

Antropología Experimental

<http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae>

2023. nº 23. Texto 23: 315-329

Universidad de Jaén (España)

ISSN: 1578-4282 Deposito legal: J-154-200

DOI: <https://dx.doi.org/10.17561/rae.v23.7947>

Recibido: 22-04-2023 Admitido: 04-09-2023

Subjetividad y espectáculo.

Apuntes, observaciones y conclusiones generales de una etnografía virtual sobre jóvenes en Instagram

Angel AMBOAGE POLA

UNED (España)

angelamboagep@gmail.com

Subjectivity and spectacle. Notes and general observations of a virtual ethnography about young people on Instagram

Resumen

El presente artículo recoge parte de los resultados de una investigación etnográfica virtual con jóvenes en Instagram. A través de un método basado en encuestas sociológicas, entrevistas en profundidad, observación flotante y participante y autoetnografía se pretendió obtener una imagen del ser y estar de los jóvenes españoles en Instagram. El texto traza así un boceto de los procesos de construcción de subjetividad a través de la presentación y el análisis de las performances del autorrelato que llevan a cabo los jóvenes en Instagram.

Abstract

This article collects part of the results of virtual ethnographic research with young people on Instagram. With a method based on sociological surveys, in-depth interviews, floating and participant observation and autoethnography, the research tries to obtain an image of Spanish young people being on Instagram. The text outlines sketch of the subjectivity construction processes through the presentation and analysis of the autotale performances which youngs play on Instagram.

Palabras clave

Subjetividad. Espectáculo. Instagram. Identidad. Extimidad. Performance

Subjectivity. Spectacle. Instagram. Identity. Extimity. Performance

Introducción: ¿Por qué etnografiar Instagram?¹

En la última década los servicios de red social se han convertido en un nodo esencial de la sociabilidad occidental. El smartphone se ha convertido en un apéndice del cuerpo y constituye en variadas ocasiones una ventana a una calle, semi-pública, desde la que performar una subjetividad singular, una identidad propia. Al alcance de nuestra mano tenemos un universo increíblemente amplio con el que conectarnos, en el que mirar a otros y en el que expresarnos y mirarnos a nosotros mismos mediante la imagen, el contenido predilecto de la plataforma que vamos a explorar, Instagram. Ahí comparto - compartimos- las canciones que me gustan, los viajes que hago, algunos pensamientos y reflexiones, fotos en las que se me ve bien o videos tocando algún instrumento. Ahí establezco relaciones con gente que no conozco personalmente, actualizo relaciones con gente que hace mucho que no veo y alimento las relaciones cercanas que mantengo de manera analógica. Ahí *me entero de cosas* a la vez que es tema constante de conversaciones informales con amigos y conocidos en las que se comenta lo «buena que está María» después de que haya subido una foto en bikini, lo «personaje que es Miguel» después de que le dedicara un post a su novia o lo «flipada que está Paula» después de que publicara una foto y un texto hablando de su ansiedad. También aparece en no pocas situaciones en los medios de comunicación y en el espacio público al hablar de chismes de famosos, presentar nuevas formas de negocio o criticar lo que hacen los jóvenes con ella, como lo hace en requisitos para ofertas de trabajo, metodología para estudios de marketing o anuncios de fiestas patronales y todo tipo de actos “culturales”.

Es evidente que esta red social y las formas de relación que lleva aparejadas han venido para quedarse y que tienen algo de especial, de revolucionario, de transgresor. Ya no es el viejo internet anónimo, ahora está sumamente personalizado y, en este contexto, se constituye como una ventana estratégicamente situada entre la morada del Yo y la calle. Tampoco parece este el viejo diario íntimo o el álbum de fotos familiar pues la audiencia, potencial y efectiva, es ahora muchísimo más amplia y en muchos casos incluso se busca que lo sea. Escaparate, dicen algunos; diario dicen otros. Parece obvio esperar cambios en los procesos de intimidad e identidad solidarios de los cambios de relación que origina dicha red social condicionados por las condiciones estructurales de posibilidad de esta. Vamos a explorar entonces, de la mano de los métodos y teorías de la antropología social estas realidades cotidianas y sus efectos en la construcción de subjetividad.

Así, la razón principal de este estudio etnográfico en Instagram (IG) viene de una doble vertiente. En primer lugar, parte de la necesidad de comprender los fenómenos sociales que se dan en estos espacios a través de un método etnográfico digital vista su creciente importancia para la presentación de la persona en la vida cotidiana contemporánea. En segundo lugar, parte de la necesidad personal del investigador de comprender una realidad circundante a la cual estaba empezando a acercarse².

Visto lo anterior, el principal objetivo de la investigación fue indagar acerca de qué es lo que está pasando en la relación que mantienen los jóvenes con la red social desde una perspectiva antropológica y con un método etnográfico centrados en el despliegue del sujeto y el *trabajo de límite* (Nippert-Eng 1995) de la esfera íntima que este realiza en la plataforma. Una de las características definitorias de nuestro espacio-tiempo concreto es que el sujeto se halla *hiperconectado* y en el contexto de IG equivale a decir que está asomado a una ventana global en la que expresarse, relacionarse y observar. Y las relaciones que establece en su interacción cotidiana con otros y con el espectáculo³ al que asiste y del que forma parte son fundamentales en la propia constitución de la persona (Leban et al. 2021; Pan et al. 2017; Pescott 2020; Valkenburg et al. 2017).

¹ Este artículo fue escrito a partir de una investigación realizada durante los años 2020 y 2021 y financiada con una Beca de Colaboración del Ministerio de Educación y Universidades en el marco del proyecto *Refiguring Intimacy: Multi-sited and Cross-disciplinary Ethnographies in the Intimate Space* del grupo de investigación Cultura Urbana de la UNED.

² El que escribe tuvo IG en su adolescencia, pero se lo quitó con 18 años debido a una relación romántica ciertamente nociva de la que no salió hasta ya cumplidos los 22, momento en el que vuelve a hacerse una cuenta ante cierta necesidad de “enterarse de qué está pasando” y esta nueva incursión está cargada de novedades y lenguajes que desea comprender.

³ Espectáculo como relación social mediada por imágenes que diría Guy Debord. Debord, G. (1999). *La sociedad del espectáculo*. <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/societe.pdf>

Estas relaciones están mediadas por una máquina desde la que se accede a la plataforma y por la propia plataforma. Más que simples objetos o medios. Son actantes no-humanos que diría Bruno Latour (Moreira 2012). El smartphone vibra, suena y emite luz para que le hagamos caso e IG recopila nuestros datos e intenta mantener nuestra presencia en ella. Orientan nuestra acción, nos interpelan, forman parte de nosotros, como apéndices del cuerpo, extensiones de él, casi-cyborgs.

Teniendo en cuenta que la etnografía busca más *mostrar* que *demostrar* la hipótesis central que guió el trabajo es que la irrupción del nuevo internet personalista -por oposición al anónimo- origina cambios de hondo calado en los procesos de construcción del sujeto que afectan de manera directa a la intimidad y a la identidad en cuanto que se crea un espacio relacional del tipo uno a muchos que funciona como una ventana estratégica del Yo a una calle semi-pública que sería IG. Esto permite la creación y recreación de nuevas *técnicas y tecnologías del yo* (Foucault 1990) que favorecen una expresión más “libre” y “espontánea” del sujeto al ser él mismo dueño de su propia (re)presentación en tanto que *actor-personaje-narrador-de-sí*.

