del tipo de usuarios 1, quienes representan más de dos tercios de nuestra muestra. Se podría decir que es la manera más acostumbrada de apropiarse del espacio digital, usada por el general de la población de usuarios de la edad comprendida por el presente estudio, quienes proporcionan –en sus publicaciones– información sobre gran parte de su vida. Ello podría indicar que, en comparación con épocas anteriores en las que el recato y la reserva de información eran costumbres, hoy la presentación del yo en Instagram se realiza incluyendo variedad y cantidad de detalles sobre la vida del usuario protagonista.

Privacidad, intimidad y publicidad

A la hora de consultarles sobre el hecho de que sus cuentas se encuentran configuradas en estado público, muchos de los usuarios, de cualesquiera de las tipologías en las que los englobamos, no recordaban este punto. Sin embargo, la mayoría considera que comparten el contenido para que sea visto, por lo que no perciben problemas relacionados a ello. En general entienden que tienen bastante conocimiento acerca de quiénes son las personas detrás de las cuentas que los siguen (para lo cual realizan acciones de monitoreo), tanto como a quiénes siguen, tal como podemos observar en las siguientes afirmaciones

Lautaro: Uno en la redes sociales muestra lo que quiere mostrar, yo no muestro nada que sea personal. Lo que muestro puede ser público tranquilamente, no hay nada de mi intimidad ni nada de eso, que me moleste que esté público. No tengo drama que sea público. Al contrario, a Facebook sí lo tengo más privado, porque sí es más personal, ahí está tu familia, cosas más personales, ahí no tenemos tanto control de lo que subimos como en Instagram, que subís lo que querés y ya. [...] Conozco los riesgos, es internet. No me preocupa y tampoco lo pienso porque no sé qué pasaría.

Santiago: Cuando subo alguna foto, no estoy pensando en la llegada o quién lo puede ver. Si lo comparto es porque quiero que se vea, pero no tomo como esa dimensión [se refiere a las consecuencias de tener tantos datos disponibles en internet].

Serena: Una vuelta con una amiga descubrimos que si entrás a “Estadísticas” te dice la cantidad de veces que tu foto fue mandada y la cantidad que fue guardada y de ahí entré en un *loop* de querer saber desesperadamente quién se guardó mi foto y quién se la mandó. Obviamente nunca lo terminé de saber completo. Me generó muchísima incertidumbre y me puso un poquito ansiosa. Entonces no: prefiero no darle bola.

Juan: En mi Instagram no vas a ver nada de yoga ni nada de skate, una foto de motos cada tanto. Soy reservado con mis cosas, prefiero compartir momentos lindos antes de mostrar esas cosas, de lo que yo consumo no subo cosas.

De acuerdo a sus relatos, a la mayoría de los usuarios y usuarias entrevistados les molesta tener que aceptar la solicitud de seguimiento que posee Instagram y, en consecuencia, optan por configurar sus perfiles en modo público para evitarlo. Sin embargo, esta apertura la complementan con una selección de sus seguidores, ya que periódicamente revisan qué perfiles los siguen y entran a los mismos para chequear información. En el caso de que un perfil que los está siguiendo posea escasa o nula información, eso suele constituir una señal de alerta que se traduce en la eliminación o bloqueo del seguidor en cuestión.

Lautaro: Sí, me siento bastante libre en mis redes. Pero sí mantengo gente bloqueada para también poder sentirme cómodo en mis redes sociales, porque es mío y, si no te interesa, no me sigas o bloqueáme vos.

Así, los usuarios y usuarias entrevistados, señalan que, aunque la configuración de sus perfiles los expone al público en general, deciden poner límites respecto a quiénes pueden acceder a los contenidos que comparten en Instagram, límite que se orienta principalmente hacia sus familias. La mayoría de los entrevistados alegó que mantienen a familiares bloqueados de sus perfiles para evitar conflictos, o planteos o, si no lo hacen en la actualidad, es una conducta que mantuvieron en el pasado. Si se da la situación de que los miembros de sus familias posean perfiles dentro de la red, en muchos casos tienden a bloquearlos. De hecho, pareciera que este tipo de restricción al acceso se va perdiendo progresivamente, a medida que se avanza en edad.

