

**Configuración de la identidad virtual de adultos jóvenes  
universitarios de Viña del Mar y Valparaíso en la red social  
virtual “*Instagram*”**

VALENTINA BELÉN GONZÁLEZ LEIVA

Profesor Guía: Fernando Valencia Murcia

Valparaíso, Chile  
2023

Memoria para optar al Título de Socióloga.

## **Dedicatoria**

A mi taya, quien siempre quiso verme como una profesional. Aunque no me acompañó físicamente en este proceso universitario, pude sentir su presencia, cariño y protección en cada momento.

## **Agradecimientos**

Empezar agradeciendo a mi familia; a mi mamá, a mi papá, a mis hermanos, a mi tía y a mi tío que me han visto y acompañado en los altos y bajos en este largo proceso. Entregándome su cariño incondicional, celebrando los momentos felices y entregándome palabras de aliento y consejo en mis momentos de duda e inseguridad.

Agradezco a esas amistades que han estado desde el principio y a quienes nos encontramos en el camino. Gracias por el apoyo en este proceso universitario, pasar estos cinco años juntas ha sido una experiencia única.

## ÍNDICE

	4
Resumen	6
Palabras clave	6
Introducción	7
Capítulo I: Formulación del Problema de investigación	10
1.1 Presentación del problema	10
Pregunta de Investigación	11
Objetivo general	11
Objetivos específicos	12
1.2 Contextualización	13
1.2.1 Aspecto Global	13
1.2.2 Aspecto Latinoamericano	14
1.2.3 Aspecto Chileno.	16
1.4 Justificación	16
1.5 Relevancia	18
Capítulo II: Marco Teórico	19
2.1 Investigaciones previas	19
2.2 Conceptos teóricos	26
2.2.1 La noción de usos	27
2.2.2 Configuración según Norbert Elias.	29
2.2.3 Interaccionismo simbólico a partir de Erving Goffman	31
Capítulo III: Diseño Metodológico	34
3.1 Muestra: La elección de los participantes	34
3.2 Técnicas de producción	36
3.2.1 Análisis de contenido	36
3.3 Análisis de datos	38
3.4 Procedimiento	39

	5
3.5 Matriz de codificación	39
3.6 Aspectos éticos.	40
3.7 Sistematización de datos - registro.	40
Capítulo IV: Resultados	42
4.1 Usos de la Identidad virtual	42
4.1.1 Elementos de Instagram y sus usos.	43
4.1.2 Expresión a través de imágenes	47
4.2 Configuración de la identidad virtual	53
4.3 Publicaciones en Instagram	57
Capítulo V: Conclusión	60
Bibliografía	63
Anexos	70

#### ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: “Visión general del uso de redes sociales”. We are social, 2022	14
Figura 2: “El impacto del confinamiento en las redes sociales”. Statista, 2020	15
Figura 3: “Expresión del Yo”	48
Figura 4: “Identidad estudiantil”	49
Figura 5: “Amistades y vínculos”	49
Figura 6: “Recuerdos atesorados”	50
Figura 7: “Pensamientos espirituales”	51
Figura 8: “Intereses personales”	52
Figura 9: “Representaciones simbólicas”	52

## Resumen

La siguiente investigación tuvo como objetivo analizar los usos que realizan los jóvenes universitarios de Viña del Mar y Valparaíso, en la red social virtual *Instagram* para configurar su identidad virtual. Siguiendo los postulados de Michel de Certeau, Norbert Elias y Erving Goffman y utilizando metodologías como entrevista semi - estructurada con foto elicitación. De esta manera se tuvo el propósito de comprender, mediante los relatos y publicaciones de los participantes, el proceso de configuración de su identidad virtual y los usos que realizan de ella. Se recolectaron diversos relatos y publicaciones que evidencian la gran diversidad de usos posibles dentro de esta red social. Estos hallazgos nos indican que los jóvenes universitarios logran moldear a sus deseos y necesidades estos elementos, tanto de su vida cotidiana como de la red social, para la configuración de su identidad virtual.

## Palabras clave

Usos, Configuración, Interaccionismo simbólico.

## Abstract

The following research had the objective of analyzing the uses that university students from Viña del Mar and Valparaíso make of the virtual social network *Instagram* to configure their virtual identity. Following the postulates of Michel de Certeau, Norbert Elias and Erving Goffman and employing methodologies such as semi-structured interviews with photo elicitation. In this way, the purpose was to understand, through the narratives and posts of the participants, the process of configuration of their virtual identity and the uses they make of it. Several narratives and posts were collected that show the great diversity of possible uses within this social network. These findings indicate that university students are able to shape these elements according to their desires and needs, both from their daily lives and within the social network, for the configuration of their virtual identity.

## Keywords

Uses, Configuration, Symbolic interactionism.

## Introducción

Durante las últimas décadas se ha presenciado un incremento exponencial del uso de las redes sociales, especialmente por los adolescentes. No sólo transformando la forma de comunicarnos e interactuar con otros, sino también cómo somos percibidos, ya que estas redes sociales, especialmente *Instagram*, otorgan distintas herramientas para proyectar una imagen e identidad, que no necesariamente es acorde a la imagen que se presenta en la vida cotidiana.

Por lo tanto, el propósito de esta investigación es analizar cómo los jóvenes universitarios usan su identidad virtual en la red social *Instagram*. Dada la continua presencia de las redes sociales en nuestra vida cotidiana, con un uso significativo a lo largo del día, principalmente por parte de los jóvenes con la intención de interactuar con otros usuarios que sean parte de esta comunidad virtual. Este estudio se enfocará específicamente en comprender los usos que realizan los jóvenes universitarios en la configuración de su identidad virtual dentro de esta red social. ¿Cuáles son los principales usos que los adultos jóvenes universitarios hacen de imágenes, textos y símbolos para la configuración de su identidad virtual para interactuar en la red social *Instagram*?

Las investigaciones en torno a este fenómeno han sido mayormente abordadas desde una perspectiva psicológica y se han llevado a cabo fuera de Latinoamérica, explorando aspectos como la influencia del uso de las redes sociales en la autoestima y autoimagen, con un énfasis particular en adolescentes y adultos mayores. Por lo tanto, se vuelve de suma importancia expandir el rango etario y geográfico de los sujetos de estudio y analizar otros aspectos de esta red social.

De modo que, esta memoria propone abordar este vacío investigativo, proporcionando un análisis de un grupo que no ha sido explorado en su plenitud: los jóvenes universitarios. En este sentido, la investigación permitirá entregar conocimiento sobre los principales usos, propósitos y procesos de su identidad virtual,

mediante una entrevista semi - estructurada con foto licitación, que sigue los postulados de la investigación cualitativa y permite que el individuo conecte con su experiencia mediante imágenes para enriquecer el relato.

Desde una perspectiva sociológica, esta investigación se abordó a partir de tres autores que fueron clave para el análisis. Michel de Certeau a través de su teoría de las maneras de hacer se analiza los usos de la identidad virtual de los jóvenes universitarios. Norbert Elias a través de su teoría del proceso civilizatorio nos entrega una perspectiva de cómo se configura esta identidad virtual y Erving Goffman, mediante su enfoque dramático, proporciona una perspectiva que facilita la comprensión del proceso mediante el se eligen elementos de la vida cotidiana para para configurar una nueva identidad en el espacio virtual.

Estos autores fueron seleccionados acorde a los objetivos propuestos en esta investigación. El objetivo que orientó este trabajo consiste en analizar los usos que los adultos jóvenes hacen a partir de imágenes, textos, símbolos para configurar su identidad virtual para presentarse en la red social *Instagram*. Por lo que a través de las teorías de estos autores se logra observar distintas aristas del fenómeno, tales como los usos, los comportamientos implícitos y la interacción que ocurre en este espacio virtual.

Esta investigación está dividida en cinco capítulos, los cuales están compuestos de la siguiente manera:

El primer capítulo corresponde a la presentación del fenómeno a analizar, observando su avance e instalación a través de una perspectiva global, latinoamérica y local.

El segundo capítulo establece el Marco teórico que guiará nuestro análisis, para ello se realiza una revisión de las principales investigaciones que abordan la identidad virtual y su configuración.

El tercer capítulo presenta la metodología utilizada en la recolección y posterior análisis de los datos, la cual corresponde a una entrevista semi - estructurada con fotollicitación.

El cuarto capítulo realiza un análisis de los datos obtenidos a partir de las ideas propuestas por Michel De Certeau, Norberte Elias y Erving Goffman.

Por último, la conclusión entrega los principales hallazgos de la investigación, sus limitaciones y posibles investigaciones que surgen de estos resultados.

## Capítulo I: Formulación del Problema de investigación

### 1.1 Presentación del problema

Las redes sociales virtuales se han convertido en el principal medio de socialización de los adolescentes y adultos jóvenes, siendo un puente para comunicarse e interactuar con los demás usuarios. Dentro de estas plataformas los jóvenes están expuestos a interacciones que influyen en la formación de sus valores y actitudes, debido a que tienen la necesidad de ser aceptados, por lo tanto buscan el reconocimiento e integración de estos grupos, provocando que los procesos de formación de la identidad personal pasen a un plano virtual (Aumann, 2017).

Por ello, las redes sociales virtuales se han convertido en un fenómeno de gran interés para los investigadores contemporáneos, ya que están consideradas dentro de la Revolución Tecnológica, siguiendo a la Revolución Neolítica y la Revolución Industrial. De esta manera han surgido una vasta cantidad de estudios que han abarcado casi todas las áreas posibles respecto a las redes sociales virtuales, principalmente estudios dirigidos a entender el uso del internet por parte de los adolescentes y adultos jóvenes, ya que son sus principales usuarios.

A partir de estas investigaciones se ha logrado entender que las redes sociales permiten un proceso de identificación, demostrándose desde el momento de iniciar una cuenta, el primer paso es crear un perfil, el cual será la carta de presentación ante el resto de los usuarios de la plataforma. En este proceso se indica que se debe crear un *nick*, que corresponde al nombre de usuario que se utilizará en la plataforma, el cual es único y nadie más lo puede usar, siendo el primer elemento identificativo de la identidad virtual, siguiendo por la elección de una foto de perfil, la cual aparecerá cuando el usuario suba *stories* y cuando haga publicaciones en el *feed*, terminando con una descripción suya, donde puede escribir características que lo identifiquen.

Para esta investigación la red social virtual que se utilizará será *Instagram*. Al no tener una forma material o tangible, puede ser considerada un no lugar, concepto

desarrollado por Marc Augé, aunque en “los no lugares la identidad se desvanece, en la red se desvanece para renacer, transformada en una nueva” (Fernández, 2021, p. 10), ya que incluso si accedemos a sitios online con un nombre inventado o sin foto, se sigue siendo un participante de este espacio.

Esta red social se caracteriza por tener un formato de aplicación para los teléfonos móviles, la cual ha tenido un crecimiento exponencial desde su creación en el año 2010, teniendo actualmente 1.270 millones de usuarios activos (Statista, 2022).

De esta manera, *Instagram* se ha caracterizado por ser una red social virtual que permite publicar fotografías y videos, dando la posibilidad de utilizar filtros y editar, además esta aplicación resalta por ser pionera en la creación y utilización de hashtags o etiquetas en las publicaciones para tener un mayor rango de alcance con el fin de tener más *likes* o me gusta. Otra parte de la dinámica de *Instagram* consiste en los “seguidos”, que son los perfiles que sigues y los “seguidores”, los perfiles que optan por ver el contenido que publicas. De esta manera los usuarios pueden optar por ver las publicaciones de los perfiles que siguen o estar en una sección donde pueden encontrar publicaciones relacionadas con sus intereses personales.

### **Pregunta de Investigación**

¿Cuáles son los principales usos que los adultos jóvenes universitarios hacen de imágenes, textos y símbolos para la configuración de su identidad virtual para interactuar en la red social *Instagram*?

### **Objetivo general**

Analizar los usos que los adultos jóvenes hacen a partir de imágenes, textos, símbolos para la configuración de su identidad virtual para presentarse en la red social *Instagram*.

**Objetivos específicos**

- Caracterizar los elementos y/o símbolos utilizados por los usuarios en *Instagram*.
- Analizar los distintos usos de la identidad virtual a partir de la naturaleza de cada símbolo, texto, imagen, etc.

## 1.2 Contextualización

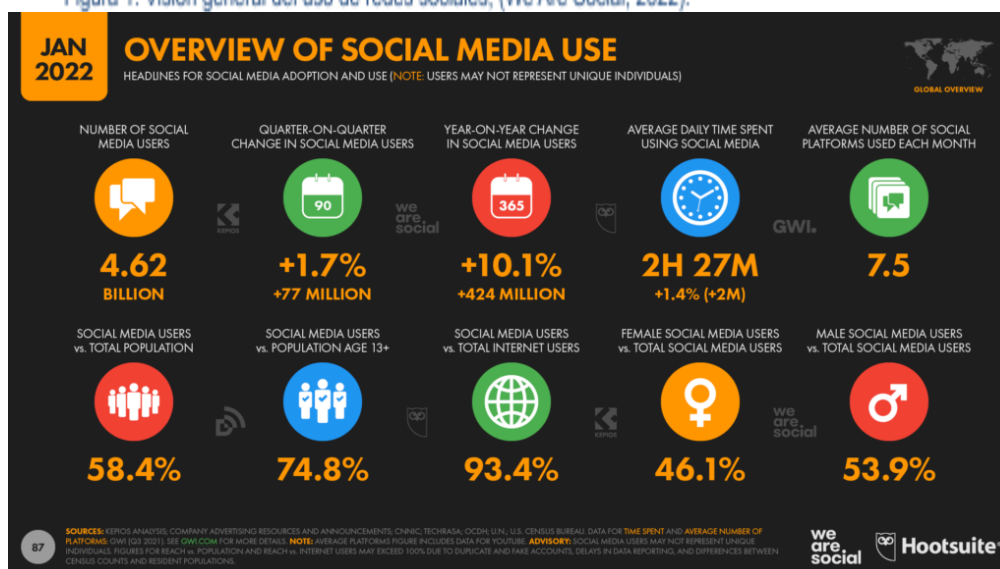
### 1.2.1 Aspecto Global

Para explicar el fenómeno de las redes sociales, es necesario entender que la globalización ha cumplido un rol importante en las transformaciones del mundo actual por su influencia en procesos culturales, políticos, económicos, sociales y especialmente tecnológicos. Las autoras Gutierrez, Foreman y Molina (2022) explican que la revolución tecnológica a finales del siglo XX permitió la creación del internet, la cual fomentó un mayor desarrollo y masificación de aparatos tecnológicos que produjeron una transformación en el paradigma comunicacional. De esta manera, el manejo de diversos inventos, como dispositivos móviles o computadoras portátiles, facilitan un intercambio comunicacional libre de barreras nacionales e internacionales.