Si bien hace ya casi tres décadas del atrevido movimiento por estudiar la realidad virtual desde la antropología que hizo Sherry Turkle (1994) y de aquel método etnográfico para el estudio de, en y a través de Internet que firmó Christine Hine (2004) y si bien la construcción y reconstrucción del *self* en los espacios virtuales sigue siendo un tema central en las investigaciones sociales sobre y en internet, ya no nos encontramos ante ese viejo Internet anónimo en el que predominaban los foros, los MUDs y los chats. Es cierto que esos espacios prevalecen y siguen las posibilidades de crear nuevas identidades aisladas, en gran medida, de lo “material”⁴ pero ahora el ciberespacio parece estar dominado por las llamadas coloquialmente redes sociales⁵ en las que el sujeto está -normalmente- presente en (casi) toda su materialidad, en las que hay *rostros, cuerpos y acentos* que son retrabajados y puestos en juego.

Con esto, desde mediados de la década de los 2000 encontramos investigaciones etnográficas en las que las tecnologías de la comunicación, el sujeto y las relaciones que establece son el foco central (Anderson & Tracey 2001; Jacobs 2004; Wade & Fauske 2004) y que de algún modo parecen agarrarse a cierta corriente que estableció la cotidianeidad como lugar privilegiado para observar esa densidad del sujeto como hizo Erving Goffman (Goffman 1983). De un tiempo más cercano al nuestro, han aparecido otras que nutriéndose de todo este acervo tratan de cuestiones como el desarrollo de una comunidad genderqueer en Reddit a través del análisis detallado de los hilos y selfies recogidos (Darwin 2017); que combinan la investigación offline más clásica de entrevista y observación participante con la observación atenta de perfiles online en las principales redes -Twitter, Whatsapp, Instagram, Youtube- para analizar el papel que cumplen las radios en la música *campursari* del este de Java y su relación con los procesos de identidad (Achmad et al. 2020); que analizan el papel de internet en la configuración de los *idols* surcoreanos, concretamente la comunidad fan de BTS en Surabaya (Kusuma et al. 2020).; que exploran la cohabitación virtual en las páginas de citas valiéndose de entrevistas online, netnografía y observación participante (Wang 2019).

Siguiendo este movimiento general que recoge el interés socioantropológico por la subjetividad, la identidad, la intimidad y el espacio íntimo que venía surgiendo desde finales del pasado siglo y que continua hoy día (Béjar 1995; Cannell 1999; Giddens 2013; Luhmann 1986; Pardo 1996), se encuentran también investigaciones clave para la comprensión de estos fenómenos como las de Joaquín Linne sobre la adecuación al contexto de las distintas movilizaciones de lo íntimo que se dan dentro de determinados espacios de sociabilidad juvenil tecnomediada en la ciudad de Buenos Aires, utilizando el término *multimidad* para hacer referencia a esa situación en la que no todo se cuenta, sino que es cuidadosamente seleccionado en función de la audiencia y lo que se busque obtener de ella (2016); los trabajos de Rosalia Winocur sobre intimidad y extimidad en las redes sociales en los que aborda

⁴ En gran medida no significa completamente, ya Turkle dijo que la realidad virtual no era “real” pero tenía relación con lo real (1994, p. 165).

⁵ El término más adecuado y conciso es Servicios de Red Social por lo cual a partir de ahora se utilizará el acrónimo SRS para referirse a estos espacios.

desde los procesos de interiorización y socialización de Internet en los jóvenes, las distintas concepciones de lo que es la intimidad en los jóvenes, los cambios en la construcción de esa esfera en dicho grupo de edad rechazando la obviedad de la *perdida de intimidad* hasta las formas de aproximación etnográfica a estos temas (2006, 2011, 2012, 2013); los trabajos de la antropóloga Stefana Broadbent en los que se adentra en lo que ella llama la “democratización de la intimidad” que corresponde con la situación de conexión continua con nuestros “íntimos” que ocasiona la filtración continua de contenidos asociados a la esfera íntima fuera de las paredes del hogar y del contacto cara a cara (Broadbent 2016).

La presencia del sujeto en la red, en especial en los servicios de redes sociales (SRS) personales, esos en los que la persona está presente sin ocultarse al completo detrás de un alias como en los más clásicos foros o chats, es un tema fecundo de investigación que permite abarcar la construcción de subjetividad desde ese gusto por el detalle que caracteriza a la antropología y el trabajo etnográfico.

Metodología: Tientos sobre un objeto difuso

En vista de que el objeto y lugar de investigación son realidades difusas, casi ficciones, los datos que nutren este texto han buscado captar esa fluidez, esa permeabilidad y ese eclecticismo. Estos han sido producidos a partir de materiales muy diversos que van desde videos disponibles en YouTube de programas españoles con un target “millennial” como Gen Playz hasta métodos más formales de investigación etnográfica como observación flotante, observación participante, encuesta sociológica y entrevistas en profundidad.

El grupo en el que se centró la investigación fueron los jóvenes residentes en España nacidos entre principios de la década de los 90 y principios de los 2000 por ser la generación anterior a la actual explosión de telecomunicaciones. Aquellos a quien el fenómeno de masas de las redes sociales pilló - como mínimo- bien entrada la adolescencia. En definitiva, podríamos decir que se ha construido en base a los siguientes cuatro métodos principales:

Observación flotante

Entendemos esta como una actitud «vacilante y disponible, sin fijar la atención en un objeto preciso sino dejándola “flotar” para que las informaciones penetren sin filtro, sin aprioris, hasta que hagan su aparición puntos de referencia» (Delgado, 1999: 50, cit. en Segura, 2011). Toparía su paralelo en las figuras del flaneur y de la derivé en la que el primero “con su infancia eterna vigoriza el espíritu de la curiosidad, lo que lo hace un agudo observador” (Segura, 2011) y el segundo «incita el encuentro de caminos desconocidos, donde el investigador se hallará en permanente “extravío”, como un extraño (re)descubriendo y (re)conociendo su propia ciudad, sin prisas de tiempo o espacio, dibujando las cartografías de su vida y de los “otros”» (2011)

Parte de lo que se ha hecho ha sido pasear por IG dejando que los fenómenos nos atravesaran, perdiéndonos entre las emociones que suscitaba y los caminos que sugería, teniendo en mente el lugar al que queríamos llegar -el que se detalla en las páginas anteriores- pero permitiéndonos dar vueltas y disfrutar del paisaje, sintiendo que somos parte de “la movida”.

Esta actitud de abertura ha ido acompañada del registro de gran parte de estas situaciones -las que encontrábamos más densas y significativas para los objetivos propuestos- en el cuaderno de campo y el smartphone -mediante captura de pantalla- que nos han acompañado en todo el camino.