Pero existe una excepción a la última afirmación, y es que la restricción o bloqueo a la familia se mantiene en todos los casos de entrevistados y entrevistadas que corresponden a disidencias sexuales. Por otra parte, es notorio que en los perfiles de dichos usuarios no se incluyen fotografías con o de sus familias. Podría decirse que los usuarios correspondientes a disidencias sexuales construyen un espacio dentro de Instagram en el que sus familias están tanto restringidas en el acceso, como ausentes de representación visual.

Otro mecanismo de “ocultamiento” que los usuarios desarrollan para evitar ser detectados por sus familiares en la red, además del más directo – y potencialmente conflictivo– bloqueo, es utilizar seudónimos o “nombres artísticos”. En ese sentido, una entrevistada explica esta posibilidad:

Serena: Lo uso porque soy consciente de que yo me estoy exponiendo, soy consciente a quién me estoy exponiendo e independientemente de que no sea completamente quien yo soy, hay cosas, siguen siendo cosas muy personales que prefiero que gente no vea, y que no pregunte y que no curioseé por ahí. Por ejemplo, mi familia.

Entre la naturalidad y la construcción de un personaje

El dato estadístico de que Instagram es la red social preferida por los rangos etarios menores (cuestión que se tuvo en cuenta al seleccionar a los entrevistados y entrevistadas) se corresponde con la percepción de la misma como un espacio más juvenil y contemporáneo. Los usuarios y usuarias suelen contraponer esta característica con la propia de Facebook, que suponen un espacio para grupos más avanzados en edad, como “el lugar de los viejos y de las familias”.

Marcos: Entonces creo que en Instagram yo me animo, no sé, a subir muchas cuestiones que tienen que ver con el activismo que son políticamente incorrectas, por así decirlo, que en Facebook no lo haría porque hay determinada gente que no lo entendería.

Más que nada porque en Facebook hay más gente mayor, mayor en edad y gente que es muy asociada a esa red social. Facebook ha quedado como una red social que usa gente de 40 y pico para arriba.

En las entrevistas, y al consultarles acerca de qué tipo de información no publican en sus perfiles, los usuarios y usuarias “expositivos” suelen mencionar las fotografías con sus parejas, por considerarlo un aspecto privado o íntimo, utilizando los términos como sinónimos. Para Daniela, por ejemplo, “no subo ni historias, ni lo que hacemos, ni los momentos que compartimos, no suelo subir eso. Para mí es algo tan personal y lindo que me gusta reservarlo”. Sin embargo, en este caso y en el de otros usuarios y usuarias de este tipo, a la hora de contrastar la declaración con el contenido de sus perfiles, resulta notorio que efectivamente comparten fotografías junto a sus parejas sexo-afectivas, aun cuando parecieran no tener registro de ello.

En el caso de los usuarios y usuarias que denominamos “estetas”, al presentar su yo *online*, realizan la construcción de un personaje y, en ese sentido, destacan la elección de Instagram por las posibilidades que brinda la red para controlar los aspectos propios que son reflejados y, por ende, conocidos por sus seguidores. En términos de Goffman (1981), existe una preocupación explícita por la “imagen que se da”, construida sobre todo a partir de la posibilidad de ocultar, de dejar en la región posterior, todo aquello que se no se quiere que se conozca.

En comparación, los usuarios y usuarias del tipo 1 ven sus perfiles como una extensión de su yo presencial y, por lo tanto, tratan de incluir una gran cantidad de detalles propios, para que esa construcción refleje a su persona en totalidad. Intentan construir su presentación de manera que responda a “lo que son naturalmente” y consideran su presentación del yo igual en todos los espacios: su identidad o yo es uno y debe ser reflejado lo más fielmente posible en los diversos modos de relacionarse con otros.

En cambio, los usuarios y usuarias del tipo 2 son más conscientes de los métodos de selección y control que realizan para construir su identidad virtual. Si, para seguir con las categorías goffmanianas, los de tipo 1 pueden caracterizarse como actores sinceros, en este caso resulta claro que se trata de actores cínicos, abocados a la construcción de un personaje que, aunque mantiene continuidad con algunos aspectos de la identidad de la persona “detrás de escena”, es solo una representación fragmentaria y controlada.