Estas tecnologías de la información y de la comunicación causaron transformaciones en los modelos tradicionales de la comunicación humana, provocando que “la interacción social [deje] de ser patrimonio exclusivo del contexto presencial para ser cada vez más frecuente en la red” (Solano et al., 2013, p. 24). De esta manera el internet ha permitido que las redes sociales se conviertan en el principal medio de comunicación entre las personas, ya que estas cumplen con las exigencias que vienen de la mano del proceso de globalización, como la velocidad, la eficacia, fáciles de aprender y de manejar.

Así las redes sociales virtuales ahora tienen un rol importante en los modelos de comunicación actual, se puede evidenciar a partir de los datos de Statista (2022) que indican que en el 2024 existirán 5.000 millones de usuarios mensuales activos, siendo las redes sociales virtuales más populares Facebook e Instagram. Presenta que su éxito se debe a la facilidad que entregan para interconectar con usuarios ignorando los límites geográficos, políticos o económicos. Datos que también entrega el informe anual 2022 de We Are Social y Hootsuite, que se presentan en la siguiente infografía (Figura 1) que resume los principales tópicos de este informe. (We Are Social, 2022)

Figura 1: Visión general del uso de redes sociales, (We Are Social, 2022).



Este volcamiento a las redes sociales virtuales a causa de la pandemia provocó que en ocho semanas desde el inicio de la pandemia se aumentara lo equivalente a cinco años en adopción digital (Newtral, 2021). De esta manera el estar en contacto con otra persona, se transformó desde recorrer distancias y cambiar de espacio físico a un mensaje a través de las redes sociales o una video llamada. Lo cual, se evidencia con los resultados de esta infografía, donde el tiempo promedio que una persona está conectada a cualquier aparato tecnológico es de 2 horas y media, al igual que el 58,4% de la población total es usuaria de alguna red social.

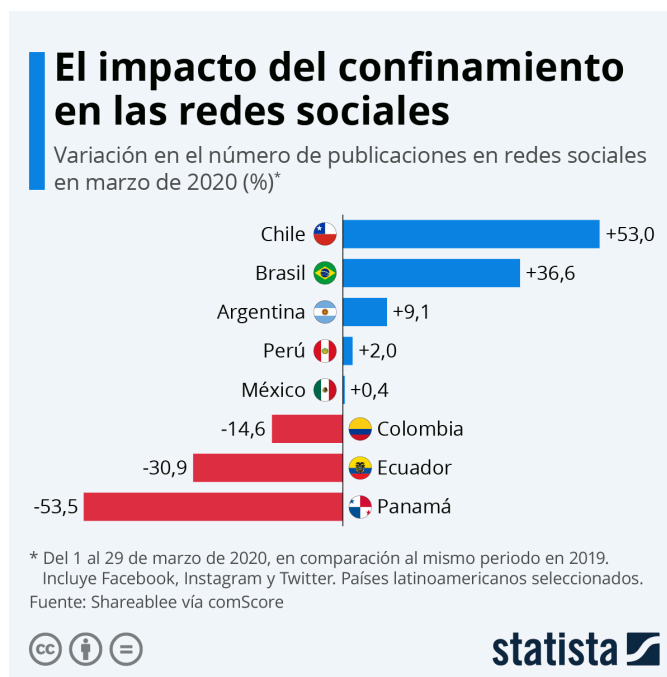
### 1.2.2 Aspecto Latinoamericano

A nivel latinoamericano también se pueden observar datos similares a los presentados a nivel global e incluso mayores, donde los países con mayor inserción en las redes sociales, según Statista (2022) son Uruguay, Argentina y Chile con un 92,8% de la población siendo usuario en una red social virtual.

Estos porcentajes tan altos de usuarios en Latinoamérica se pueden atribuir a la pandemia (Figura 2), ya que debido al confinamiento obligatorio a causa de los crecientes casos de Covid-19 a principios del 2020, las redes sociales virtuales se

convirtieron en una herramienta segura para comunicarse. Se puede evidenciar este aumento a partir del gráfico (figura 2) desarrollado por Statista (2020);

Figura 2 El impacto del confinamiento en las redes sociales, Statista (2020).



El siguiente gráfico relaciona los periodos desde el 1 al 29 de marzo del año 2019 y el año 2020 para evidenciar el impacto de la pandemia en el uso de las redes sociales virtuales. A partir de la Figura 2, se puede observar que Chile se posiciona en el primer lugar con un aumento del 53% de publicaciones en redes sociales en comparación con marzo del 2019. Este gran aumento en los chilenos se puede entender como el volcamiento hacia estos modelos de comunicación virtual para informarse sobre la pandemia, dejando a un lado los modelos tradicionales. Este proceso ya tenía fuerza desde el estallido social y ahora con la intensificación de la pandemia, las redes sociales virtuales se convirtieron en canales para desmentir a las autoridades, contradecir y cuestionar expertos, pero también en algunos casos aumentaron la sensación de alarma en la sociedad por el tono alarmista de algunas publicaciones. (Fernández & Bravo, 2020).

### 1.2.3 Aspecto Chileno.

De este volcamiento a las redes sociales virtuales en Chile a causa de la pandemia se concluyó, a partir de un estudio de Cadem (2022), que la Generación Z y los *Millennials* prefieren *Instagram*, donde el primer grupo lo ocupa todos los días un 73%, mientras que el segundo grupo, un 60%, lo cual se puede explicar a partir de “la interacción entre comunicación, tecnología y sociedad [que] ha supuesto una verdadera revolución que está condicionando la manera en la se construyen y distribuyen los discursos en el nuevo milenio” (Álvarez & Romero, 2018, p.73). Es decir, estas nuevas prácticas mediante la utilización de aparatos tecnológicos permiten este acceso a las redes sociales virtuales, donde el proceso comunicativo es más activo, convirtiéndose en el nuevo eje donde la generación Z construye su vida y sus relaciones.

De esta manera las nuevas generaciones se han relacionado aún más con las redes sociales debido a las posibilidades que le entrega este acceso a la red, y así su uso ha ganado importancia ya que es entendido como un “nuevo espacio de socialización en el que los jóvenes construyen su identidad social sobre la base de las diversas y abundantes interacciones que mantienen con sus iguales y otros miembros de la comunidad virtual” (Aguilar et al., 2016, p.156).

## 1.4 Justificación

Esta pregunta surge a partir de la revisión de investigaciones que están relacionadas con la creación de una identidad virtual en estas plataformas virtuales. Es así que se ha podido entender cómo y hasta dónde se ha investigado este fenómeno de las redes sociales en relación con la configuración de la identidad virtual.

A modo resumen, y apoyada en los estudios que han sido revisados, es necesario recalcar que los jóvenes crean esta identidad con el fin de ser reconocidos por los usuarios que son activos en la plataforma y para poder lograrlo modifican o esconden características de su identidad personal, solo resaltan elementos positivos que puedan atraer la atención de los demás y dejar una mejor impresión en la red

para ser integrado en la comunidad virtual. Por lo mismo, se ven limitados en ciertos aspectos, por ejemplo, no pueden dar una opinión que sea discordante de la mayoría, ya que puede significar la exclusión de la red.

La mayoría de estas investigaciones implementaron instrumentos cualitativos y cuantitativos, tales como entrevistas, encuestas, análisis visuales, entre otros, debido a que su utilización permite obtener una mejor perspectiva del fenómeno y así analizar las imágenes, textos e interacciones dentro de las redes sociales virtuales para entender la configuración de la identidad virtual como una proyección o una invención de la identidad personal.

De esta manera, podemos entender el por qué existe este volcamiento desde el plano presencial a un plano virtual para la configuración de la identidad. Este fenómeno se debe a las facilidades que entrega las redes sociales para moldear nuestra forma de presentación al resto según lo que nosotros queremos mostrar, nos entrega una decisión que en una interacción cara a cara es casi imposible de llevar a cabo.

Lo cual se puede entender a partir de la globalización que ha cambiado la forma en la que nos relacionamos con nuestro entorno, lo que ha provocado transformaciones en las maneras de comunicarnos con el resto. La instauración de la cibercultura en nuestra sociedad ha modificado la forma en la que nos relacionamos con otros, debido a que nuestras relaciones ya no solo consisten y se desarrollan en un plano presencial, sino que ahora predominan en el plano virtual.

Al relacionarse virtualmente existe un cambio en cómo se configura y se proyecta la identidad, ya que las redes sociales permiten moldear, decidir qué mostrar y qué no debido a las múltiples opciones que entrega. Por lo tanto, permite construir una identidad que es distinta a la que se muestra en el plano presencial, formando una identidad virtual.

## 1.5 Relevancia

Como lo hemos planteado anteriormente, la globalización ha cambiado la forma en la que nos relacionamos con nuestro entorno, provocando transformaciones en las maneras de comunicarnos con el resto. La instauración de la cibercultura en nuestra sociedad ha cambiado la forma en la que nos relacionamos con los demás, debido a que nuestras relaciones ya no solo consisten y se desarrollan en un plano presencial, sino que ahora predominan en el plano virtual.

Es por esto que existe una vasta cantidad de investigaciones que analizan el por qué la identidad virtual difiere de la identidad personal, estudian los motivos y razones por las que estas identidades se modifican o potencian, sus principales sujetos de estudio son adolescentes, ya que ellos crecieron con una fuerte presencia de las redes sociales virtuales. Además están en una edad donde su identidad es bastante maleable al estar ligada con la búsqueda de pertenecer a un grupo y ser aceptado por éste, sus intentos son mediante publicaciones y opiniones que realizan en estas plataformas. Por esto, esta investigación se concentra en adultos jóvenes con el fin de extender el rango etario que comúnmente realizan las investigaciones relacionadas a las redes sociales virtuales.

A partir de las investigaciones que hemos revisado podemos decir, que la identidad virtual corresponde a una parte de la identidad personal, aunque existan elementos que hayan sido modificados o alterados para obtener aceptación. Sin embargo, hay una parte que han ignorado en relación a la identidad virtual, la cual corresponde a los elementos o símbolos que son parte de su identidad personal que son utilizados conscientemente por los usuarios para una aceptación virtual, es decir características de su presentación cara a cara que son proyectados a las redes sociales con el fin de obtener reconocimiento por los demás usuarios.

## Capítulo II: Marco Teórico

Las redes sociales virtuales se han convertido en un fenómeno de gran interés para los investigadores contemporáneos, ya que están consideradas dentro de la Revolución Tecnológica, que sigue a la Revolución Neolítica y la Revolución Industrial. De esta manera han surgido una vasta cantidad de estudios que han abarcado diversas áreas respecto a las redes sociales virtuales. Por lo que a continuación se realizará una revisión de investigaciones que nos entregarán un panorama de este campo de estudio. De esta forma, se podrá analizar sus principales resultados con el fin de obtener una primera aproximación hacia nuestra metodología.

### 2.1 Investigaciones previas

Las redes sociales virtuales surgieron a comienzos del siglo XXI gracias a la masificación del internet, tuvieron un gran incremento y diversificación entre el año 2000 y 2010, lo que provocó un gran interés por entender el uso del internet por parte de los adolescentes, ya que son sus principales usuarios.

Como se expuso anteriormente, esta investigación consiste en identificar los usos y elementos que permiten la proyección de la identidad personal a las redes sociales, por lo que es relevante estudiar investigaciones que estén relacionadas con la creación de una identidad virtual en estas plataformas.

Como plantea Gértudrix et.al (2017), quien realiza una investigación donde presenta que en los espacios digitales las redes sociales virtuales se desarrollan mediante construcciones e intercambios simbólicos fugaces, es decir a partir de la hiperconectividad y la multiplicidad relacional que emplean los usuarios. Estos autores exponen que los usuarios habitan las redes sociales, las vivencian y las hacen propias, este habitus digital se construye mediante el registro de la vida cotidiana, demostrando que la identidad de las nuevas generaciones ya no se construye desde interacciones físicas sino desde un plano virtual, el cual permite:

una elaboración consciente y premeditada del sujeto; responde al diseño selectivo de unos atributos, unos rasgos y unas actitudes que, aunque sucedan solo de forma aparente en el flujo de lo digital, el simulacro es tan vívido y tan presente que acaba por tener entidad propia (p. 5)

De esta manera, las redes sociales virtuales han tenido una gran influencia en varios aspectos de nuestras vidas desde su instauración en nuestra cotidianeidad, de tal forma que estudios han revelado que influyen en la identidad personal, así lo plantean Mendoza et al. (2015), a partir de un estudio dirigido a 152 adolescentes elegidos al azar. Para esta investigación utilizaron técnicas como la encuesta, entrevista y ficha de observación. Estos autores concluyen que la identidad personal se forma en la adolescencia y es determinada por distintos factores sociales, como el uso de las redes sociales virtuales, ya que los pensamientos son influenciados por el contenido que ven y debido al deseo de los adolescentes por ser aceptados en los círculos sociales, estos sean presenciales o virtuales. Los autores identifican que se debe a una carencia afectivo - comunicativa dentro de los hogares, provocando que los adolescentes desarrollen una dependencia a las redes sociales, buscando un reconocimiento en ellas.