Encuesta

A través de la plataforma Google Forms fue realizada una encuesta que más tarde fue enviada por el canal de mensajería de IG a varias cuentas que tenían un número importante de seguidores -más de 20.000- y que podían tener una suerte de interés genuino en ella. De 16 cuentas sólo una respondió y accedió a la publicación de la encuesta lo que con el gran seguimiento de su comunidad contribuyó enormemente al número final de respuestas. Estas técnicas de promoción fueron acompañadas por la republicación de esta por parte de conocidos y amigos en las cuentas de sus diferentes redes sociales. Por último, también fue compartida en los grupos de Whatsapp en los que el investigador participaba

con distintas compañeras del grado de Antropología. Desde el 22 de diciembre de 2020 al 13 de enero de 2021, se obtuvieron un total de 290 respuestas válidas. La encuesta estaba compuesta por 51 ítems -la mayor parte de respuesta cerrada, pero con algunas preguntas abiertas- de los cuales 6 eran demográficos y 3 estaban relacionados con si les parecía interesante el tema de investigación, si querían conocer los resultados y si querían participar en las entrevistas que iba a realizar. El resto trataban la relación del usuario con la red, las que establecía a través de ella y corolarios como sus efectos en la relación de pareja, la preocupación por la privacidad y la intimidad o las diferencias sentidas entre vida online-vida offline.

El objetivo perseguido fue el de construir un mapa general de la situación de los jóvenes en I al proporcionar una mirada amplia del mosaico de formas de ser, estar y comportarse en la misma. Esto también permitió compensar algunos de los prejuicios que el mismo investigador, como joven usuario regular de la plataforma, pudiera tener al avanzando en la construcción de intersubjetividad.

Entrevistas en profundidad

Se realizaron un total de 13 entrevistas con una duración entre los 55 y 154 minutos, en función del tiempo que tenía disponible el participante y el juego que dieran la suma de sus respuestas con el propio estado mental del investigador. Todas ellas -salvo una- fueron realizadas por videollamada vía Skype debido a la situación derivada del Covid-19. La muestra estaba compuesta por un total de 8 mujeres y 4 varones -en proporción con la muestra de la encuesta- residentes en el territorio español, con edades comprendidas entre los 23 y 28 años que se ofrecieron por contacto directo como compañeras del grado, fueron seleccionadas dentro de la encuesta en función de su perfil o aceptaron la invitación por mi parte vía IG. Todas las participantes, menos una que se lo había eliminado recientemente, utilizaban IG regularmente.

En los encuentros se intentó mantener un ambiente informal y distendido pues el tema de investigación necesitaba de una suerte de espacio íntimo, de confianza y ausencia de juicio que no puede lograrse desde la rigidez de un guion seguido a rajatabla. Entonces, la estrategia de aproximación fue seguir la máxima de que en estas situaciones sobre todo hay que disfrutar lo que tienen de encuentro. Se intentó ir más allá de la simple enumeración de preguntas neutras buscando esa conversación agradable, no intimidante, que facilita el dialogo de igual a igual y cierta apertura emocional hacia un torpe desconocido que hace preguntas sobre la vida privada y la vida en la red. Así, entre distintas derivas conversacionales se introducían con calma las siguientes preguntas clave que nos llevaban hacia caminos diversos:

1. *¿Quién eres?*
2. *¿Dirías que esa persona que has descrito está presente en tu IG?*
3. *¿Cómo utilizas IG? ¿Qué te aporta en tu vida cotidiana?*
4. *En tu perfil hay fotos de... ¿por qué?*
5. *¿Qué cuestiones tienes en cuenta cuando decides compartir algo?*
6. *¿Puedes decirme qué significa la intimidad para ti?*

Observación Participante

Se realizó una labor de observación participante por medio de la cual nos hemos familiarizado -aún más- con el objeto de estudio gracias a una participación intensa en actividades usuales como subir contenido, reaccionar a historias, seguir a gente, etc. Esto dio como resultado la realización de una pequeña cronología de la propia presencia en IG; una especie de diario autoetnográfico íntimo en el que se recogen emociones, sentimientos y pensamientos relacionados con la red; y un texto en el que se repasa la vivencia personal de IG desde una línea cercana al marco teórico seguido en esta investigación preguntando por el sentido subjetivo de compartir contenido, de mostrar la vida privada, de dejar ver la intimidad y las consecuencias que esto tiene en la vida cotidiana, además del clásico cuaderno de campo.

Desarrollo: Explorando performances de la identidad en Instagram

“Ante el objetivo soy a la vez: aquel que creo ser, aquel que quisiera que crean, aquel que el fotógrafo cree que soy y aquel de quien se sirve para expresar su arte [...] Imaginariamente, la Fotografía (aquella que está en mi intención) representa ese momento tan sutil en que, a decir verdad, no soy ni sujeto ni objeto, sino más bien un sujeto que se siente devenir objeto; vivo entonces una microexperiencia de la muerte (del paréntesis): Me convierto verdaderamente en espectro” (Roland Barthes 1990, p. 45-46).

En efecto, en las palabras del filósofo francés se puede apreciar la densidad que envuelve el hecho de hacerse, y más aún compartir, una fotografía, los complejos *entanglements* que se dan en su seno y cierta noción de liminalidad turneriana que acompaña al acto mismo y que podría ser una de las razones por las cuales parecen tan efectivas a la hora de construir del relato del Yo. Parece que con su lenguaje se despliega una ficción que permite escapar momentáneamente a las ataduras idiosincrásicas y estructurales y permite configurar otro Yo alejado de ellas en mayor o menor medida. El medio de comunicación principal en IG es la fotografía pues, de hecho, nace de una unión amigable con ella (Frier et al. 2020); a través de ella comunican las personas y de ahí viene su éxito. Por tanto, cuando observamos IG hemos de tener en cuenta qué connota y qué denota, qué ritmos y leitmotifs involucra, qué sentidos y valores intervienen; qué comunica. Hemos de tener en cuenta su función como *mediador* entre relaciones humanas operando de manera dualizante que imprime marcos de trabajo que son retrabajados por los agentes y utilizados según sus intenciones.

En IG las imágenes ponen en escena rasgos propios de la subjetividad de la persona al movilizar en la performance del autorrelato ciertos aspectos estratégicos, lo que nos trae a la mente aquello que compartían Butler y Goffman sobre la performatividad de la identidad que venía a decir que era acto en sí mismo (Peplo 2014). Compartiendo y recibiendo feedback es cierto que se reafirma la subjetividad, se institucionaliza de algún modo, pero se da dentro de un *entanglement* que anuda presente, pasado y futuro. En este sentido, Celeste expresaba como había influido su biografía en la relación que mantenía con la red y en cómo se mostraba,

«Soy muy extrovertida, pero en esta vida no tuve una familia muy estructurada y entonces albergo como muchas inseguridades y he tenido que construir un poco mi identidad. He luchado mucho, ¿sabes? Y con mucho barullo y creo que hay mucha gente con, con todo lo loco que está el mundo, que también construye su identidad con muchos fantasmas, digamos. Son luchas internas y desde la inseguridad y creo que esa reconfiguración virtual te juega malas pasadas y te cuesta. A mí personalmente me hacía cuestionarme demasiado lo que muestro, lo que no muestro. O sea, era como que me sobraba, era como no tengo que demostrar nada a nadie. O sea, a través de un alter ego en una red social, sabes como que [...] Me hacía perder tiempo y me hacía calentarme la cabeza de qué piensan, que no piensan, si gusta, sino gusta. Creo que también, pues me generaba inseguridades porque... porque veías a gente, a lo mejor veías a gente, que pues eso, veía a gente que a lo mejor escalaba mejor que yo y como que me frustraba»

Parece que tuviera una imagen de sí misma que entra en conflicto con la práctica de la performance estratégica que se da en IG en la que el feedback positivo se despliega como medio de validación personal. Para ella era común acompañar las publicaciones con un pensamiento estratégico -cómo no que tenía muy en cuenta el efecto que podría tener la misma,

«Pues la foto como que no estuviera haciendo yo la vía de segunda, sino como de primera, como más pro, ¿sabes? Y a lo mejor me hacían una foto y no, como esa foto no la quiero, no voy a publicar una foto mía con la cuerda por abajo porque ya se me habría caído esa imagen como de que escalo superbien. Era como tengo que mantenerme ahí.»