Otras dos herramientas a la mano de usuarios y usuarias de Instagram para el control del flujo informativo son la diferenciación entre historias y *feed*, y la delimitación de la opción “mejores amigos”. Respecto al primer aspecto, es interesante destacar la delimitación, por parte de usuarios y usuarias, de dos espacios claramente diferenciados de presentación del yo dentro de la red social, que corresponde a la separación entre historias y *feed*, dos de las opciones de publicación que provee la plataforma.

En lo que hace a las historias, estas son compartidas respondiendo a la presentificación del tiempo: son fotografías realizadas en el momento, que reflejan el estado actual de la persona (dónde está, qué hace, con quién/es), sin mayor producción ni planificación respecto a lo que se quiere mostrar: la fotografía de historias se construye para ser vista en el momento y ser descartada 24 horas después. En cambio, los usuarios ven el *feed* como un espacio donde perduran los contenidos que comparten, por lo que consecuentemente requiere más reflexión para su construcción. Es ahí donde se produce de manera más consciente la selección de qué mostrar y qué no y en donde su construcción

obedece a la intención de canalizar sentimientos y emociones de una manera que toma en cuenta códigos estéticos. Como se desprende de lo ya dicho, para los usuarios y usuarias de tipo 2 esa producción se realiza con un fuerte control sobre la información que se brinda a los seguidores, dejando fuera de los contenidos publicados aquellos que consideran más personales o alejados (o incluso incongruentes) con el personaje que se busca construir. En cambio, los usuarios y usuarias de tipo 1, en la medida en sus perfiles en la red social responden a un concepto de naturalidad en su construcción identitaria, incluyen, a veces de manera inadvertida, mayor cantidad de detalles sobre sí mismos y sus vidas.

Si consideramos que las historias se constituyen como una forma que poseen los usuarios de relatar sus “día a día”, se podría decir que el *feed* apunta a la producción de una hibridación entre tiempo pasado y presente, ya que es la manera mediante la cual los usuarios y las usuarias enuncian sus identidades, a partir de fotografías de eventos –a diferencia de las historias– ya acaecidos. En ese sentido, podría interpretarse al *feed* como una enunciación de la identidad de quien sustenta el perfil, el relato de quiénes son a partir de rasgos seleccionados y comunicados, mientras que las historias vehiculizan la implicación con el presente, con lo que sucede, en un momento dado, en esa identidad.

Por su parte, “mejores amigos” –una opción incorporada en forma relativamente tardía a Instagram, a fines de 2018– permite seleccionar un grupo de personas para que puedan acceder a contenido que es vedado para el resto de los seguidores del perfil. Esta opción es valorada por los usuarios, y especialmente por “estetas” como Martín:

Martín: “Mejores amigos” en Instagram vino a generar ese gesto para los usuarios que tenemos perfil público, que está bueno porque de alguna manera no podías diferenciar qué subías y qué no, de esas cosas que son muy íntimas o que querés compartir con un grupo reducido.

Para estos usuarios y usuarias, la opción permite una economía de esfuerzo, ya que posibilita controlar el acceso a “esas cosas que son muy íntimas” de las que habla Martín, dirigidas a destinatarios selectos y que son los contenidos que, prácticamente por definición, quedan fuera de su *feed* público.

Conclusiones

El objetivo de esta investigación ha sido estudiar la manera en que usuarios y usuarias definen lo público, lo privado, lo íntimo y los límites entre ellos, en el contexto situacional de los intercambios entre perfiles y seguidores en la red social Instagram. A partir de lo indagado, es posible concluir que los usuarios y usuarias entrevistados, que sostienen perfiles en modo público en esta red social, construyen dentro de este espacio digital un círculo privado. Aunque su información y fotografías se encuentran disponibles para un público general, consideran que ejercen un control constante respecto a quiénes acceden a sus fotografías y sobre la información personal que allí está disponible.