De esta manera la identidad también se configura dentro de este espacio virtual, tal como lo expone Bernárdez (2006) en su investigación enfocada en el desarrollo de la identidad individual que se presenta en espacios de interacción cibernéticos, como en juegos online y en sitios de chat. Indica que la identidad virtual está influenciada por el sentido de pertenencia de los adolescentes y cuestiona si las interacciones mediante el internet suponen nuevas formas de crear identidad, ya que previamente se había encasillado al género como uno de los principales ejes que permite desarrollar la identidad. Por lo que, el espacio cibernético se convierte en una posibilidad de excluir la corporalidad para desarrollar una identidad. Es por esto que la autora le otorga una gran importancia a las plataformas que permiten acceder a conversaciones en la red, porque otorga la posibilidad de proyectar una imagen controlada de sí mismos, a diferencia de todo lo que conlleva una conversación cara a cara.

Otra investigación que explica la construcción de la identidad a través de las redes sociales es realizada por Renau et.al (2013), mediante el paradigma del constructivismo social. Exponen las formas en que los usuarios se presentan en las redes y cómo esta presentación influye en la creación de una identidad idealizada. Los autores, a partir del interaccionismo social de Mead, explican que las redes sociales virtuales permiten tener múltiples perfiles y cada uno con características diferentes permitiendo múltiples identidades. De esta manera se diferencia la interacción cara a cara a una virtual, ya que con la presencia corporal no se puede pretender con facilidad, en cambio la interacción virtual permite un cierto anonimato, además que los usuarios pueden decidir qué mostrar y cómo. Por lo tanto, se puede entender la presentación virtual como parte de su identidad, donde es posible crear una identidad más flexible y que permite la exploración del yo.

Podemos ver una profundización de este tema en los postulados desarrollados por Caro (2012), quien conceptualiza el modo de exponer el yo en las redes sociales como una “identidad mosaico”. Esta noción permite una estilización del yo a partir de la “posibilidad de apropiarse de la tecnología para desarrollar una gestión más adecuada, diversa y libre de las impresiones sobre los otros” (p. 5). La identidad mosaico aborda dos elementos que contribuyen a entender la proyección de la identidad en las redes sociales digitales.

La autora, basándose en el interaccionismo simbólico, introduce al primer elemento como el carácter distribuido del yo social (estructura), que se entiende como la identidad social construida a través de la interacción con otros. En el espacio virtual, la identidad se configura mediante las redes sociales, implicando una negociación entre el yo individual y la audiencia. Por otro lado, presenta el segundo elemento como el yo fragmentado y múltiple (contenido), el cual indica que la identidad se configura a partir del contenido que circula en las redes sociales que el sujeto pertenece. De esta manera, se comprende que las redes sociales no solo son un espacio para la expresión del yo, sino también profundizan en la objetualización del yo, ya que provoca que el sujeto se cuestione el cómo se percibirá ante la comunidad virtual.

A diferencia de la autora anterior, Nuñez et.al (2004) realiza una investigación centrada en la identidad virtual, partiendo del concepto de identidad como una acción social. Exponen que los recursos tecnológicos permiten ayudar a concretar y coordinar una acción social, por lo que no estamos presenciando una fragmentación del yo en múltiples identidades, sino que hay distintos contextos que permiten la performatividad de la identidad, como es el espacio de comunicación electrónica, el cual canaliza un conjunto de acciones que sí pueden y no se pueden realizar.

Los autores sostienen que la identidad online se construye en relación a las decisiones que se realizan en el espacio cibernético y a partir de las acciones que están ligadas a un imaginario social. En el contexto de un chat virtual indica que el *nick* es una manera de actuar nuestra identidad, ya que estos no se pueden repetir y tienen el objetivo de dar una descripción del usuario, la cual puede estar dirigida a la representación del cuerpo humano (edad, nacionalidad, personalidad), al igual que permite que este nombre no este relacionado al cuerpo, sino que a partir de pseudónimos, que permiten crear un identidad virtual que no está conectada con un referente externo, pero eso no significa que las identificaciones online sean verdaderas o falsas, sino que se comprenden como representaciones que se realizan en el espacio virtual.

Siguiendo una línea similar, la investigación por Del Prete & Redon (2020), realizada en Valparaíso, busca identificar los mecanismos que permiten la construcción de las identidades online de los adolescentes, ya que ellos están aún más conscientes de las potencialidades que entregan las redes sociales virtuales a diferencia de las demás generaciones. Estos autores identifican que los adolescentes son influenciados por la búsqueda de la aceptación y el reconocimiento en la red pero indican que estos mecanismos limitan su libertad de gestos, opinión y moral ya que prevalece la necesidad de ser aceptado, a través de un discurso común, que responda a lo valorado y apreciado por el otro.

Profundizando en otro aspecto de este tema, podemos encontrar a Portillo (2016), quien investiga la progresión desde una identidad física a una identidad virtual.

Esta transformación empezó desde principios del siglo XXI con la creación de los *nicks* o pseudónimos que permiten un reconocimiento en los chats, pero esto ha evolucionado a un avatar multimedia, que a partir de la plataforma que se está utilizando “dispone de base de datos, voz, preferencias e incluso infografías personalizadas” (p. 52), que a su vez logran establecer control sobre la imagen social deseada. Esta identidad virtual llega a ser alterable ya que, a diferencia de la identidad física, en estos espacios hay una tendencia a homogeneizarse con el resto y se intenta no dar opiniones discordantes, debido a que los usuarios buscan ser incluidos en este espacio virtual.

Los elementos que se utilizan para empezar una identidad virtual, como hemos mencionado, son los *nicks*. Este elemento al inicio del uso de las redes sociales virtuales se consideraban como una parte principal en la proyección de la identidad pero Cuadrado & Levratto (2021) indican que los usuarios no lo utilizan conscientemente para formar una imagen de ellos en las redes sociales. En cambio, esto cambia al referirse a la imagen de perfil, ya que esta conlleva un proceso más sofisticado de elección debido a que permite la construcción de la identidad y tener la opción de decidir cómo uno quiere ser percibido por los demás usuarios. La construcción del yo en este espacio virtual es distinto al espacio físico ya que:

nuestras identidades en la web son la suma de cada rastro que producimos sobre nosotros mismos y que no proceden únicamente de nuestra imagen sino también de la información escrita que dejamos y que ayuda a los demás a identificarnos, reconocernos y comprendernos. (p. 30)

Así, los autores exponen que en el espacio virtual se logra una recreación del yo, lo que permite que el usuario cambie su identidad acorde con el resto de la comunidad virtual, participando dentro del marco de la comuna de la atención.

Estos postulados se pueden relacionar con la investigación que realiza Serrano (2013) sobre la influencia de la tecnología digital en la comunicación y la expresión de la identidad. Al igual que Cuadrado y Levratto, la autora resalta a la imagen como el elemento mediado por donde los usuarios establecen cómo quieren ser percibidos, así

el resto de la comunidad los puede identificar e interactuar con ellos. Para lograr ser aceptado socialmente el usuario se preocupa de mostrarse del mejor modo posible, ya sea mediante una faceta sociable, buen humor, atractivo físico o capacidades deportivas. Sin embargo, en este proceso de proyección de su identidad existe una tensión entre su verdadera imagen y una imagen idealizada, pero esta discordancia posible entre la realidad y la imagen que proyecta el sujeto es aceptada por los usuarios. De esta forma el usuario, dentro del espacio virtual, puede mostrar distintos “yo” sin necesidad de que sean concordantes entre ellos, lo que permite esconder ciertos elementos de la identidad personal.

Es por ello que se considera que los usuarios en las redes sociales se auto-objetivizan desde dos perspectivas. La primera perspectiva consiste desde criterios mercantilistas (industria del *marketing*) y políticos (opinión), la segunda perspectiva es a partir del punto de vista del usuario, las cuales están dirigidas a la homologación. Según Fernández (2012), la auto-objetivación presupone la auto-observación, es decir nos analizamos y decidimos qué vamos a exhibir y objetivar en nuestro perfil, lo cual está ligado a los parámetros del narcisismo desde el deseo de tener más visitas o más popularidad y ser admirado por sus atributos.

Como se mencionó anteriormente, la imagen juega un rol importante en las nuevas prácticas sociales que se consolidan en las plataformas de las redes sociales. Debido a que la imagen permite una visualización y se convierte en un puente de comunicación entre los usuarios. Es por esto que Rueda (2015) profundiza en las implicancias de la foto de perfil en *Facebook* a partir de la teoría desarrollada por Goffman. En primer lugar, identifica la página como el escenario, el cual está rodeado de imágenes, textos, símbolos y entre otros elementos. En segundo lugar, las reglas, normas y valores que permiten la interacción en la plataforma se adaptan para llegar a un público más amplio. Sin embargo, destaca un aspecto que escapa de la teoría goffmaniana: la perdurabilidad de la imagen, la cual se mantiene en el tiempo y se puede acceder a ella en distintos momentos y por distintas personas. Finalmente esta investigación concluye que la imagen de sí en *Facebook* es un símbolo que permite

interaccionar con el resto y que esta plataforma se ha convertido en un forma natural de presentar el yo.

De igual manera se puede analizar esta gestión en las redes sociales mediante el estudio de Gordón (2017). Esta investigación analiza la gestión de la autoimagen en *Facebook* utilizando una metodología mixta, un análisis de contenido visual de las redes sociales y un análisis del discurso. Los resultados presentan que los jóvenes utilizan las redes sociales para socializar, lo cual se liga a la necesidad de pertenencia. Adicionalmente, destaca que las fotos de perfil en Facebook muestran la identidad del usuario y no tiene el mismo valor que las imágenes que se publican en el perfil. Además, señala que estas publicaciones están orientadas a exhibir momentos de diversión y ocio, omitiendo momentos malos, con el fin de obtener reconocimiento, aceptación y valoración social.

Lo cual se complementa con la investigación realizada por Hu et al. (2014), la cual realiza una examinación del contenido fotográfico de la red social Instagram donde se identificaron cinco tipos de usuarios en esta red de acuerdo a la cantidad de publicaciones:

Usuarios que publican entre 0-2 fotos son los de “tipo 1”, los usuarios que subían entre 3 – 5 fotos son de “tipos 2”, los usuarios que postean entre 6-8 fotos son los de “tipo 3”, los usuarios que suben entre 9-11 fotos los de “tipo 4” y aquellos usuarios que superen las 11 fotos publicadas los de “tipo 5”. (Hu et al., 2014, p. 14)

Este artículo identificó ocho categorías de fotos que son publicadas en esta red social, las cuales corresponden a; amigos, comida, tecnología, frases, mascotas, actividades, selfies (fotos de uno mismo) y/o moda.

Por otro lado, la investigación realizada por Barrera (2012) presenta una escala de autoimagen social (EAS), que pretende medir el conjunto de creencias que tiene un individuo sobre cómo los otros lo perciben. Esta escala consiste de 85 afirmaciones tipo *Likert* desde “muy desacuerdo” a “muy de acuerdo”, el cual mediante una

puntuación mundial se indica que, a mayor puntaje, mejor autopercepción, son agrupadas a partir “del contexto al cual está referida la autoimagen social (padres, profesores, amigos, pareja y personas extrañas) y a los aspectos evaluados por los mismos (volitiva, intelectual, físico y social)” (p.100). Además, estas afirmaciones están relacionadas con las tres dimensiones de la autoimagen social, que corresponden a juicios sociales percibidos, valoraciones sociales percibidas e importancia de las percepciones sociales percibidas. Pero en la discusión final de este estudio expone que es recomendable emplear una versión más corta de este instrumento, el cual utilice dimensiones más específicas.

A partir de lo expuesto en esta revisión de literatura, podemos entender cómo y hasta dónde se ha investigado el fenómeno de las redes sociales en relación con la configuración de la identidad virtual.

Las investigaciones expuestas, que emplearon tanto metodologías de carácter cualitativo y cuantitativo, proporcionan diversas aristas para comprender el fenómeno a analizar. Nos han entregado una mirada inicial de este campo de estudio, se puede comprender la razón detrás de este traslado del ámbito presencial a un plano virtual para la configuración de identidad y sus posibles usos. Estos espacios virtuales entregan facilidades para dar forma a la percepción que uno quiere presentar, donde los jóvenes optan por resaltar y exponer sólo elementos positivos, con el fin de dar una mejor impresión en esta comunidad virtual.

## **2.2 Conceptos teóricos**

Para poder responder a nuestra pregunta de investigación fue relevante estudiar investigaciones que estuvieran relacionadas con la configuración de la identidad virtual en este espacio virtual. Debido a la diversidad de textos que han sido revisados se ha podido entender cómo y hasta dónde se ha investigado el fenómeno de las redes sociales en relación con la configuración de la identidad virtual.

Como hemos planteado anteriormente, se puede identificar a la globalización como uno de los principales responsables en cambiar la forma en que las personas se

relacionan con su entorno, provocando transformaciones en las maneras de comunicarnos con el resto. La instauración de la cibercultura en nuestra sociedad ha cambiado la forma en la que nos relacionamos con otros, debido a que nuestras relaciones ya no solo consisten y se desarrollan en un plano presencial, sino que ahora predominan en el plano virtual.

Al relacionarse virtualmente existe un cambio en cómo se configura y se proyecta la identidad, ya que las redes sociales permiten moldear, decidir qué mostrar a través de las múltiples opciones que entrega. Por lo tanto, permite construir una identidad que es distinta a la identidad que se muestra en el plano presencial, formando una identidad virtual.

Para un mejor entendimiento desde una perspectiva teórica, a continuación se desarrollará un marco conceptual para explicar los términos que se utilizarán para abordar nuestro problema de investigación.