Esta presentación y representación de los sujetos en la red nos muestra aquello de que el *feedback* es un valor considerado clave. Nos informa sobre la capacidad que tiene la vida en red para construir realidad a través de la imaginación en la que se enraíza un espectáculo dentro del que se dan juegos de reversibilidad con efectos (Zafra Alcaraz 2014) que permiten la mirada crítica y el cambio. En este proceso aparece la figura del *actor-personaje-narrador-de-sí* y se aprecia cómo en el proceso de contar, ante otros, la vida a partir de imágenes, de performar un autorrelato, se da la situación de que, como en una película, la fantasía crea realidad o permite, como mínimo, experimentarla como cierta.

A esto se refería Raúl cuando comentaba, al preguntarle por una serie de publicaciones en las que mediante cinco videos de un minuto grabados como si de una película se tratara -algunos con participación de amigos- exploraba temas como la sensación que deja el otoño, la vivencia de una aventura amorosa que quedó atrás o el peso de la depresión y el estrés en la vida cotidiana de él y sus -supuestamente- íntimos:

«Sé que suena muy estratégico y comercial, pero también para mí tenía mucha implicación emocional porque todo era verdad, pero todo era falso. Quiero decir, todo lo que pasaba era verdad. Pero, por ejemplo, en el caso del segundo vídeo era supuestamente un audio que yo no le había llegado a mandar a una chica. No era así. Ese tipo de cosas. Pero era así a la vez ¿sabes? Porque era una cosa que tendría que haber dicho en su momento a lo mejor, pues que tampoco le dije o este tipo de cosas entonces... Y luego ella se enfadó, total, porque no sabía que iba a pasar nada de eso. Es como que sí, es el primer impulso, pero luego eso me empieza a interesar porque si no lo dejaría. La cuenta no es que sea un sufrimiento. Me gusta llevarla y me gusta subir cosas. Lo de los cuadros yo lo pensé como a ver si me patrocinan, pero es que luego me gusta; lo de los videos, lo pensé como voy a meterme en esto a ver si alguien me llama para algo, pero también me gustaron. Entonces si no me gustase, no lo haría o lo haría y creo que se notaría la desgana porque hubo algún mes que la cuenta la lleve con más desgana y yo creo que se notaba. Entonces es como no soy yo del todo, porque es una cosa que he pensado fríamente en mi casa. Pero a la vez sí lo soy, porque luego lo he disfrutado y le he puesto cariño. [...] No sé, es difícil, a veces siento que soy más honesto y sincero ahí, en lo que es falso, en la cuenta de Instagram, que en la vida real. Y esto es otra paradoja rara que nunca entendí del todo.»

Estos actos, que desembocaron en diversas situaciones de *sociabilidad instagrammediada* entre las que destacó la que le permitió volver a mantener una relación sentimental con la chica a quien destinaba uno de los videos - en el que hablaba de lo que sentía y había sentido por, con y sin ella- permiten hacernos una idea de cómo es vivida esa complejidad. Es como si la imagen del Yo se creara de manera múltiple y fragmentaria, establecida en varios frentes, espacios y performances, sentida a través de diferentes situaciones y afecciones, y encuentra en la fotografía -o en el video- mediante aquellos momentos que comentaba Barthes, una forma de expresión que contribuye, no sin conflicto, a sentirla y a institucionalizarla; a performarla estratégicamente. Así, Patricia, 28 años, que tiene una cuenta personal y otra profesional en la que promociona su trabajo como terapeuta, decía:

«El otro día me dijo una amiga: estuve mirando tu cuenta profesional y como te conozco, sé que hablas de ti y yo a ver, por supuesto que hablo de mí, todo lo que

escribo lo he pensado antes y lo he vivido antes. La movida o, perdón por mi vocabulario, la cosa, es que sí que es mi vida real, sí que hay cosas que son mías o cosas que le han pasado a alguien, pero muy cerquita y por supuesto que hay marketing. Todas las respuestas son correctas. Evidentemente yo no voy a publicar una frase que sea mía y que crea que no tiene gancho. Sería ir en mi contra. Como tampoco voy a subir una frase o una publicación con la que yo no estoy de acuerdo.»

Dentro del acto de compartir en IG se involucran una gran cantidad de sentidos, constituyendo *entanglements* de difícil desanudado que son muestra de la densidad en la que está inserta la vida cotidiana. Podemos apreciar cómo una *imagen del Yo* es movilizada y trabajada, añadiéndole “maquillaje” mediante el control de las distintas denotaciones y connotaciones de la publicación, con visos a (re)presentar una *determinada*. Los *ecosistemas y actantes* -humanos y no humanos- que acompañan a estos procesos proveen a los sujetos de herramientas y condiciones de posibilidad para desarrollar nuevas tecnologías del Yo que permiten mostrar y observar lo que se hace, cómo se hace y con quién y a través de ellas desplegarse como sujetos singulares.

La cuenta personal de IG funciona como espacio de despliegue del sujeto ante una audiencia compuesta por todo tipo de personas que son elegidas según una serie de criterios generales e individuales que no tenemos espacio para explorar aquí⁶.

Y en referencia a esto, a una cuenta personal en la que la subjetividad singular está muy presente, en la que la *extimidad* es moneda de cambio a través de videos personales que incluyen desde recopilaciones de los *highlights* cotidianos del año -borracheras, viajes, conciertos y citas- o textos en los que habla cómo pesa el paso del tiempo Patricia contaba cómo, siendo psicóloga, le produjo cierto conflicto interno el hecho de que el investigador, quien por aquel entonces estaba comenzando con ella un proceso terapéutico, le pidiera ver su cuenta personal para propósitos meramente académico-intelectuales. Como si el conocimiento de esas partes de la vida privada rompiera la necesaria distancia que tiene que existir en el proceso terapéutico decía:

«Hubo un poco de diálogo interno y pensé Patricia, tú eres una maravillosa persona y eres humana y cada uno tiene sus Instagram. No has subido nada que no, que no sea tuyo, en algún momento de tu vida. Y si alguien quiere dejar de ser tu paciente por ser humana pues se va a llevar un chasco porque todos los psicólogos son humanos. Entonces tuve esta conversación sana conmigo misma, pero sí que me surgió un poco de... a ver, fue un segundo ¿no? Y dije pues claro que se lo doy, pero. Pero sí que sí, que me da un poco de reparo perder esa privacidad, pero no perderla tanto por seguir teniendo trabajo o no, sino porque al final se cae un poco mi discurso de no rumies, no hagas no sé qué, no hagas no sé cuánto, te doy estas herramientas... Y yo también soy una persona que rumia, que tiene ansiedad, que tiene momentos de bajón.»