A partir del análisis de las fotografías publicadas, pudimos delimitar dos tipos de usuarios diferenciables, a los que llamamos “expositivos” y “estetas”. Entre los segundos el control aludido resulta efectivo, ya que son quienes establecen mayores límites en la cantidad de información compartida y resguardan su privacidad de modo explícito, a partir del dominio de mayores competencias técnicas. En el caso de los usuarios y usuarias del tipo 1 o “expositivos”, se presenta una situación en principio contradictoria, ya que si bien

despliegan argumentos respecto al supuesto cuidado con el que construyen sus perfiles para evitar la inclusión de detalles relacionados a su vida cotidiana, lo cierto es que la observación de sus perfiles permite constatar que, contrariamente a lo que se desprende de su relato, los mismos incluyen variedad y cantidad de detalles sobre sus vidas diarias. Siendo que estos usuarios y usuarias son los más frecuentes –vale decir: la manera de presentarse más popular en Instagram–, podemos entender que la premisa vigente en esta red social es que mientras más variedad y más cantidad de aspectos representados, mejor.

Los entrevistados y entrevistadas eran personas jóvenes, de entre 18 y 34 años, franjas etarias que se corresponden con las que señalan a Instagram como su red social de preferencia. Esta red social, entonces, se constituye como un espacio juvenil, algo que queda posibilitado por el control que realizan usuarios y usuarias, pero especialmente los del tipo 2, respecto a los seguidores del perfil, desplegando diversas tácticas que van del monitoreo de los seguidores y el bloqueo o suspensión de los mismos, a la utilización de seudónimos. La familia, especialmente, es la excluida del acceso a las publicaciones, aunque también se ejerce control respecto a miembros de los ámbitos laborales o escolares/académicos. El objetivo de estas prácticas es construir un espacio virtual privado manteniendo el control sobre el acceso a la información cotidiana.

Instagram se presenta como un contexto situacional específico, en donde las definiciones y delimitaciones entre íntimo, privado y público se asocian a la posibilidad de crear un espacio a partir del registro de los consumidores/espectadores de las publicaciones ya que, aun cuando los perfiles estudiados son públicos y, al menos en principio, de acceso libre, usuarios y usuarias despliegan un conjunto de mecanismos y tácticas para controlar el flujo informativo: distinción entre espacios de construcción de identidad más cuidada (*feed*) o más espontánea y contingente (historias), administración de los seguidores (bloqueo de husmeadores no deseados, delimitación de “mejores amigos”), además del cuidado puesto en lo que se incluye (o no) en cada fotografía publicada.

En conjunto, el uso de Instagram lo redefine como un espacio privado en el cual la información puesta a disposición es adecuada a la relación entre el perfil y sus seguidores y en donde la intimidad está resguardada, o se busca que así sea. Como señala Nissenbaum, “usualmente, cuando nos preocupa que se comparta información sobre nosotros, no nos preocupa simplemente que se comparta, sino que se haga de modo equivocado y con personas inadecuadas” (2010, p. 142). Podemos ver, a partir del análisis de las imágenes realizado y de los testimonios de nuestros entrevistados y entrevistadas, que esta preocupación se traduce en el uso de los distintos recursos que provee la red social. Con todo, el dominio de las competencias necesarias para este uso no es uniforme, como tampoco lo es la misma preocupación por la circulación de información sobre distintos aspectos de la vida de usuarios y usuarias. En concreto, los de tipo 1 o “expositivos” sostienen una definición menos restrictiva –en términos informativos– de la privacidad, incluyendo en sus publicaciones distintos aspectos de su vida cotidiana, relaciones, actividades e incluso imagen personal, aun cuando en muchos casos plantean críticas hacia hipotéticos “otros usuarios” que brindarían todos los detalles de sus vidas en la red. En tanto, los usuarios de tipo 2 o “estetas” hacen lo propio con una definición más restrictiva que se traduce en un mayor cuidado respecto a lo que se exhibe. A contrapelo de lo habitual en otros contextos situacionales, ponen a disposición lo que otrora se consideraba privado (el cuerpo), pero reservan un amplio conjunto de detalles de sus vidas, por lo que el acceso al perfil

correspondiente resulta muy poco informativo respecto a la vida cotidiana de su autor o autora.

En conjunto, concluimos que una definición normativa y a priori de las distinciones entre público y privado, resulta inadecuada para analizar las maneras en que los usuarios y usuarias de una red social- Instagram en nuestro caso- negocian y definen las características de la propia red y de sus usos, lo admisible o inadmisible en ella y la relación entre su uso y el trabajo de construcción de la propia identidad.