Se expondrán los conceptos a partir de cada autor y respectiva teoría para una mejor comprensión de estos términos. En primer lugar, se presentará la noción de usos, en la cual se explicarán los conceptos de usos planteados por Michel De Certeau. Continuando con conceptos que están dirigidos a entender cómo se forma esta identidad en este nuevo espacio cibernético. Por lo que se explicará el concepto de configuración de Norbert Elias, que nos permite comprender la relación entre el usuario y la comunidad virtual. Por último, se presentan planteamientos del interaccionismo simbólico por Erving Goffman, que a través de su enfoque dramático, nos permite entender cómo esta imagen que es desarrollada por los usuarios se mantiene y por qué se implementa ante el resto de la comunidad virtual, utilizando conceptos como “sí mismo”, fachada, escenario, trasfondo escénico, identidad social (real y virtual) y máscara.

### **2.2.1 La noción de usos**

En los años setenta, la sociología funcionalista dirigió su objeto de estudio a la audiencia y a la recepción a partir de una corriente llamada “Usos y gratificaciones” la

cual estudia las satisfacciones de los usuarios mediante la pregunta: “¿Qué hace la gente con los medios de comunicación?”. Esta corriente tiene su profundización en los años ochenta a partir de una convergencia entre la teoría crítica y la sociología funcionalista, se centran en la recepción y en el individuo/consumidor al ser los personajes principales en la concepción de la sociedad neoliberal, la cual estaba en su apogeo en la época. Pero este tipo de consumidor se desliga de las concepciones pasadas, es más bien un consumidor que es soberano de sus elecciones por medio del libre mercado.

Por otro lado, esta corriente en Francia se centra en los mecanismos de socialización de las máquinas de comunicar, construye una mirada sociopolítica de los usos de las nuevas tecnologías de información y comunicación. (Mattelart & Mattelart, 1997, p. 102 - 104)

Uno de los principales exponentes de esta problemática, fue Michel de Certeau, quien explica sobre los usos y las “maneras de hacer” de los usuarios, “insistiendo en la capacidad de éstos para desviar, rodear la racionalidad de los dispositivos colocados por el orden estatal y comercial” (Mattelart & Mattelart, 1997, p.104). Así, en su obra “La invención de lo cotidiano: Artes de hacer” hace un análisis de las acciones de los usuarios, siendo el principal objeto de interés las “maneras de hacer”. En esta obra, explica la relación de producción y consumo, donde este último se entiende como acto de usar, ya que “en estos "usos", se trata precisamente de reconocer "acciones" [...] que tienen su formalidad y su inventividad propias y que organizan en sordina el trabajo de hormiga del consumo” (De Certeau, 2000, pág. 36). Es decir, el término “uso” puede ser entendido como una forma de apropiarse y practicar el objeto producido.

De esta manera, el concepto hará referencia al uso de elementos, tales como imágenes, símbolos, frases que permite a los usuarios expresar su identidad personal, ya que como se ha mencionado, Michel De Certeau entiende que mediante los usos

de los objetos, se permite la apropiación de estos al ser moldeados al deseo y necesidad del usuario.

Como hemos presentado anteriormente, la identidad virtual puede ser analizada a través de distintas perspectivas teóricas. En nuestra revisión de literatura se pudo observar que la identidad virtual puede ser comprendida a partir de una fragmentación de la identidad, al igual que a partir de perspectivas como la acción social. Por lo que, se revisarán conceptos que nos permitirán entender cómo se configura la identidad virtual y cómo son las interacciones dentro de la red social Instagram con una identidad virtual.

### **2.2.2 Configuración según Norbert Elias.**

La teoría que entrega Norbert Elias (1939) aporta a comprender cómo se conforma y/o configura la identidad virtual en esta plataforma. Esta teoría es entregada en la obra “El proceso de la civilización”, donde realiza un análisis de la evolución de las costumbres y de los comportamientos de la humanidad, lo relaciona con distintos procesos que fueron transformando a la sociedad hasta ahora. A diferencia de Weber, quien realiza un análisis de la modernidad a partir de un proceso de racionalización, Norbert Elias “construye su teoría de la civilización contra esta lectura unidimensional de la modernidad, por lo que propone un modelo de análisis del equilibrio de las tensiones políticas, sociales, culturales y psíquicas que toma la forma de una dinámica de civilización” (Urteaga, 2013, p. 17). Su obra se desarrolla en torno a la regulación social y el autocontrol individual que surge a raíz de la individualización de la sociedad.

De esta manera, la teoría del proceso de civilización entrega un análisis multidimensional de la modernidad, donde explica que ya no se puede concebir la imagen del ser humano como una personalidad cerrada, sino que como una personalidad abierta por que nunca tiene una autonomía total. Este fenómeno ocurre debido a que el ser humano está constantemente relacionado con otros, están

vinculados y son interdependientes, debido a la naturaleza, el aprendizaje social, la educación y por su necesidad de socialización.

De acuerdo con Norbert Elias, los seres humanos son interdependientes y forman parte de complejas composiciones, como grupos o sociedades. Por lo tanto, el autor indica que el concepto de sociedad dentro de la sociología no debe ser entendida como “una abstracción de las peculiaridades de unos individuos sin sociedad, ni un «sistema» o una «totalidad» más allá de los individuos, sino que es, más bien, el mismo entramado de interdependencias constituido por los individuos” (Norbert, 1939, p. 45).

Así, desarrolla el concepto de configuración para comprender el proceso civilizatorio. Este concepto se centra en la idea de que los comportamientos individuales están intrínsecamente vinculados a las expectativas de la sociedad y a la forma en que los individuos se ajustan a estas expectativas al observar las costumbres y normas sociales. De esta manera el concepto configuración se refiere a;

la integración del individuo en aquellas formas de comportamiento que hacen necesarios la estructura y la situación de su sociedad, y, al mismo tiempo, a través de lo que reprochan y de lo que alaban, muestran la distancia que media en cada caso, entre las buenas y malas costumbres desde un punto de vista social (Norbert, 1939, p. 128).

Para comprender en mayor profundidad sobre este concepto, Norbert Elias explica que en la estructuración de las configuraciones se articulan tanto elementos psicológicos como sociológicos. Este primer elemento trae consigo una transformación de las estructuras de la personalidad y de los controles afectivos. En cambio, el segundo elemento está dirigido a fortalecer las estructuras sociales. Otra sección de este concepto es la perspectiva relacional que le entrega Elias al analizar los mecanismos de exclusión-inclusión que separa de manera simbólica a los grupos sociales; los establecidos y los marginales. (Pinilla - Díaz, 2018)

A partir de lo expuesto se entenderá como configuración el vínculo interdependiente de los usuarios y este espacio cibernético "Instagram", el cual está regido por mecanismos de control para regular el espacio. Como se ha presentado anteriormente en la revisión de literatura, entre los usuarios ocurre una cierta homogeneización con el fin de ser aceptados y que hay ciertos actos o comportamientos que pueden provocar que los usuarios sean rechazados por la comunidad virtual.

### **2.2.3 Interaccionismo simbólico a partir de Erving Goffman**

El interaccionismo simbólico de Goffman se caracteriza por su enfoque dramático, donde podemos encontrar términos como el "sí mismo", que se caracteriza por ser el producto de la interacción dramática. Este autor sostiene que los individuos al momento de interactuar desean presentar una determinada concepción del "sí mismo", ya que existe la posibilidad de que la audiencia perturbe su presentación, buscan controlar la audiencia y poder formar la impresión que el individuo desea que se tenga de ellos, esperando una reacción voluntaria de la audiencia. Goffman (1959) concibe el concepto "sí mismo" como;

un tipo de imagen, por lo general estimable, que el individuo intenta efectivamente que le atribuyan los demás cuando está en escena y actúa conforme a un personaje [siendo] un producto de la escena representada y no una causa de ella, es un efecto dramático que surge difusamente en la escena representada y el problema característico es saber si se le dará o no crédito (p. 268-269).

De esta manera, Goffman propone una distinción entre identidad personal e identidad social. La identidad personal permite una distinción del resto dado a una combinación de los ítems de la historia vital que entregan información sobre el nombre o el cuerpo. En cambio, la identidad social hace referencia a las apariencias de las personas sin tener un mayor lazo con ellos, las cuales forman expectativas sobre esta

persona. Lo que lleva a este autor a explicar que la identidad social puede ser “real” o puede ser “virtual”. La versión real está basada en los verdaderos atributos de la persona y la virtual está basada en los supuestos de esta persona.

Goffman define estos procesos o fenómenos como el “el arte de manejar las impresiones”, haciendo referencia a las técnicas que emplean los actores para mantener las impresiones ante los posibles problemas y los métodos para resolver estos percances.

En este enfoque teatral, otro concepto es la fachada, que define la situación según la perspectiva que se observa. Esta fachada está compuesta por el “medio” y por la “fachada personal”. El medio corresponde al escenario físico que rodea a los actores durante su actuación, mientras que la fachada personal abarca las partes visibles de la actuación, es la dimensión externa donde la audiencia identifica a los actores y establece expectativas respecto a la presentación en el escenario. No obstante, Goffman expone la posibilidad de institucionalizar estas fachadas, creando representaciones colectivas, donde los actores asumen roles preestablecidos. Además, este autor expone que las fachadas son elegidas conscientemente y no son una creación espontánea.

Goffman realiza una distinción en la fachada personal, está compuesta por la apariencia y los modales. La apariencia está relacionada con el estatus social del actor, el cual utiliza estímulos para transmitir información. Por otro lado, los modales corresponden a estímulos que nos advierten sobre el rol de interacción, los espectadores esperan que la apariencia y los modales sean coherentes.

En esta interacción del "sí mismo", Goffman afirma que las personas proyectan una imagen idealizada para ocultar características que pueden ser motivos de rechazo. Este fenómeno se asemeja a una máscara, que hace referencia a una cara social, en la cual se omite deliberadamente el proceso de producción y solo se muestra el producto final. Otro método que utilizan los actores para la manipulación de

la audiencia es la mistificación, la cual implica en limitar el contacto entre el actor y la audiencia, establece una distancia social para evitar un cuestionamiento.

Goffman también presenta el trasfondo escénico, que consiste en los hechos o acciones informales que están ocultas tras la fachada, donde los autores esperan no ser descubiertos por la audiencia, ya que una actuación se vuelve difícil de sostener si se revelan estos elementos. Dentro de su teoría del interaccionismo simbólico, Goffman expone que la identidad surge de la interacción y la negociación constante que se da en ella, pero igualmente se encuentra condicionada por la estructura social donde ocurre esta interacción. Por ende, la identidad también está condicionada contextualmente.

Aplicar el interaccionismo simbólico de Goffman para analizar cómo se crean estas apariencias en las redes sociales, nos permitirá entender cómo los usuarios se relacionan con el público que los observa, la comunidad virtual. Intentan mantener una fachada, proyectando una imagen que puede ser irreal con el objetivo de ser aceptados dentro de esta comunidad. Además, nos permite acercarnos a los métodos que utilizan para ejercer control sobre su imagen, donde potencian sus atributos y cómo se exponen al resto mediante esta red social.

### **Capítulo III: Diseño Metodológico**

Acorde con los objetivos y la naturaleza del problema, la siguiente investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo, no experimental y siguiendo un diseño flexible. De esta manera y acorde con los metodólogos como Flick (2015), durante el proceso de investigación se realizó un diálogo entre lo pre-establecido en el diseño y situaciones nuevas e inesperadas ligadas a nuestro tema de investigación, ya que sus postulados otorgan la posibilidad de realizar modificaciones en nuestra pregunta de investigación, el propósito de este estudio, además de adoptar nuevas técnicas de recolección de datos.

Por otro lado, según los planteamientos de Hernández (2014), el alcance de esta investigación ha sido del tipo descriptivo de carácter transversal, ya que busca propiedades y características de la configuración de la identidad virtual, con el fin de abarcar una nueva dimensión de este fenómeno. Así, por medio de este tipo de alcance se puede describir los usos que los adultos jóvenes universitarios realizan de elementos de su identidad personal para la configuración de su identidad virtual en la red social *Instagram*, tomando como foco aquellos que estudien en universidades de Viña del Mar y Valparaíso en el transcurso del año 2023

#### **3.1 Muestra: La elección de los participantes**

Los criterios de esta investigación no utilizan conceptos propios de la representatividad estadística, sino que son a partir de un muestreo por juicio según Mejía (2000). Por ello, los participantes que fueron necesarios para desarrollar esta investigación debieron cumplir con los criterios establecidos por la investigadora para su selección. Estos criterios corresponden a que los sujetos debían ser jóvenes adultos universitarios entre 18 y 24 años, que estén estudiando en universidades de Valparaíso y Viña del Mar en el transcurso del año 2023 y que realicen un uso frecuente de *Instagram*.

La elección del criterio de edad corresponde a lo estipulado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la cual corresponde desde los 15 años hasta los 24 años, pero debido a temas éticos y en favor del desarrollo de esta investigación se entendió como jóvenes a personas entre 18 y 24 años de edad.

Se dirigió este estudio a jóvenes adultos porque están al inicio de la adultez, por lo tanto, siguen en un periodo de exploración personal y de configuración de su identidad. De esta manera, persisten algunos intereses de la adolescencia, como el autodescubrimiento, la importancia por el logro académica y las amistades, además en esta nueva etapa se profundizan ciertos intereses como establecer vínculos íntimos positivos (Sanz, 2016).

La delimitación de nuestros sujetos de estudio a adultos jóvenes universitarios es debido a que es un ámbito del fenómeno que no ha sido investigado a profundidad, debido a que la mayoría de los estudios en relación a las redes sociales se concentran en adolescentes. De esta manera, se busca estudiar si existen usos y motivos específicos de la configuración de la identidad virtual de parte de los adultos jóvenes universitarios en la red social *Instagram*, por lo que los criterios establecidos tienen la intención de demostrar la diversidad de este fenómeno.

*Tabla 1: Muestreo por juicio según Mejía (2000) (Propio)*

Edad	Hombre	Mujer
18	1	
19		1
20		1
21	1	
22	1	1
23		1
24	1	
<b>Total</b>	4	4

Para lograr esta diversidad se planteó un muestreo por juicio (Mejía, 2000), debido a que permitió hacer una selección de los participantes a partir de los criterios propuestos, logrando un acercamiento al universo del estudio.