En sus palabras se aprecia cómo hay consciencia de que la persona que está tras el perfil es ella misma y de que se puede realizar un esbozo de su persona, de su subjetividad singular. En estas movilizaciones, se da aquello que comenta Linne (2016), una adecuación del contenido implícito y explícito de las mismas en función de la audiencia a la que está destinado -*multitud*-, pues no son iguales las publicaciones destinadas a su cuenta profesional que la destinadas a su cuenta personal, aunque ambas son igualmente densas y en ellas confluyen intrínseca y extrínsecamente intimidades. Esto a su vez genera diferentes *efectos íntimos* que hacen que los tipos de sociabilidad resultantes de dicha

⁶ Según la encuesta, un setenta por ciento tiene la cuenta privada. Entre las razones aludidas al preguntarles el por qué esa decisión aparece “protección de la intimidad”, “porque creo que tener la cuenta pública puede amenazar a mi privacidad (robo de fotos, libertad para comentar sobre mis fotos, “stalkers”)", “por seguridad: para evitar el spam y cuentas fake” “Por cribar que me sigan solo gente que conozco de algo” lo que vuelve a dar muestras que en IG hay “carne puesta en el asador”.

interacción, influida por el perfil de los seguidores y las razones por las cuales lo son, sean más o menos proclives a generar un espacio de comunicación íntimo -no intimidante-

Por una parte, la presentación y representación de la persona en IG es desarrollada según cierto código de normas de comportamiento provoca que se ensanche la esfera íntima mediante lo denotado y connotado con las interacciones que la misma SRS posibilita. Por otra parte este ensanchamiento de la esfera íntima provocado por la conexión del cuarto propio hace que, a pesar de las limitaciones impuestas por el espacio-tiempo contemporáneo en el que lo inmediato, lo líquido, lo contingente, son monedas de cambio comunes, el individuo goce de oportunidades de sentirse a sí mismo dentro de él. Celeste, en este sentido, comentaba cómo,

«Entonces era como que, de cierto modo, como que los demás te ayudan a conformar tu identidad. Porque mira a lo mejor subir una fotografía que era más fotográfica a nivel, pues en un pozo o un molino y ponía un texto que me surgía, porque a mí me gusta mucho escribir, y escribía un texto relacionado con algo que a mí me había evocado ese ese momento mirando, por ejemplo, un molino. Me acuerdo que estaba en Cartagena, había un molino de esos antiguos y me recordó cómo al campesinado y escribí, así como una especie de texto sobre el campesinado, como que el molino me evocaba, me recordaba todo ello y por ejemplo, pues a lo mejor tenía 7 me gustas y luego a lo mejor subía una foto haciendo circo en las telas y tenía 200, claro.»

Cuando esa performance del autorrelato es puesta en juego mostrando a través de su cuerpo qué hace y cómo según un complejo código de normas que configuran *lo cool*, es cuando más feedback positivo recibe, llevándole a que prefiera compartir más contenido de ese tipo, movilizándolo así una imagen del Yo que le hace entrar en un fuerte conflicto con la sentida como propia:

«Al final acababa mostrando aquello que gusta en vez de lo que a mí realmente me interesaba. Porque al final, pues no guardaba nada para mí. O sea que a lo mejor que en vez de seguir ahí, seguir publicando lo que a mí me dé la gana y demás, pues acabé diciendo jolín, es que al final me veo envuelta en... publico cosas que sé que me van a dar más refuerzo en vez de a lo mejor cosas que a mí me mueven más ¿sabes? [...] . O sea, era un calentamiento de cabeza que al final me atrapaba un poco y también ahí mirando la vida de las otras personas... Al final, pasaba mucho tiempo pensando en qué publicar para recibir el feedback, porque al final buscamos ese refuerzo positivo de cierto modo. Que a lo mejor es cosa mía, o sea, no quiero decir que todo el mundo siga ese patrón, pero yo sí que buscaba eso de cierto modo, aunque yo dijera me da igual, de cierto modo sí que era voy a poner estas fotos que están...»

La mediación de IG se da dentro de un marco en el que se prefieren la inmediatez, la facilidad, la temporalidad y la contingencia por lo que las publicaciones que reclaman más tiempo para ser juzgadas tienen menos posibilidades de recibir feedback⁷. No creemos que se deba a una superficialidad esencial de los consumidores de IG si no que se debe a la necesaria superficialidad en la que transitan las interacciones rápidas con otros a través de la plataforma.

Por otra parte, en vista de la experiencia alcanzada en el trabajo de campo, consideramos ingenuo pensar que la mayor concentración de feedback positivo en las publicaciones en las cuales el cuerpo del sujeto es el elemento con mayor saliencia se deba únicamente a que son más fáciles de juzgar si

⁷ Raúl, por ejemplo, que divulga contenido como forma de que las editoriales se fijan en él, comenta que el "sabe" que la gente le da like a la publicación por la foto, no por el texto profundo que ponga hablando de Nietzsche, Debord, Bauman, Adorno o Freud y así es que dice dedicarle "casi más tiempo" a elegir la fotografía que a elaborar el mismo texto.

nos gustan o no. Esto, por un lado, como ilustra -entre otros- el caso de que al menos una cuarta parte de la muestra encuestada haya enviado al menos una vez “contenido subido de tono” y más de la mitad en más de una ocasión lo haya recibido⁸, se debe a la utilización generalizada de IG como espacio de flirteo. Por otro lado, termina de poner de relieve la centralidad del cuerpo como valor en sí mismo y como capital en nuestro espacio-tiempo (Barreiro 2004).

Así, encontramos el caso de María que llevando en IG prácticamente desde que llegó a España, recientemente dio el salto de comenzar a colaborar con marcas haciendo de su corporalidad un capital. Dice que siempre gustó de sí misma y de su físico y por tanto solía subir fotografías en las cuales ella era el tema central. Además, al ser una persona que culturalmente se considera atractiva y con una amplia red de contactos, tenía un gran número de seguidores. Viendo un amigo cercano la cantidad - en torno a veinte mil- un día le comentó que por qué no ponía su mail a ver si alguien quería contactar con ella lo hizo y,

«Así fue subiendo y ya llegó un punto que ya tenía sobre treinta mil o cuarenta mil. Y luego vaya... Es que fue de hace un año a aquí, tampoco llevo tanto colaborando con marcas, yo creo. Fue todo un poco sin darme cuenta. [...] Pero para mí no es como mi trabajo principal ¿eh? Ahora sí, porque en realidad no trabajo en otra cosa, pero si me contrataran desde una empresa para mí sería más un hobby e intentaría compaginarlo. Pero no sé... mi vida no va centrada a ello.»

Puesto que actualmente es su fuente principal de ingresos, aunque muchas marcas le paguen en especie, se da la situación de aplicar criterios de organización relacionados con esa generalización del espíritu empresarial que decía Sibilía (2009) y que recoge en el término de *optimización*.

María, a través de efectuar performances del autorrelato en los que su corporalidad y las técnicas asociadas a él son el foco central – y la razón de su “éxito”- pero que también acompaña con otras en los que lo es la relación de pareja con fotografías con su novio haciendo *challenges* de TikTok⁹, o sus pensamientos, que expresa mediante *tweets* sobre imágenes, ha logrado capitalizar su imagen personal sacándole un rendimiento económico del que se responsabiliza con diligencia.

A la vez, a través de estos actos, María, quien es conocida del investigador desde hace mucho tiempo, es juzgada a ojos de los conocidos a través de un complejo juego de interpretaciones que tiene su punto focal en lo que ella muestra a través de la pantalla y cuánto encaja con la imagen previa que tenían (tienen) de ella. Así, varias veces se han oído comentarios que hacían referencia a la compra de seguidores como si siendo María quien era no pudiera haberlos conseguido de una manera legítima.