Recebido em: XX ago. 20XX

Aceito em: XX nov. 20XX

Referências

- ARENDDT, H. **La condición humana**. Buenos Aires: Paidós, 2011
- BENJAMIN, W. **Discursos interrumpidos I**. Buenos Aires: Taurus, 1989, p.15-57
- BERICAT ALASTUEY, E. (1998). **La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social: significado y medida**. Barcelona: Ariel, 1998.
- FONTCUBERTA, J. **La furia de las imágenes: notas sobre la postfotografía**. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2016.
- GIDDENS, A. **Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea**. Barcelona: Península, 1994
- GOFFMAN, E. **Relaciones en público: microestudios del orden público**. Madrid: Alianza Editorial, 1979.
- GOFFMAN, E. **La Presentación de la persona en la vida cotidiana**. Buenos Aires: Amorrortu, 1981.
- GÓMEZ CRUZ, E. **Tecnologías vitales: pensar las culturas digitales desde Latinoamérica**. Ciudad de México: Universidad Panamericana, Puerta Abierta, 2022.
- HAN, B-C. **La sociedad de la transparencia**. Barcelona: Editorial Herder, 2013.
- HOGAN, B. The presentation of self in the age of social media: distinguishing performances and exhibitions online. **Bulletin of Science, Technology & Society**, v.30, n.6, 2010, p.377-86. Disponible en: <<https://doi.org/10.1177/0270467610385893>>. Acceso en: 19 ene. 2023
- MORALES, S. (2013). Apropiación tecno-mediática: El capitalismo en su encrucijada. In.: MORALES, S.; LOYOLA, M. I. (eds.). **Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación: La apropiación tecno-mediática**. Imago Mundi, 2013, p.37-51
- MORGAN, D. L. Practical strategies for combining qualitative and quantitative methods: applications to health research. **Qualitative Health Research**, v.8, n.3,

1998, p.362-76. Disponible en: <<https://doi.org/10.1177/104973239800800307>>. Acceso en: 15 ene. 2023.

MUROLO, N. L. Del mito del narciso a la selfie: una arqueología de los cuerpos codificados. **Palabra Clave Revista de Comunicación**, v.18, n.3, 2015, p.676-700. Disponible en: <<https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.3.3>>. Acceso en: 21 feb. 2023.

NISSENBAUM, H. F. **Privacy in context: technology, policy, and the integrity of social life**. Stanford: Stanford Law Books, 2010.

RENOBELL SANTARÉN, V. Análisis de Instagram desde la sociología visual. In.: MARTÍNEZ-GARCÍA, M. Á. (ed.). **La imagen en la era digital**. Madrid: Egregius, 2017, p.115-29.

RODRIGUEZ, Eva Camila. Los modos de presentación del yo de jóvenes comodores a través de fotografías en Instagram. *Intersecciones en Comunicación*, v. 2, n. 16, 2022. Disponible en: <<https://ojsintcom.unicen.edu.ar/index.php/ojs/article/view/168>>.

SANDOVAL, Luis Ricardo; CABELLO, Roxana. Límites a la domesticación: usos obligados, reticencia y austeridad en la apropiación de la telefonía móvil. **Dixit**, n. 31, p. 82-99, 2019. Disponible en: <<https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/1849>>.

SCHECHNER, R. **Performance theory**. Lonres Routledge, 2003.

SIBILIA, P. **La intimidad como espectáculo**. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2008.

SIBILIA, P. ¿Autenticidad o performance?. In.: AFRICANO, L. (ed.). **La vida digital de los medios y la comunicación: ensayos sobre las audiencias, el contenido y los negocios en internet**. Buenos Aires: Granica, 2020.

THOMPSON, J. B. **El escándalo político: poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación**. Buenos Aires: Paidós, 2001.

THOMPSON, J. B. The new visibility. **Theory, Culture & Society**, v.22, n.6, 2005, p.31-51. Disponible en: <<https://doi.org/10.1177/0263276405059413>>. Acceso en: 18 ene. 2023.

THOMPSON, J. B. Los límites cambiantes de la vida pública y la privada. **Comunicación y Sociedad**, v.15, 2015, p.11-42. Disponible en: <<https://doi.org/10.32870/cys.v0i15.1138>>. Acceso en: 18 ene. 2023.

VAN DIJCK, J. **La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales**. Ciudad de México: Siglo XXI Editores, 2016.