De este modo, las categorías dispuestas para este muestreo por juicio correspondieron a edad y sexo (Hombre y Mujer) ya que permite ordenar a los sujetos que participaron en esta investigación, con el fin de

interpretar el universo de nuestro estudio através del rango de edad, de esta manera se buscó entrevistar a 8 personas.

Como indica la tabla, se entrevistó a 4 hombres y a 4 mujeres, estas entrevistas se realizaron de manera presencial, pero principalmente de manera virtual a través de la plataforma de Google Meet, la mayoría de los participantes han indicado que es por la comodidad que esta modalidad trae. Cabe destacar que esta modalidad no impidió el desarrollo de las entrevistas ya que se desarrolló un ambiente cómodo y fluido. Además, en este espacio se les pidió a las participantes que entregaran imágenes de sus publicaciones con el fin de analizar cómo se presentan en esta red, siendo posible observar la imagen mientras ellos relataban durante la entrevista, lo cual será explicado en mayor profundidad en las técnicas de producción.

Por otro lado, el método de acceso a los participantes fue por conveniencia. Al ser un universo tan amplio y accesible, no se tuvieron dificultades para encontrar a los participantes. Por otro lado, una dificultad que surgió fue el congeniar con los horarios para realizar la entrevista, ya que al ser jóvenes universitarios tienen otras prioridades y responsabilidades, además algunos tienen trabajo o práctica a parte de sus estudios. Por ello la mayoría ha recurrido a la modalidad online para realizar la entrevista, ya que estas se pueden desarrollar en un horario que sea cómodo para ambos, pero sin interferir en la rutina diaria.

### **3.2 Técnicas de producción**

Las técnicas de producción de datos primarios que se utilizaron en esta investigación fueron por medio de un análisis de contenido a través de la fotolicitación, la cuál será explicada a continuación.

#### **3.2.1 Análisis de contenido**

En el desarrollo de esta investigación se implementó un análisis de contenido. Esta metodología permitió interpretar nuestros datos por medio de la transcripción de las entrevistas, así logrando entender la subjetividad de las experiencias de los

participantes centrándonos en el contexto de su experiencia ya que este “dota de significado a los datos, la manera en que los describe y visiona, se relaciona directamente con su forma de conectar “realidades” y contenidos” (Basulto, 2016, p. 113). Además, para profundizar y aumentar la calidad de los datos a analizar se realizó por medio de una entrevista semi – estructurada con Foto Licitación,

### **3.2.1.1 Entrevista semi - estructurada con Foto Licitación**

La Foto Licitación es una técnica que consiste en integrar una fotografía en la entrevista, con el fin de evocar un tipo diferente de información, donde el individuo conecta con sus experiencias por medio de las imágenes. De esta manera “las entrevistas de elicitación conectan las “definiciones básicas del yo” a la sociedad, la cultura y la historia” (Harper, 2002, p. 2). Al ejecutar una entrevista con Foto licitación pudimos entender la configuración de la identidad en esta red social mediante imágenes que expresan parte de la identidad de los participantes, logrando que mediante su interpretación y comprensión de las imágenes se pudiera entender el proceso de participación en este espacio virtual.

Al utilizar esta técnica se pudo estimular la memoria de los informantes, logrando que al integrar las imágenes a la entrevista se pudiera comprender mejor la información y que los entrevistados pudieran expresar discursos emocionales sobre sus experiencias.

Esta entrevista con Foto Licitación se estructuró como una entrevista semi - estructurada a partir de los postulados presentados por Valles (1999). La aplicación de esta metodología constó de un conjunto de preguntas que guían la entrevista con el fin de recolectar información para responder los objetivos de la investigación. Se utilizó este tipo de entrevista ya que permite cambiar el orden planeado de las preguntas, al igual que estas pueden ser moldeables dependiendo del ambiente y del entrevistado, pero se guía por el propósito de la pregunta.

La entrevista que se realizó para responder a nuestra pregunta de investigación constó de cuatro dimensiones. La primera es un espacio que permitió al entrevistado presentarse y autodefinirse, en la cual el entrevistado entrega datos

sociodemográficos, como edad, identidad de género, entre otros. La segunda dimensión estuvo formulada para comprender cuáles son los usos que los sujetos realizan de su identidad virtual y cuáles son los motivos detrás de estos. La tercera dimensión estuvo dirigida a responder qué elementos de su vida privada o de su identidad personal transmiten a las redes sociales. Por último, la cuarta dimensión consta de preguntas que buscaron responder cuáles son los comportamientos propios de los usuarios en *Instagram*.

Establecer estas cuatro dimensiones nos permitió recoger información a partir de las distintas aristas que necesitamos para responder a nuestra pregunta de investigación.

De esta manera, mediante la entrevista semi - estructurada se logró realizar un proceso abierto e informal, donde el entrevistado y la investigadora pudieron dialogar a partir de una conversación y preguntas pre-elaboradas.

Por otra parte, el proceso de validación del instrumento se llevó a cabo a partir de una entrevista de prueba, que permitió ver si nuestras preguntas eran entendibles y tenían un objetivo claro. Por este proceso, se decidió cambiar y agregar algunas preguntas. En primer lugar, se cambió la redacción para un mayor entendimiento, acortando y simplificando las preguntas. Por otro lado, había preguntas que se entendían de la misma manera, por lo que se eliminaron y por último, se agregó la pregunta “¿por qué?” a las preguntas que por sí solas no evocaban una reflexión más profunda.

### **3.3 Análisis de datos**

Los datos que nos entregaron estas técnicas fueron analizados mediante el programa ATLAS.ti, por lo que fue necesario realizar una transcripción de las entrevistas. Realizar la transcripción permitió un pre-análisis de los resultados, al tener un conocimiento previo debido a los antecedentes expuestos y el marco teórico elaborado, así la investigadora obtuvo un panorama preliminar de los resultados. Sin

embargo, no se pudo confirmar estos resultados hasta la realización del análisis exhaustivo y transversal de las entrevistas.

Este proceso se realizó por medio del programa ATLAS.ti siguiendo los lineamientos que presentan Coffey y Atkinson (2005) en relación a la codificación de las entrevistas. Los códigos que se emplearon en el análisis son considerados vínculos entre el dato que entrega la entrevista y el conjunto de conceptos e ideas de la investigadora. De esta manera, se pudo realizar un análisis metódico y en profundidad de los datos, permitiendo identificar ideas que se plantearon en el marco teórico, además se integraron temas que surgieron durante la entrevista que antes no habían sido considerados.

### **3.4 Procedimiento**

Para la aplicación de la entrevista semi-estructurada se dispusieron 17 preguntas (anexo 1.) que fueron realizadas por la investigadora de manera presencial o de manera virtual, dependiendo de la preferencia del entrevistado. Además, se entregaron estas preguntas a los participantes antes de la entrevista, para provocar una reflexión sobre estas y su experiencia en la red social y así, obtener respuestas con una mayor profundidad respecto a su experiencia.

### **3.5 Matriz de codificación**

La matriz de codificación (Anexo 2) está compuesta por 3 dimensiones a partir de nuestro marco teórico, estas son; usos, configuración y hallazgos. La primera está compuesta por las respuestas en torno a las imágenes entregadas por los participantes y por los elementos de *Instagram*. La segunda está compuesta por códigos que indican los comportamientos de los participantes en esta red social y la última dimensión está dirigida a los hallazgos que se han encontrado en el proceso de análisis de entrevista.

### **3.6 Aspectos éticos.**

Para la realización de esta investigación se aplicaron aspectos éticos que guiaron este proceso, los cuales son presentados por González (2002). El primer aspecto es el valor social de la investigación, es necesario que este estudio tenga una importancia social y que produzca conocimiento. Al igual que validez científica, aspecto que establece que los planteamientos del diseño tanto metodológico como teórico deben ser acordes al problema a investigar. El siguiente aspecto corresponde al consentimiento informado (Anexo 3), es decir que los participantes sepan del proceso y que este no transgreda su valores o intereses personales. Siguiendo por el respeto a los participantes de la investigación, permitiendo su capacidad de decidir si quieren seguir en esta investigación en cualquier momento del proceso, entregar las transcripciones de las entrevistas y resultados de la investigación, al igual que reconocer su contribución a este estudio.

### **3.7 Sistematización de datos - registro.**

El proceso de sistematización de las entrevistas ha sido de la siguiente manera;

- 1) Independientemente de la modalidad de la entrevista, los registros de dichas entrevistas se hicieron a través de una aplicación de grabación de voz desde un teléfono móvil.
- 2) Luego de la entrevista, se hizo un documento con el formato de transcripción (Anexo 4) con los datos correspondientes del entrevistado y se comienza el proceso.
  - a) En este formato se adjuntaron las publicaciones entregadas por los participantes en la sección de imágenes.
- 3) La transcripción se realiza sin ninguna aplicación o instrumento, solo mediante el audio de la grabación.
- 4) El documento queda respaldado en el drive del correo electrónico institucional de la investigadora.

En el momento de análisis de las entrevistas se ha desarrollado la siguiente estrategia. Se ha creado un documento al igual que el anexo 1, tiene las preguntas de

la entrevista, pero en el espacio de la respuesta están contempladas las 8 respuestas de los participantes. El objetivo de realizar este documento es facilitar y agilizar el proceso de análisis de entrevista y la elección de citas, ya que este formato permite analizar de manera panorámica y preliminar sus respuestas, al igual que compararlas y elegir la cita que sea de mayor utilidad y explicativa posible para el desarrollo de los resultados.

## Capítulo IV: Resultados

Los relatos e imágenes revelan las diversas formas en que los participantes proyectan y experimentan su identidad virtual como una extensión de su ser. Esta identidad puede ser gestionada para crear una versión perfeccionada de ellos mismos o también, una manera de celebrar la identidad de uno sin necesidad de modificarla. Estos aportes han permitido una mejor comprensión de cómo los jóvenes universitarios se relacionan y se presentan en este espacio virtual. De esta manera, a continuación, se presentarán los principales hallazgos de esta investigación a partir de los objetivos establecidos relacionándolos con los autores del marco teórico. En primer lugar, se analizará desde la perspectiva de la teoría de usos planteado por Michel de Certeau. En segundo lugar desde la configuración de la identidad virtual a partir de Norbert Elias, a través de su teoría del proceso civilizatorio. Por último, mediante el enfoque dramaturgico de Erving Goffman se analizará el proceso de la identidad virtual de los jóvenes.

### 4.1 Usos de la Identidad virtual

Como se presentó en el marco teórico, Michel De Certeau realiza una teoría en torno a las prácticas cotidianas de las personas. En esta teoría presenta conceptos como estrategia y prácticas para indicar cómo las personas se apropian de discursos, lenguajes y espacios que han sido impuestos, sin desentender que las personas siguen bajo una construcción social de un sistema económico capitalista, pero las personas moldean la situación según sus interés y propias reglas. En este sentido podemos entender que los usuarios en *Instagram* moldean a partir del uso de elementos, tales como imágenes, símbolos, frases para expresar su identidad personal.

Los planteamientos de Michel De Certeau otorgan una visión de cómo los usuarios se apropian de esta plataforma para adaptarla a sus necesidades, tales como la interacción con otros usuarios y la expresión a través de sus publicaciones en este espacio virtual. A partir de los datos obtenidos, podemos entender que el uso

principal de *Instagram* por parte de los participantes es la comunicación con sus conocidos, siendo para la mayoría de los participantes la red social que utilizan con mayor frecuencia para este propósito:

“Para lo que más lo uso es para comunicarme, de hecho, uso 0 WhatsApp, con suerte whatsappeo a mi mamá e *Instagram* es como para hablar con todos, hablo por ahí con mi pareja, mis amigas, para ver cómo están mis amigas, a veces si no hablamos ver lo que están haciendo” (Entrevista 4)

La cita anterior ilustra cómo *Instagram* se ha convertido en un medio fundamental para la interacción y comunicación con sus conocidos, sin embargo, este no es el único uso que los jóvenes realizan. A continuación revisaremos los distintos elementos y herramientas que entrega esta plataforma y los usos que los sujetos han hecho respecto a estos.

#### **4.1.1 Elementos de *Instagram* y sus usos.**

A partir de los planteamientos realizados por De Certeau se puede identificar que la red social virtual *Instagram* otorga un conjunto de herramientas que permiten una amplia posibilidad de usos, y los usuarios al ser actores activos de este espacio, logran apropiarse de las herramientas que otorga esta plataforma para configurar y proyectar su identidad virtual. Lo cual desborda los propósitos iniciales de *Instagram* y el uso de sus herramientas, el co-fundador de *Instagram*, Kevin Systrom indica que el propósito inicial era:

crear una manera de comunicarse visiblemente [...]. Cada foto que tomas comunica algo sobre un momento en el tiempo - una pequeña parte de dónde estabas, con quién estabas y qué estabas haciendo. *Instagram* fue creado porque no había un solo lugar dedicado a entregar tus fotografías un lugar para vivir y ser vistas<sup>1</sup>. (Forbes, 2021)

---

<sup>1</sup> Traducción propia.

El propósito de los fundadores se observa simple en relación a los relatos de los participantes en torno a los usos que realizan en sus perfiles, foto de perfil, descripción y publicaciones.

En el uso del perfil, su principal propósito es mostrar momentos destacados del día o hasta de la vida de uno, pero a partir de lo que relatan las personas entrevistadas, el propósito de publicar estos momentos es para atesorar y guardar estas imágenes en la plataforma.