Como hemos visto, parece que las performances del autorrelato contribuyen a establecer, mediante el juego entre las *expectativas de rol* contenidas en las miradas de los otros y el *control de impresiones* trabajado por el agente, una imagen del Yo de cara a los demás que se asienta en una movilización estratégica de aspectos diversos. Estando en un terreno movedizo de naturaleza doblemente vinculante (Kaufmann 2004) estas prácticas de *performación* de la identidad nos dan pistas para comprender esta situación dando muestras, como práctica generalizada, de ese proceso en el que la superación de determinaciones materiales - flexibilidad- viene acompañada de un “proceso de cierre y fijación” (Cruces Villalobos 2016, p. 239).

Conclusión: subjetividades, performances y cuartos propios (conectados)

Cuando Celeste exterioriza haber dado un sentido a la fotografía que hizo en su viaje por Cartagena hay toda una densidad dentro de ella; cuando Raúl publica su serie de videos hay unos significados únicamente accesibles en su totalidad para él; cuando Patricia comparte fotografías en su cuenta

⁸ Este desfase entre fotografías subidas de tono enviadas y recibidas creemos que se puede explicar a partir de la proporción de géneros que componen la muestra, siendo mucho más común que los varones envíen contenido de ese tipo dónde destacan las ultranombreadas *fotopolla*.

⁹ Guiones de reels que se hacen virales y algunas personas llevan a la práctica, a veces retando a otras a hacer lo mismo.

profesional de sus vivencias hay posos de su subjetividad singular que son reconocidos; cuando María sube una fotografía en la que aparece con ropa nueva o desayunando con su novio en el hotel al que fueron el fin de semana anterior están anudados multitud de sentidos que son exteriorizados y adecuados.

Aun siendo el movimiento de exteriorización de lo íntimo variado en cuanto a intensidad se refiere según la audiencia a la que está destinada¹⁰ y la propia idiosincrasia individual, este condiciona la reconfiguración de ese ámbito en tanto espacio de relación y espacio de contemplación. Estas acciones provocan que la esfera íntima se vea ensanchada y la subjetividad expuesta a nuevas formas de construcción que implican la mirada de Otros, haciéndolos partícipes de lo que se deviene. Teniendo en cuenta que la posibilidad de recibir feedback positivo es una de las claves centrales para comprender esta exhibición y que a través de él se inician diferentes dinámicas en los procesos de construcción del relato del Yo, diríamos con Paula Sibilia que la forma principal de construir subjetividad en estos espacios es la *alterdirección* (Sibilia 2008).

Por ejemplo, Inés durante una época en su vida en el que la relación consigo misma se volvió «*muy tóxica*» por sentirse culpable y avergonzada a causa de haber cogido unos kilos «de más», varió su comportamiento en la red no publicando fotos en las que se pudiera ver su -según ella empeorado- aspecto físico. Luego, gracias a la mediación de IG que la puso en contacto con la vida cotidiana de otras personas que ella sentía semejantes e interesantes consiguió un espejo en el que mirarse que, dándole espacios para sentirse a sí misma a través de los otros, despertara un proceso de empoderamiento que aún continúa:

«Gracias a ellas [las redes] también estoy empezando como a redescubrir una parte de mí que no conocía. En todo este proceso del confinamiento engordado una barbaridad entonces he evitado hacer publicaciones de mi físico porque no estoy a gusto con él, pero sí que es verdad que sigo pues a Tania Llasera y un montón de modelos XXL que quieras o no, me están haciendo a mí me afrontarlo de otra manera... Si me da un poco más de seguridad, aunque yo no he dado ese salto de publicarlo.»

Por tanto, estamos en posición de decir, que IG nutre al sujeto, a través del disfrute de ese espectáculo producido mediante *técnicas del Yo* en el cual confluyen imágenes que conllevan intimidad como dimensión intrínseca y extrínseca, de nuevas posibilidades de construcción que recrea dentro de las limitaciones estructurales e idiosincráticas y en base a unos objetivos relacionados con su forma de vivir la propia subjetividad y sentir la de otros. Así, el *cuarto propio*, mediante la conexión que ha posibilitado la revolución tecnológica y los desarrollos surgidos a partir de ella, está en permanente comunicación con un mundo exterior, semi-público, que a la vez que reclama atención y tiene en la afirmación, por los otros, de la identidad movilizada un punto central, impidiendo cerrar los párpados y haciendo necesario que los otros no los cierren, deja entre sus grietas espacios en los que los sujetos pueden sentirse (a) sí mismos. Aparecen así, en medio de un *trabajo de margen* (Nippert-Eng 1995) que planea entre lo consciente e inconsciente, lo automático y lo reflexivo, *juegos de reversibilidad con efectos* (Zafra 2014).

En definitiva, la mediación de IG se da en un contexto construido sobre la estructura tecnológica actual y dentro de un momento histórico-social que favorece la liquidez (Bauman 2015), la inmediatez (Figueras 2016) y todos esos ortos corolarios asociados a la optimización (Sibilia 2008) a lo que se añade una lógica empresarial que obtiene beneficios cuánto más tiempo pasemos *prosumiendo* contenido. Esto, por un lado, hace posible generar encuentros con personas de todo el globo en los que

¹⁰ En la encuesta, cuando preguntábamos por el apartado de Mejores Amigos -stories visibles sólo para los que son adscritos por el sujeto a dicha lista- los participantes referían que lo que les caracterizaba, a pesar de no ser siempre amigos *íntimos*, era que el contenido de estas era más random y que se sentían más libre de expresarse tal cual eran sabiendo que no los iban a juzgar.

se establezcan tanto relaciones de horizontalidad como de referencia. Desde hablar con un completo desconocido sobre significados y experiencias profundas de la vida provocadas por estar viendo a la muerte de su abuelo a la vuelta de la esquina¹¹ hasta ser testigo del espectáculo de la vida privada que organizan personalidades como el futbolista Cristiano Ronaldo o la mencionada Tania Llasera. Por otro lado, la plataforma y el propio *smartphone* con el que se accede a ella no son simples objetos. Son *actantes no-humanos*. Despiertan, condicionan y dan forma a la acción. El *smartphone* vibra, suena y emite luz para que le hagamos caso e IG, como empresa, tiene el fin último de producir ganancias y lo hace en base a la presencia continuada en la plataforma. Esta situación termina originando consecuencias que invocan aquello que Derrida decía y que recoge creativamente Zafra de que «*lo terrorífico del animal de ojos duros y de mirada seca es que ve todo*» al hablarnos de los efectos negativos para ese tipo de comunicación consigo que elogiaba Virginia Wolff y que surgía de la posibilidad de tener una *habitación propia* (Zafra 2010).

Estos procesos de (re)presentación de la persona, tal y como nos han relatado los agentes, son recreados dentro de las limitaciones impuestas por la propia plataforma y las condiciones del espacio-tiempo en el que se desarrolla. Operan siguiendo lógicas (re)establecidas por los mismos sujetos según un complejo *entanglement* en el que están anudados presente, pasado y futuro de la persona, donde la experiencia vital tiene un peso fundamental y que creemos que convendría que fuera analizada en función de la dimensiones propuestas por María Teresa Luna (2016) en posteriores trabajos. Dirige hacia la realización de una performance en la que los sujetos están actuando como *actores-personajes-narradores-de-sí*, controlando todos los aspectos del *espectáculo* posibles (Debord 1999). Este control no es absoluto y se da dentro de las limitaciones impuestas por la app y su capacidad para eliminar los *portadores de identidad* que diría Goffman (Cruces 2016) ya sea mediante el *trabajo de margen* (Nippert-Eng 1995) con la selección cuidada de los aspectos que se muestran o a raíz de la *hiperconexión* y el aumento de posibilidades de interacción con Otros-desconocidos que potencia. Así, los sujetos performan un *autorrelato del Yo* pintado con una mezcla variada de preferencias individuales y creencias sobre preferencias sociales que más tarde es evaluado y juzgado como verdadero o falso, apropiado o no apropiado. Este *manejo de impresiones* (Goffman et al. 1981) origina dinámicas de la identidad en la que esta *imagen del Yo* estratégicamente puesta en juego se ve sancionada mediante la participación de los Otros con un *like*, un *comentario* o un *mensaje*. A su vez, ilustrando lo que decía Kauffman de la doble vinculación de la identidad (Kaufmann 2004) permiten un despliegue de la subjetividad más libre, más alejado de las ataduras impuestas por lo *real*. Como ficción, la performance parece querer escapar de esa consideración dicotómica real/no real -aunque no siempre lo consiga. Todo *autorrelato* se torna posible mientras los demás asientan con la cabeza y el pulgar, pero ninguna mirada es inocente.

Si bien la alterdirección en la construcción de subjetividad es central al ser los espectadores necesarios para la realización de la misma *performance del autorrelato*, y si bien aún se puede ver lo que ilustraba hace más de 20 años Turkle (1994) de que en el espacio virtual se daban intensos procesos de exploración creativa de la presentación y representación del Yo mediante la reapropiación y el re-trabajo personal de las *técnicas y tecnologías del Yo* histórica y socialmente disponibles, no todo vale. Las performances son continuamente juzgadas por los espectadores en base a toda la información previa que disponen del autor-personaje-narrador-de-sí como ilustran los chismes que el investigador ha oído sobre María o las respuestas dadas en la encuesta a la pregunta sobre cuánto creían que se diferenciaba la vida online/vida offline en los Otros-seguídos.¹²

¹¹ Durante el trabajo de campo el investigador conversó por IG con una chica colombiana que es ilustradora por haberle respondido «qué bonito» a un video que subió de cómo ella intentaba grabar a su sobrina mientras le dibujaba algo y la pequeña decía algo que siendo muy tierno hacía mucho chiste. Le contó, entre otras cosas, que andaba triste porque a su abuelo no le quedaba mucho por delante y su sobrina, que había ido a visitarla esa semana, era de las pocas cosas que la distraía y le hacía olvidar todo lo malo además de dar las gracias por ver lo bonito, enviando una foto del skyline de Medellín como agradecimiento.

¹² La mayoría de la muestra encuestada afirmaba que las diferencias entre vida online y vida offline de sus seguidos estaban más allá que un poco de maquillaje. Se daba, además, la correlación de que casi la totalidad de los que respondían esto

Esta forma de estar en IG en la que se movilizan ciertos aspectos de la subjetividad singular propia con esa tensión entre estrategia y espontaneidad parece provocar una expansión de la esfera íntima que, haciendo a los demás partícipes de nuestro propio *espectáculo de la intimidad* (Sibilia 2008) contribuye a poner las dimensiones clave de la persona en el centro del espacio público o semipúblico que las alberga. Este movimiento *éxtimo* que contribuye a que los demás se formen una imagen de nuestra persona conlleva una adecuación del mismo espectáculo según la audiencia, contando la vida de diferente manera según el lugar y el público con el que se halle y según aquellos marcos que le son impuestos por la misma estructura del medio en el que es contada.

De este modo, al darse en un contexto en el que las imágenes¹³, con su propio lenguaje, funcionan como vía de comunicación principal, conlleva un sabor que sólo es aprehensible en su totalidad por uno mismo. Esa intimidad (Pardo 1996) implícita es la que permite que exista un *cuarto propio* dentro del cual podamos sentirnos a nosotros mismos y en el espacio-tiempo contemporáneo podríamos decir que está *conectado* (Zafra 2010). IG forma en muchas ocasiones un nodo dentro del espacio-red procesual que es la esfera íntima y da posibilidades al sujeto de efectuar juegos de *reversibilidad con efectos* en los que se le dan oportunidades de dejar de ser el que era (Zafra 2008). En definitiva, IG parece establecerse entre los jóvenes, de manera general, como una ventana estratégica de la morada del Yo -y a la morada del Yo- situada hacia esa calle pública o semi-pública que conforman los Otros, más o menos semejantes y más o menos cercanos. Elegidos por el sujeto en cuestión, estos validan los efectos que ha tenido el espectáculo de despliegue del Yo sancionando positiva o negativamente lo actuado. Aprueban o suspenden la performance y proporcionan -o sustraen- una suerte de andamiaje al proceso de construcción de subjetividad, a la formación de una *imagen(es) del(os) Yo(es)* y de un *cuarto propio* en el que sentir(se) aquella república alterada que decía Lope de Vega.

Bibliografía

- Achmad, Z. A., Ida, R., & Mustain, M. (2020). A virtual ethnography study: The role of cultural radios in campursari music proliferation in east Java. ("The Sanak-Kadang Jodhipati: A New Form of Virtual Radio Listeners ...") *Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia*, 221-237. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v5i2.9787>
- Anderson, B. E. N., & Tracey, K. (2001). "Digital Living: The Impact (or Otherwise) of the Internet on Everyday Life." ("From here to obscurity?: media substitution theory and traditional ...") *AM BEHAV SCI*, 45(3), 456-475. <https://doi.org/10.1177/00027640121957295>
- Baigorri Ballarín, Laura. (2019). Identidades robadas. Arte, apropiación y extimidad en la vida online. *Arte, Individuo y Sociedad*, 2019, vol. 31, num. 3, p. 605-624. <https://doi.org/10.5209/aris.61417>
- Barreiro, A. M. (2004). La construcción social del cuerpo en las contemporáneas. *Papers: Revista de sociología*, 127-152. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v73n0.1111>
- Barthes, Roland. (1990). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Paidós.
- Bauman, Zygmunt. (2015). *Modernidad líquida*. Fondo de cultura económica.
- Broadbent, Stefane. (2016). *Intimacy at work: How digital media bring private life to the workplace* (Vol. 2). Routledge.
- Béjar, Helena. (1995). *El ámbito íntimo: privacidad, individualismo y modernidad* (Vol. 531). Anaya-Spain.
- Cannell, F. (1999). *Power and intimacy in the Christian Philippines* (Vol. 109). Cambridge University Press.
- Casado, C., & Carbonell, X. (2018). La influencia de la personalidad en el uso de Instagram. *Aloma*, 2018, Vol. 36 (2).
- Cruces, Francisco. (2016). Intimidaciones metropolitanas. In (pp. 315-346). *Cosmópolis: nuevas maneras de ser urbanos*: Gedisa.
- Cruces, Francisco. (2018). Para entender la intimidad: saberes, sujetos y discursos. Universidad de la República de Uruguay.
- Darwin, H. (2017). Doing gender beyond the binary: A virtual ethnography. *Symbolic Interaction*, 317-334. <https://doi.org/10.1002/symb.316>
- Debord, Guy. (1999). *La sociedad del espectáculo*. <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/societe.pdf>

afirmaban que ellos sí que eran tal cual se mostraba. Esto, a nuestro parecer pone de relieve la centralidad del dualismo autenticidad/postureo y afirma la capacidad del espectáculo -y de la fotografía- de poner la realidad entre paréntesis.