“En el feed pongo los momentos que quiero que perduren, que se mantengan ahí o que quiere que no se olviden fácilmente, [...] en el feed yo quiero dejar algo que se mantenga que me gustó mucho, algo que pueda ver constantemente [...], en las publicaciones puedo mostrar algo que yo quiero atesorar y quiero que otros también vean y logren atesorar también” (Entrevista 1)

En esta perspectiva sobre el uso del perfil se puede observar cómo los usuarios publican con una lógica de preservación y atesoramiento. En este sentido, los participantes convierten este espacio digital en memoria y narrativa personal, donde los usuarios gestionan qué preservar y qué compartir con la comunidad virtual. Alejándose del propósito inicial que *Instagram* promueve y lo que se ha visto en la revisión de bibliografía, donde en la etapa de adolescencia se publica con el propósito de encajar y pertenecer a la comunidad, en cambio, podemos observar que en esta nueva etapa vemos una apreciación de los momentos en otro sentido.

Otro elemento principal de *Instagram* es la foto de perfil, es uno de los elementos principales de esta plataforma, ya que es lo primero que ven los usuarios al ingresar a tu perfil y es la foto con la que interactúan en las conversaciones. Es por esto que el proceso de elección de foto de perfil conlleva un cierto grado de importancia

“traté de escoger la foto de mi galería que más me gustara y que fuera a verse bien en un espacio circular [...] que se lograra ver bien mi cara porque soy cuenta privada, así cualquier persona que no me sigue, encuentra mi cuenta y dice “ah es la Sofía”. (Entrevista 6)

Además, nuestros participantes utilizan este elemento con el fin de transmitir aspectos específicos de su identidad, como lo ilustra la siguiente entrevista cuando se le preguntó acerca del proceso de selección de dicha imagen.

“Es una foto de mi película favorita, Persepolis. Habla mucho, bueno, la foto que tengo directamente es cuando a la Marchi, en este tiempo, en Siria, Pakistán, Afganistán, estaba prohibido lo que era el género rock, [...] Entonces a mi me define mucho eso porque me crié en una familia muy religiosa, y en mi época donde escuché más rock, heavy metal y vivía con mi tía que es muy religiosa. Entonces, me controlaba mis poleras, tenía una polera de John Maiden que decía “From hell 666” y mi tía me la ocultaba, muchas veces me la intentó botar. [...] Entonces me sentí muy identificada con esa foto.” (Entrevista 1)

Esta cita permite acercarnos a las concepciones de Certeau, ya que los jóvenes convierten esta plataforma en un espacio para proyectar elementos de su vida cotidiana, configurando una identidad virtual. De esta manera, se relaciona la elección de foto de perfil y las experiencias personales de los usuarios, que entendido a través del enfoque de Certeau, el indica que:

Como las herramientas, los proverbios, o discursos diferentes, están marcados por los usos; presentan al análisis huellas de actos o de procesos de enunciación, denotan operaciones relativas a situaciones que se pueden considerar como modalizaciones coyunturales del enunciado o práctica; de manera más amplia, indican pues una historicidad social en la cual los sistemas de representaciones o los procedimientos de fabricación ya no aparecerían

como cuadros normativos, sino como herramientas manipuladas por los usuarios. (De Certeau, 1990, p. 25 - 26)

A partir de esta cita, De Certeau destaca que las herramientas están marcadas por los usos que han realizado, ya que llevan marcas de las acciones y procesos que han sido sometidos. Estas marcas indican una historicidad social que demuestran que estas herramientas son utilizadas y manipuladas activamente. De esta manera, las elecciones que realizan los usuarios dentro de esta red social son convertidas en una manifestación simbólica de la identidad de los jóvenes, ya que se apropian de este elemento de la red social con el propósito de proyectar su identidad personal.

Por otra parte, la sección de descripción de perfil cumple una función similar a la foto de perfil, aunque de manera más detallada. En este elemento los usuarios pueden escribir información sobre sí mismos. La mayoría elige incluir datos esenciales que los representen, como su edad y carrera. No obstante, algunos optan añadir detalles adicionales, como enlaces a otras cuentas, principalmente relacionadas con el arte o frases que reflejen su identidad.

“Mi descripción dice, en italiano “el placer más noble es la alegría de confiar” [...] porque me considero también una persona súper curiosa y también una persona que tiene igual mucha inteligencia emocional. Me gusta mucho el conocimiento, pero también no me gusta dejar de lado el tema de las emociones. El tema de lo que uno siente y es una forma igual más grata de vivir la vida” (Entrevista 7)

“La palabra metanoia, es como el cambio. Para mí eso significa esa palabra, el cambio como...pasó algo y te hizo cambiar tu punto de vista de ciertas cosas. Que está como en otra etapa. [...] así siento que estoy ahora, cambiando” (Entrevista 5)

De esta forma, siguiendo con la visión propuesta por De Certeau, donde las maneras de hacer "constituyen las mil prácticas a través de las cuales los usuarios se reapropian del espacio organizado por los técnicos de la producción sociocultural" (2000, p. XLIV), los usuarios utilizan esta sección para definirse a sí mismo y comunicar aspectos importantes de su identidad. La elección de frases, palabras o conceptos que reflejen la identidad y estado emocional son una muestra de que esta red social es una plataforma que permite dar forma a sus experiencias, proyectarlas y narrar a través de las herramientas disponibles.

Siguiendo con otro elemento de *Instagram*, las descripciones de las publicaciones permiten entregar mayor contexto a la publicación, este elemento no es usado por la mayoría de los participantes, ya que consideran que es un poco tedioso idear una descripción por cada publicación, por lo que principalmente ponen emojis o descripciones simples, pero que de cierta manera pueda representar su identidad.

"[...] algo muy ligero, sin un peso, ridículo, como qué describe algo de la foto igual y que describe igual algo de mi personalidad. No es como que cranee qué le pongo a esta foto para que la gente lo vea y diga "wow quiero ponerlo en una foto", no." (Entrevista 1)

Aunque la mayoría de los participantes optan por descripciones simples o emojis, no significa que carezcan de significado. La cita nos proporciona que los usuarios no realizan una estrategia planificada, sino más bien una expresión espontánea de uno mismo, indicando que los usuarios utilizan este elemento de manera creativa y personal.

#### **4.1.2 Expresión a través de imágenes**

Como hemos analizado, los participantes mediante esta plataforma proyectan su identidad a través de elementos de su vida cotidiana. Basándonos en los datos obtenidos durante las entrevistas y las imágenes entregadas, se ha desarrollado una categorización de los tipos de publicaciones que reflejan la identidad de nuestros

participantes. Este proceso de categorización se fundamenta en las respuestas proporcionadas por los entrevistados cuando se les preguntó sobre qué publicaciones consideraban que definían su identidad en *Instagram*.

Para los participantes, *Instagram* se ha vuelto una plataforma que permite modelar y gestionar sus elementos y herramientas para proyectar rasgos de su identidad personal. De esta manera, hemos identificado siete categorías principales que han surgido a partir de las imágenes aportadas por los participantes. Estas categorías abarcan; Expresión del Yo, Identidad estudiantil, Amistades y vínculos, Recuerdos atesorados, Pensamientos espirituales, Intereses personales y Representaciones simbólicas.

a. Expresión del Yo:

En esta categoría podemos observar cómo los participantes proyectan su personalidad en este espacio mediante las publicaciones que realizan. Las imágenes se vuelven significativas para los usuarios ya que son un reflejo de su personalidad y

Fig. 3 "Expresión del Yo"

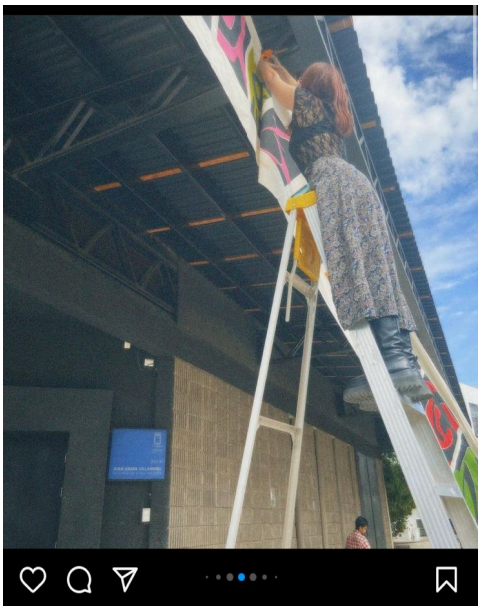


de su historia de vida. Lo que refleja lo propuesto por De Certeau, los usuarios tienen la capacidad de apropiarse de esta plataforma y utilizarla acorde a sus necesidades, volviendo las publicaciones en manifestaciones visuales de su personalidad e identidad.

“Aquí estoy con mis amigos cuando era chico, así como adolescente, me estoy fumando un cigarro y estoy con remedios como en las piernas porque me dolía el oído y me caracteriza porque siempre he sido muy payaso, en el colegio, en la universidad, con mis amistades, me presto para las fotos, me presto para el leseo [...] Entonces me pidieron estas fotos sentí que esas me representaban como por ser sociable y payaso” (Entrevista 2)

De esta manera, se observa como las publicaciones permiten ser un medio para proyectar su extroversión y relación con amigos, mediante la personalización del perfil y de las expresiones de su identidad.

*Fig. 4 "Identidad estudiantil"*



b. Identidad estudiantil:

En las redes sociales, los usuarios utilizan sus perfiles para proyectar distintos aspectos de su identidad, incluida su vida como estudiantes universitarios, en donde deciden plasmar y destacar momentos relevantes de su vida universitaria.

“La tercera foto es como yo en mi estado natural en la u, haciendo weas, no del todo en la universidad”. (Entrevista 4)

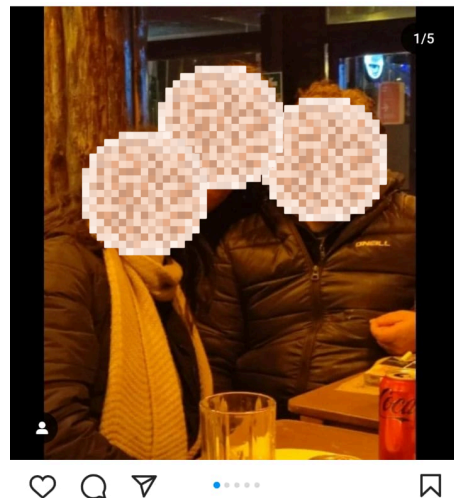
“Ahí también, como que me muestro igual, estoy un poco más tranquilito, digo yo. Pero siempre mostrando la sonrisita y también como siempre mostrando lo verde o así de, no sé, paisaje, cositas así, me gusta mostrar eso. Como que representa, me representa mucho. La naturaleza, porque me gusta el aire libre, cositas, igual el tema de mi carrera, cosas así. (Entrevista 3)

Asimismo, sigue la coherencia de presentar distintos elementos de la vida cotidiana para proyectar una identidad virtual mediante la apropiación de la plataforma.

c. Amistades y vínculos:

En este tipo de publicación los participantes expresan agradecimiento y cariño por los amigos y familia que los han acompañado, además que estás publicaciones

*Fig. 5 "Amistades y vínculos"*



representan como son fuera de las redes sociales virtuales, que les gusta estar con grupos grandes y hacer actividades.

“La penúltima foto es... Yo estando con mis padres. Y mi hermano y uno de mis mejores amigos, yo en ese momento estaba igual complicado en esa situación. Personalmente, ellos fueron los que más tiempo estuvieron conmigo y los que me dieron más apoyo y yo... quise también como atesorar eso.” (Entrevista 7)

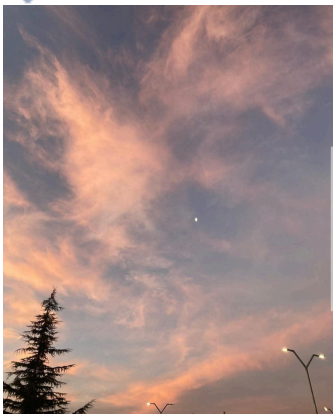
De esta manera, la cita ilustra cómo mediante esta plataforma las publicaciones cobran el sentido de atesoramiento y gratitud, representando sus relaciones personales como parte de su expresión de su identidad.

d. Recuerdos atesorados:

Los participantes indican que publican momentos significativos en sus perfiles para ellos y quieren atesorar dentro de su perfil, como es en el caso de los viajes que realizan.

“La segunda imagen tiene que ver con un viaje que hice a Italia y consiste en los lugares en los que tuve construcciones, palacio, templo, calles y yo las considero igual importantes porque marcan también como mis gustos, mi gusto por la historia, esas ganas de ser culto, de querer conocer las cosas, de querer saber más y también, igual, maravillarse por eso. (Entrevista 7)

*Fig 6. "Recuerdos atesorados"*



Demostrando cómo mediante estas imágenes podemos apreciar ciertas características de su personalidad, como es su gusto por la historia y seguir formándose en ello, transformando el propósito de esta publicación en atesorar estos momentos de aprendizaje y asombro.

Por otro lado, no es necesariamente un viaje sino un momento especial con alguien significativo.

“Ese día fue importante para mí porque justo salió como mi letra en el cielo. Y estaba con una persona especial igual, se veía la luna y el cielo con mis colores favoritos. Ese fue un momento muy especial.” (Entrevista 5)

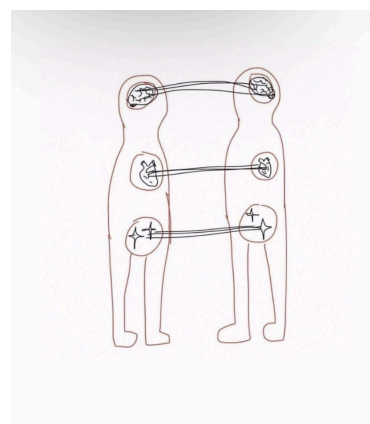
Cambiando nuevamente el propósito de las publicaciones, que igual que la anterior es poder atesorar estos recuerdos significativos. Ambas citas ejemplifican cómo los actores publican con la intención de conservar y expresar aspectos de su identidad.

e. Pensamientos espirituales:

En esta categoría, los participantes utilizan redes sociales virtuales para expresar reflexiones y creencias personales en relación con su espiritualidad, aunque la mayoría de las veces no se realice de manera explícita.