¹³ Consideramos como imágenes principalmente fotografías y videos pero también incluimos entre ellas memes, collages, ilustraciones o textos.

- Díaz, E. (2019). Jóvenes, tecnologías digitales y subjetividades: la extimidad: una forma de construcción de identidades en Instagram.
- Figueras, B. M. (2016). *Inmediatez, capitalismo y vidas aceleradas*. Chiado Editorial.
- Foucault, Michel. (1990) *Tecnologías del Yo y otros textos afines*. Paidós. Barcelona.
- Frier, S., Palomo, A. I. D., & Barrena, M. M. R. (2020). *Sin filtro: La historia secreta de Instagram*. Penguin Random House Grupo Editorial España.
- Giddens, Anthony. (2013). *The transformation of intimacy: Sexuality, love and eroticism in modern societies*. John Wiley & Sons.
- Goffman, Erving. (1983). The Interaction Order: American Sociological Association, 1982 Presidential Address. *American Sociological Review*, 48(1), 1-17. <https://doi.org/10.2307/2095141>
- Goffman, Erving., Perrén, H. B. T., & Setaro, F. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu Buenos Aires.
- Hine, Christine. (2004). *Etnografía virtual*. UOC.
- Jacobs, K. (2004). Pornography in small places and other spaces. *CULT STUD*, 18(1), 67-83. <https://doi.org/10.1080/0950238042000181610>
- Linne, Joaquin. (2016). La "multimidad": "performances" íntimas en Facebook de adolescentes de Buenos Aires. *Estudios sociológicos (Mexico City, Mexico)*, 34(100), 65-84. <https://doi.org/10.24201/es.2016v34n100.1389>
- Kaufmann, Jean-Claude. (2004). *L'invention de soi: une théorie de l'identité*. Armand Colin. <https://doi.org/10.3917/eres.ain.2005.01.0043>
- Kusuma, A., Uswatun, U., Putri, A., & Nahdiyah, V. (2020). "A virtual ethnography study: Fandom and social impact in Digital Era." ("Mothers Medical-based Experience as the Most Sought-after Online ...") *Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia*, 238-259. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v5i2.10898>
- Lacan, Jacques. (2006). D'un Autre à l'autre. *Séminaire, livre XVI, (1968-69) Editions du seuil, Paris*.
- Latorre, M. (2018). Historia de las Web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0. *Universidad Marcelino Champagnat. Documento. Recuperado de: umch. edu. pe/arch/hnomarino/74_Historia% 20de% 20la% 20Web. pdf*.
- Leban, M., Thomsen, T. U., von Wallpach, S., & Voyer, B. G. (2021). ("Publications: Top Publications | CBS - Copenhagen Business School") "Constructing Personas: How High-Net-Worth Social Media Influencers Reconcile Ethicality and Living a Luxury Lifestyle." ("Constructing Personas: How High-Net-Worth Social Media Influencers ...") *J BUS ETHICS*, 169(2), 225-239. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04485-6>
- Luhmann, Nichlas. (1986). *Love as passion: The codification of intimacy*. Harvard University Press.
- Luna, María. T. (2016). La intimidad y la experiencia en lo público.
- Moreira, G. M. C. (2012). "El concepto de mediación técnica en Bruno Latour Una aproximación a la teoría del actor-red. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 2(1), 56-81." ("Tabla 6. Matriz de confusión para la muestra de estimación")
- Nippert-Eng, C. E. (1995). The home/work nexus: Boundary work in everyday life.
- Orlowski, J. (2020). *El dilema de las redes sociales*
- Oropesa, M. P., & Sánchez, X. C. (2016). Motivaciones sociales y psicológicas para usar Instagram. *Communication Papers*, 5(09), 27-36. https://doi.org/10.33115/udg_bib/cp.v5i10.22034
- Pan, Z., Lu, Y., Wang, B., & Chau, P. Y. K. (2017). Who do you think you are? Common and differential effects of social self-identity on social media usage. *Journal of Management Information Systems*, 34(1), 71-101. <https://doi.org/10.1080/07421222.2017.1296747>
- Pardo, José. Luis (1996). *La intimidad*. Pretextos.
- Peplo, F. F. (2014). "El concepto de performance según Erving Goffman y Judith Butler." ("El concepto de performance según Erving Goffman y Judith Butler")
- Pescott, C. K. (2020). "I Wish I was Wearing a Filter Right Now": An Exploration of Identity Formation and Subjectivity of 10- and 11-Year Olds' Social Media Use. *SOC MEDIA SOC*, 6(4). <https://doi.org/10.1177/2056305120965155>
- Sibilia, Paula. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.
- Sibilia, Paula. (2017). Megusteame: Cuerpo, tecnologías digitales y nuevas subjetividades. Buenos Aires.
- Tisseron, Serge. (2001). *L' intimité surexposée*. Ramsay.
- Torres, C., & del Cisne, F. (2019). Etnografía Digital: Construcción de Identidad Virtual de Adultos-Jóvenes en Instagram.
- Turkle, Sherry. (1994). Constructions and reconstructions of self in virtual reality: playing in the MUDs. *Mind, Culture, and Activity*, 1, 158-167. <https://doi.org/10.1080/10749039409524667>

- Valkenburg, P. M., Koutamanis, M., & Vossen, H. G. M. (2017). ("Twitter Usage And The Impact On Young People's Wellbeing") "The concurrent and longitudinal relationships between adolescents' use of social network sites and their social self-esteem." ("Frontiers | The Effect of Self-Disclosure on Loneliness in Adolescents ...") *COMPUT HUM BEHAV*, 76, 35-41. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.008>
- Wade, S. E., & Fauske, J. R. (2004). Dialogue online: Prospective teachers' discourse strategies in computer-mediated discussions. ("Dialogue online: Prospective teachers' discourse strategies in computer ...") *READ RES QUART*, 39(2), 134-160. <https://doi.org/10.1598/RRQ.39.2.1>
- Wang, Y.-S. (2019). Virtual cohabitation in online dating sites: a netnography analysis. *Online Information Review*, 43(4), 513-530. <https://doi.org/10.1108/OIR-11-2016-0338>
- Winocur, Rosalia. (2006). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. *Revista mexicana de sociología*, 68(3), 551-580. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i1p179-193>
- Winocur, Rosalia. (2011). O lugar da intimidade nas práticas de sociabilidade dos jovens. *MATRIZES*, 5(1), 179-193.
- Winocur, Rosalia. (2012). La intimidad de los jóvenes en las redes sociales. *Revista Telos*, 91, 79-88.
- Winocur, Rosalia. (2013). Etnografías multisituadas de la intimidad online y offline. *Revista de Ciencias Sociales. Segunda época*, 23(4), 7-27.
- Zafra, R. (2010). *El cuarto propio conectado*. Forcola. http://forcolaediciones.com/wordpress/wp-content/uploads/2010/11/cuarto_propio_remedios_previsualizacion.pdf