“La conexión entre las personas cuando conectan de todas las formas posibles [...] Porque así me gusta conectar con la persona con la que estoy” (Entrevista 5)

Fig. 7 "Pensamientos espirituales"

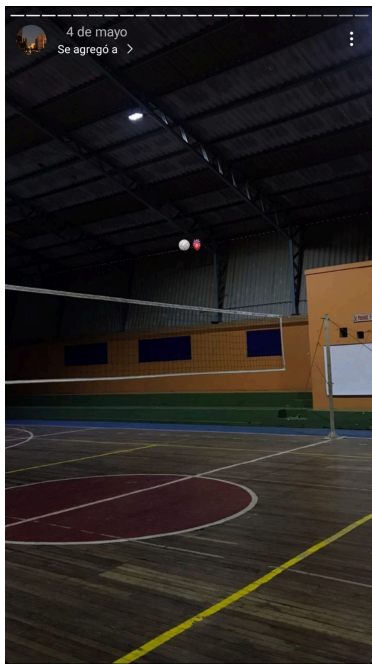


Evidenciando que los usos posibles en esta plataforma, permiten que los usuarios expresen sus pensamientos en relación a lo espiritual, al igual que configurar su identidad virtual en esta red social.

f. Intereses personales:

Aunque no se pueda expresar en la totalidad de intereses que puede tener una persona, los participantes dejan pequeños aspectos de su identidad en estas publicaciones. Intereses como películas, arte, deportes, etc.

*Fig. 8 "Intereses personales"*



“La tercera es voley, o sea, es donde entreno. Siento que también me representa mucho porque me gusta mucho el deporte, en especial el voley cuando es con mis amigos, jugar, me desestresa, me libera” (Entrevista 8)

g. Representaciones simbólicas:

Esta categoría evidencia que no es necesario publicar imágenes que sean de la vida cotidiana para poder representar aspectos de la identidad, logrando mostrar elementos de su identidad que no son fáciles de capturar en imagen real.

*Fig.9 "Representaciones simbólicas"*



“Es Sylvester tomando café con cinco cigarros y creo que en la vida soy Silvestre. [...] Bueno, como empecé a fumar desde muy chica [...] y el cigarro me relajaba y el café me producía ansiedad. Entonces yo era mucho de tomarme un café y después de fumarme el cigarro, sobre todo cuando era chica. Te estoy hablando de 13/14

años. Bueno, después en la universidad y a medida que fui creciendo perdí esa identidad porque evidentemente vi las consecuencias que tenía en mi salud, pero en mi primer año universitario volví a ser Sylvester” (Entrevista 1)

Acorde con la perspectiva propuesta por De Certeau, la cita nos indica que a partir de símbolos, como el café y los cigarros, se logra expresar quién era en un momento particular de su vida, relacionándolo con su identidad y experiencia pasadas. De esta manera los usuarios crean metáforas visuales y simbolismos que los ayudan a definir quienes son. Demostrando que en esta plataforma los usuarios

proyectan su identidad mediante representaciones simbólicas, escapando de lo que usualmente se espera en *Instagram* cuando se observa un perfil.

Siguiendo los planteamientos de De Certeau, se puede apreciar cómo cada participante reinterpreta y personaliza esta plataforma de acuerdo a sus necesidades y objetivos. Las actividades y usos que realizan dentro de este espacio cibernético refleja cómo adaptan y moldean las herramientas para expresarse a sí mismos. Hemos observado la capacidad de los participantes en la personalización de sus perfiles, los cuales reflejan su personalidad, identidad e intereses. Esta gestión de la imagen implica la toma de decisiones para configurar su identidad virtual. Lo cual seguiremos profundizando a continuación a partir de la teoría del proceso civilizatorio planteada por Norbert Elias.

#### **4.2 Configuración de la identidad virtual**

Norbert Elias, como se ha mencionado en el marco teórico, ofrece una perspectiva multidimensional de la modernidad, analizando la evolución de las costumbres y comportamientos humanos. Según Elias (1987), desde sus postulados del proceso civilizatorio, los seres humanos son seres humanos interdependientes donde:

La red de las acciones se hace tan complicada y extensa y la tensión que supone ese comportamiento «correcto» en el interior de cada cual alcanza tal intensidad que, junto a los autocontroles conscientes que se consolidan en el individuo, aparece también un aparato de autocontrol automático y ciego que por medio de una barrera de miedos, trata de evitar las infracciones del comportamiento socialmente aceptado (p.452).

Así, el concepto de configuración alude a la integración del individuo en las normas sociales. En el contexto de las redes sociales, como *Instagram*, la configuración implica la interdependencia de los usuarios y su regulación a través de mecanismos de control para lograr aceptación, lo que puede conducir a la homogeneización o a posibles exclusiones.

Por lo tanto, en la siguiente sección analizaremos las normas no explícitas que se establecen en este espacio cibernético a partir de los relatos y experiencias de nuestros participantes.

Siguiendo la perspectiva de Elías, los usuarios de estas redes sociales virtuales tenderían a regular su comportamiento en la plataforma y desarrollar normas de autocontrol al decidir qué publicar, qué compartir y cómo interactuar con otros. Como se observa en la siguiente cita:

“[...] trato de mostrarme como moralmente correcto, no subo contenido por ejemplo de morbo o moralmente incorrecto o, no sé, memes que son xenofóbicos, racistas, homofóbicos. Si me causa gracia, pero claro, es como, no sé, funable es como en verdad ¿para qué exponerme tanto? porque a veces queda la embarra por publicar o exponer algo que en era totalmente innecesario” (Entrevista 2)

A partir de los planteamientos que entrega Norbert Elias podemos entender que los usuarios configuran una identidad a partir de las normas no explícitas que se establecen en este espacio cibernético, siguiendo ciertos comportamientos que son aceptados en esta plataforma. De esta manera podemos observar ciertos comportamientos de precaución o cuidado para no entrar en conflictos con otros usuarios en *Instagram*.

El participante indica un esfuerzo por mostrar una imagen que sea políticamente correcta al seleccionar el contenido que publica. Este comportamiento refleja cómo las normas sociales y las expectativas de la comunidad virtual influyen en su forma de presentarse en esta plataforma, demostrando como esta interdependencia entre los usuarios y las normas de este espacio son parte de la configuración de su identidad virtual.

Una situación similar ocurre en el momento de expresar su pensamiento en esta red social. Los participantes muestran una preocupación por la vulnerabilidad y la vergüenza asociada con el compartir de manera explícita pensamientos y emociones.

“Como que no suelo subir cosas negativas, por ejemplo si me siento mal a lo más subo una foto triste o no sé, pero de por si me da vergüenza poner pensamientos y cuestiones así. Es que cuando yo veo algo así lo ignoro entonces siento que la gente va a pensar lo mismo de mi” (Entrevista 4)

De esta manera la mayoría de los participantes optan por no compartir sus pensamientos o emociones en esta plataforma por considerarlo innecesario, vergonzoso y hasta peligroso debido a que se desconoce quién está detrás de la otra pantalla.

“Yo creo que muestro solamente lo que me gustaría transmitir, que es como felicidad, momentos entretenidos, pero ya mi vida personal queda para mí y quizás para mis amigos cercanos, pero sé que igual es peligroso compartir algo tan personal tuyo como son tus emociones o los momentos donde pasas mal.” (Entrevista 8)

Estos relatos nos muestran cómo las ideas desarrolladas por Norbert Elias (1939) son relevantes para comprender cómo los individuos moldean su identidad en esta red social, mediante la gestión de su imagen por las normas y preocupaciones personales por la interpretación de otros usuarios, ya que en su obra “El proceso de la civilización” presenta mediante el caso de las clases que intentaban ascender a la clase alta, realizaban modificaciones específicas de su conciencia y actitud, para imitar a este grupo social superior con el fin de ser reconocidos por ellos. (p.516)

Por ello que los participantes deciden no ser discordantes con el espacio y optan por destacar aspectos positivos en esta red social en lugar de lo negativo. Haciendo una diferencia en como se muestra en el espacio físico que al virtual, ya que

buscan transmitir sentimientos y pensamientos positivos, siendo relacionado al tipo de imagen que buscan presentar en esta plataforma.

Lo cual da indicio que la plataforma no solo influye en los comportamientos de la plataforma, sino que también fuera del espacio virtual, siguiendo con el planteamiento de la interdependencia y el entramado que desarrollan los usuarios, ya que estas normas se van creando a partir la observación de sus pares y aceptando estos comportamientos.

“Sí, porque es una aplicación que tengo desde los 14 años han sido 6 años de mi vida que han sido influidos por la red social, porque aunque quiera o no igual hay veces que lo ocupo en hartos momentos del día o a veces lo ocupo para inspirarme o para ver la vida de las demás personas, de mis amigos y esas cosas obviamente van a ir como influyendo en la forma en la que me comporto” (Entrevista 6)

Lo cual se puede atribuir desde el primer paso a esta aplicación, ya que la mayoría de los participantes han indicado que su ingreso a *Instagram* es siguiendo a amigos y/o compañeros que ya la utilizaban.

“En el año 2016, porque en el 2016 yo tenía 14 años y ahí estaba como, se puso de moda muchos de mis compañeros, de mis amigas lo tenían, me dijeron que lo instalara y yo lo instalé por moda, me quedó gustando y de ahí nunca lo dejé de ocupar” (Entrevista 6)

En este sentido, es evidente que la plataforma no solo influye en los comportamientos en el espacio virtual sino que también tiene una influencia significativa en el espacio físico. Debido a que el uso de *Instagram*, se vuelve parte de la rutina diaria, contribuyendo a las percepciones y acciones de quienes participan en esta red social. De esta forma, Norbert Elias contribuye en las maneras de

comprender las dinámicas que se extienden en el comportamiento y configuración de la identidad ya sea virtual o personal.

### **4.3 Publicaciones en *Instagram***

A continuación, se analizarán los datos de las entrevistas desde la perspectiva dramaturgica de Erwin Goffman. Como se destacó anteriormente, Goffman postula que los individuos desean controlar cómo son vistos por otros y esperan una reacción voluntaria de la audiencia, que en este contexto es la comunidad cibernética. De esta manera, Goffman distingue entre la fachada personal y social, siendo esta última la que se basa en las apariencias y expectativas de la sociedad. (Goffman, 2001)

Así el uso de *instagram* se puede relacionar con la perspectiva dramaturgica de Goffman, ya que ambas hacen referencia a la representación de uno mismo y la gestión de la imagen. Por ello, a continuación analizaremos las diferencias de la identidad personal y social en *Instagram*.

Siguiendo la perspectiva de Goffman, podemos evidenciar la fachada personal dentro de este espacio, ya que esta consiste en el desempeño del actor y su apariencia (2001, p. 36). Los usuarios presentan su fachada personal a través de sus perfiles y publicaciones, esto con el fin de crear una imagen específica por la que quieren ser percibidos por la comunidad. A partir de los relatos de nuestros participantes, se evidencia que si hay un grado de gestión en la imagen que proyectan, sin embargo su intención no es crear una imagen irreal de ellos mismo, de hecho existe un esfuerzo por mantener una identidad virtual que es acorde a su identidad personal.

Claro, si fuera por ejemplo un personaje como te digo que, no sé, siempre está feliz nunca va a subir algo negativo, pero claro, en este caso como pasan cosas buenas y malas a veces publico siempre con sinceridad. (Entrevista 2 )

Sí, porque siento que a todos igual nos preocupa de alguna forma en cómo nos mostramos a los demás, y más si es en una red social donde todos tienen acceso. Siento que sí me preocupo de la forma en la que quizás me puedan ver los demás, pero intento que no se apodere de mí y seguir haciendo lo que a mí me gusta, subiendo lo que a mí me gusta, sin preocuparme de lo que pueden pensar. (Entrevista 8)

Ambas citas ilustran cómo los jóvenes intentan proyectar una imagen acorde a su identidad personal, aunque se aleje de lo que indica Goffman respecto a la fachada de los usuarios, se rescata la gestión que realizan respecto a su imagen. Pero la mayoría de los participantes, como hemos visto a través de Norbert Elias, indica que si realiza un filtro respecto a qué mostrar en relación a aspectos negativos y positivos.

Sí, siento que igual hay que tener siempre en cuenta como la vida personal. Como separar el tema de red social y vida personal. Así que siento que es como bien... Como bien hay un filtro bien grande. (Entrevista 3)

Por lo tanto, aunque los participantes exponen que proyectan una imagen acorde a su identidad personal, estos atributos que la conforman pasan por un filtro para crear una identidad virtual, aunque sea inconsciente, los usuarios no quieren ni tienen la necesidad de mostrar atributos que sean discordantes con el espacio virtual. Las características y momentos que deciden dejar afuera de esta exposición están relacionados con aspectos socialmente negativos.

Yo creo que parte de ella igual, pero siento que nadie va a mostrarse 100% como es, o sea yo no voy a mostrar cuando estoy mal o tengo ansiedad o estoy en algún mal momento, subo parte de mi identidad pero no entera.  
(Entrevista 4)

Estos relatos nos indican que los participantes, al igual que en la perspectiva dramaturgica de Goffman, se esfuerzan en proyectar una imagen de sí mismo

coherente a su identidad personal y que esté alineada a cómo quieren ser percibidos por el resto. de esta manera, los participantes realizan un proceso de configuración, a través de la selección y filtración, lo cual puede ser relacionado con el trasfondo escénico que plantea Goffman, donde los usuarios mantienen su vida privada fuera de la exposición de las redes sociales.

Además, algunos de los participantes realizan un filtro en la apariencia, es decir cómo son percibidos físicamente en esta plataforma, aunque los participantes indiquen que no utilizan filtros con la intención de cambiar la apariencia, sino que son utilizados en momentos de diversión, pero en estos relatos podemos evidenciar que el autoestima juega un rol principal en la forma en cómo deciden publicar y qué publicar.

Yo creo que siempre ha habido un cuidado físico, quizás no estar chascón o que se vea una espinilla o no tener la ropa manchada o el espejo sucio, que es típico que pasa o no salir mal en la foto. (Entrevista 2)

Yo diría que... es que uno... yo diría... le gusta verse lindo. El tema de autoestima, tampoco voy a andar subiendo fotos así que salga terrible. (Entrevistado 3)

Los relatos de los participantes, nos demuestran que hay un esfuerzo por proyectar una imagen coherente con su identidad personal, pero estos atributos pasan por un filtro para configurar un identidad virtual, que está creada a partir de las expectativas y deseos de cómo quieren ser percibidos en este espacio virtual. Como hemos revisado a partir de la perspectiva de Goffman, la interacción que los usuarios realizan en las redes sociales se asemeja a una actuación, aunque es una identidad que comparte atributos de su identidad personal, existe un control de parte de los usuarios para proyectar una imagen deseada en este espacio virtual.

## Capítulo V: Conclusión

En esta investigación, hemos explorado en profundidad el proceso de configuración y proyección de la identidad virtual de jóvenes universitarios. Nuestro objetivo principal era analizar los usos que los adultos jóvenes hacen a partir de imágenes, textos, símbolos para la configuración de su identidad virtual para presentarse en la red social *Instagram*. Para ello se han presentado las perspectivas y teorías que guiaron el análisis. Al igual que se definieron los criterios metodológicos que guiaron nuestra recolección y posterior análisis de los datos, por lo que a continuación se expondrán los principales hallazgos de esta investigación.

A partir de nuestros objetivos específicos se realizó un análisis a partir de la teoría de usos y maneras de hacer de Michel de Certeau, la teoría del proceso civilizatorio de Norbert Elias y la perspectiva dramaturga de Erving Goffman, con el fin de obtener una perspectiva amplia en torno a los usos de su identidad virtual, a las normas implícitas de este espacio y al proceso donde los usuarios deciden cómo y qué exponer en *Instagram*. De esta manera poder responder a nuestra pregunta de investigación: ¿Cuáles son los principales usos que los adultos jóvenes universitarios hacen de imágenes, textos, símbolos para la configuración de su identidad virtual para interactuar en la red social *Instagram*?

Desde la perspectiva de Michel de Certeau, hemos comprendido que los usuarios se han apropiado de la plataforma *Instagram* para expresar su identidad personal, ya sea mediante imágenes, símbolos y frases. Administrando y moldeando a su deseo las herramientas que entrega esta red social, rompiendo con los propósitos iniciales de estos con el fin de proyectar su identidad y personalidad. De esta forma, la plataforma se convierte en un espacio para atesorar recuerdos que son importantes para los usuarios, donde la elección de la foto de perfil, la descripción de perfil, las descripciones y publicaciones se convierten en elementos clave para proyectar aspectos de su identidad.

El análisis de las imágenes proporcionadas por los participantes evidenció una amplia variedad de tipos de publicaciones, todas orientadas a expresar aspectos genuinos de la identidad de los usuarios. En lugar de buscar aprobación o pertenencia en la comunidad, como se ha señalado en investigaciones anteriores sobre redes sociales, cada publicación se ajusta a la identidad personal del usuario, con el propósito de ser auténtico en lugar de representar un personaje ficticio o una fachada.

Para llevar a cabo esta proyección y gestión de la imagen, los usuarios siguen ciertas normas implícitas dentro de este espacio. Desde la perspectiva de Norbert Elias, se puede comprender que los usuarios son influenciados por normas que afectan en su comportamiento y configuración de su identidad virtual. Estas normas están principalmente relacionadas a mantener una imagen moral, no publicar opiniones que sean interpretadas como racismo, xenofobia, misoginia, entre otras, ya que puede implicar una expulsión o críticas hacia quien realice estas acciones dentro de la plataforma, por lo que los usuarios se abstraen de realizar publicaciones que puedan caer en esos temas. Por otra parte, podemos reconocer que existe una interdependencia entre el espacio virtual y el mundo real, ya que los participantes han indicado que existe una influencia en los comportamientos, en el sentido de adoptar comportamientos o modas en su vida cotidiana que han visto a través de *Instagram*.

Desde la perspectiva de Erving Goffman se ha podido analizar cómo los usuarios presentan una fachada personal en *Instagram* para controlar la imagen que desean proyectar, lo cual también hemos observado a través de los otros autores. A partir de los relatos de nuestros participantes, hemos confirmado que existe una gestión de la imagen, pero a diferencia de lo que se ha sugerido en otras investigaciones, esta gestión se realiza para proyectar una imagen auténtica y real de los usuarios, es decir que los participantes buscan mantener una imagen virtual que sea acorde a su identidad personal. Sin embargo, aunque los participantes indican que esa es su intención, hemos podido apreciar que realizan un discernimiento entre los aspectos de su vida cotidiana, inclinándose por publicar solo aspectos que sean positivos o dirigidos a mostrar felicidad.

Por lo que, si intentan proyectar una imagen que sea acorde a su identidad personal pero solo el lado positivo, mientras que el lado negativo queda en la privacidad.

De esta manera, la investigación realizada nos entrega información nueva en el ámbito de las investigaciones a las redes sociales virtuales y de la identidad virtual. A través de los relatos de los jóvenes universitarios, hemos podido identificar cómo su comportamiento difiere de su adolescencia. Se identifica que su intención al participar en esta plataforma ya no está dirigida a una búsqueda de pertenencia y ser aceptado por el resto, sino que se convierte en un medio para exponer su identidad, aunque siempre bajo las normas establecidas del espacio. Convirtiendo a Instagram en un medio para poder expresar su identidad, llevando los propósitos iniciales de esta red social mucho más allá. Esta red social se transforma en un espacio dinámico que permite la exploración y representación del yo por parte de los jóvenes universitarios.

Es fundamental destacar que, dado que nuestra investigación se centró en el proceso de configuración de la identidad virtual a partir de elementos de la vida cotidiana e identidad personal, no se exploró con la debida profundidad la evolución en la forma en que los usuarios presentan en las redes sociales al pasar de la adolescencia a la adultez. A pesar de que se hace mención de este cambio, en el que los usuarios ya no buscan exclusivamente la pertenencia y ser aceptados dentro de la comunidad virtual, resulta esencial analizar con mayor profundidad cuándo y porqué se produce este fenómeno.

## Bibliografía

- Aguilar, B., Serrano, R., Olivares, M., & González, E. (2016). Procesos de socialización con redes sociales en la adolescencia. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 15(3), 155 - 167. <http://dx.medra.org/10.17398/1695-288X.15.3.155>
- Alonso, L., Murcia, G., Murcia, J., Herrera, D., Gómez, D., Comas, M., & Ariza, P. (2007). Autoestima y relaciones interpersonales en jóvenes estudiantes de primer semestre de la División Salud de la Universidad del Norte, Barranquilla (Colombia). *Salud Uninorte*, 23(1), 32-42.
- Álvarez, E., & Romero, M. (2018). Epitextos milénicos en la promoción lectora: morfologías multimedia de la era digital. *Letral*, (20), 71 - 85. <http://dx.doi.org/10.30827/RL.v1i20.7830>
- Aumann, J. (2017). Necesidad de aprobación social y recursos para el desarrollo en adolescentes mexicanos. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 22(2), 204 - 211. <https://www.redalyc.org/pdf/292/29255774007.pdf>
- Barrera, M. (2012). *Influencia de la Autoestima, el Autoconcepto y la Autoimagen Social, en las Dimensiones de la Socialización de Estudiantes Universitarios*. <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS4126.pdf>
- Bernádez-Rodal, A. (n.d.). A la búsqueda de “una habitación propia”: comportamiento de género en el uso de internet y los chats en la adolescencia. *Revista de estudios de juventud*, (73), 68-82. [https://eprints.ucm.es/id/eprint/10410/1/genero\\_y\\_chats.pdf](https://eprints.ucm.es/id/eprint/10410/1/genero_y_chats.pdf)
- Basulto, O. (2016). Investigación social. Una aproximación reexiva a los análisis de contenido y discurso desde una perspectiva cualitativa con diversos enfoques. *THEUTH. Revista de Humanidades*, (2), 95 - 115.

- CADEM. (2022, Enero 7). *El Chile que viene: Medios y Redes Sociales*. Cadem. Retrieved Octubre 2, 2022, from <https://cadem.cl/wp-content/uploads/2022/02/Chile-que-Viene-Enero-2022-Medios-y-Redes-Sociales.pdf>
- Caro, L. (2012). La encarnación del yo en las redes sociales digitales. *Revista Telos: Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología*, (91), 59 - 68.  
<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero091/la-encarnacion-del-yo-en-las-redes-sociales-digitales/?output=pdf>
- Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano I: Artes de hacer*.
- Coffey, A., & Atkinson, P. (2005). Estrategias complementarias de análisis mediante la ayuda del computador. En *Encontrar el sentido a los datos cualitativos: estrategias complementarias de investigación*.
- Corcuff, P. (2008). Las nuevas sociologías. *Región y sociedad*, 20(41), 206 - 214.  
<https://www.scielo.org.mx/pdf/regsoc/v20n41/v20n41a9.pdf>
- Cuadrado, A., & Levratto, V. (2021). La construcción de la identidad digital en las redes sociales: un estudio cuantitativo en Argentina y España. La imagen como elemento determinante en la identidad y acción digital. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad.*, (36), 23 - 32.  
<http://relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/448/428>
- Del Prete, A., & Redon, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 86 - 96.  
<https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Elias, N. (1939). *El proceso de la civilización*.

- Fernández, A. (2012). De la auto-objetivación como fuente de control. *Revista TELOS: Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología*, 91, 1 - 13.  
<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero091/de-la-auto-objetivacion-como-fuente-de-control/?output=pdf>
- Fernández Collado, C., Hernández Sampieri, R., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (P. Baptista Lucio, Ed.). McGraw-Hill Education.
- Fernández, L., & Bravo, P. (2020). Expertos y redes sociales: ¿Cómo comunicarnos en tiempos de pandemia? *Revista médica de Chile*, 148(4).  
<http://dx.doi.org/10.4067/s0034-98872020000400560>
- Fernández, R. (2022, Julio 20). *Instagram: número de usuarios mensuales mundiales 2026*. Statista. Retrieved Octubre 1, 2022, from  
<https://es.statista.com/estadisticas/1038171/numero-de-usuarios-activos-mensuales-de-instagram-en-el-mundo/>
- Fernández, S. (2021). Aproximación al concepto de no-lugar en la era de la cultura líquida: internet. *Bibliotecas*, 39(2), 1 - 11.
- Flick, U. (2014). *El diseño de la investigación cualitativa*. Ediciones Morata, S.L.
- Gértrudix, M., Borges, E., & García, F. (2017). Redes sociales y jóvenes en la era algorítmica. *Revista TELOS: Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología*, 107, 1 - 13.  
<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero107/redes-sociales-y-jovenes-en-la-era-algoritmica/?output=pdf>
- Goffman, E. (2001). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Amorrortu.

- González, M. (2002). Aspectos éticos de la investigación cualitativa. *Estrategias complementarias de análisis mediante la ayuda del computador*, (29), 85 - 103.
- Gordón, S. (2017). *Gestión de la autoimagen en las redes sociales online: estudio piloto con adolescentes*.  
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/23212/TFG-L1517.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gutiérrez, D., Foreman, S., & Molina, B. (2022). Redes sociales virtuales, autoestima, rendimiento académico y hábitos de estudio en estudiantes de enseñanza media de dos comunas de la Provincia de Concepción, Chile. *REVISTA PERSPECTIVAS*, (39), 107 - 126. DOI: 10.29344/07171714.39.2987
- Harper, D. (2002). Talking about pictures: A case for photo elicitation. *Visual Studies*, 17(1), 13 - 26. <https://doi.org/10.1080/14725860220137345>
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. In *proceedings of the 8th International Conference on Weblogs and Social Media*, (pp. 595-598).
- Mattelart, M., & Mattelart, A. (1997). Historia de las teorías de la comunicación. Paidós.  
<https://cctsunla.files.wordpress.com/2018/07/mattelart-historia-de-las-teorias-de-la-comunicacion.pdf>
- Mendoza, H., Zambrano, K., & Alcívar, E. (2015). Influencia de las redes sociales en la identidad personal de los universitarios chonenses. *Revista científica: Dominio de las ciencias*, 1(1), 75 - 84.
- Mejía, J. (2000). El muestreo en la investigación cualitativa. *Investigaciones Sociales*, IV(5), 165 - 180.

- Newtral. (2021, Marzo 17). *Pandemia y redes sociales: Cómo nos digitalizó la COVID-19*.  
Newtral. Retrieved Septiembre 29, 2022, from  
<https://www.newtral.es/pandemia-redes-sociales-digitalizacion-covid-19/20210317/>
- Nuñez, F., Ardévol, E., & Vayreda, A. (2004). *La actuación de la identidad online: Estrategias de representación y simulación en el ciberespacio*.  
[https://eardevol.files.wordpress.com/2008/10/gircom\\_ciberart\\_vl.pdf](https://eardevol.files.wordpress.com/2008/10/gircom_ciberart_vl.pdf)
- Pasquali, M. (2020, Mayo 7). *Infografía: El uso de redes sociales en tiempos de cuarentena en América Latina*. Statista. Retrieved Octubre 2, 2022, from  
<https://es.statista.com/grafico/21636/variacion-en-publicaciones-de-redes-sociales-en-latinoamerica/>
- Pinilla - Díaz, A. (2018). Configuraciones eliasianas y conocimiento histórico. FOLIOS, 2(47), pp. 69 - 79. <http://www.scielo.org.co/pdf/folios/n47/0123-4870-folios-47-00069.pdf>
- Portillo, J. (2016). Planos de realidad, identidad virtual y discurso en las redes sociales. *Logos: : Revista de Lingüística, Filosofía y Literatura*, 26(1), 51 - 63.  
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/logos/v26n1/a04.pdf>
- Renau, V., Oberst, U., & Carbonell-Sánchez, X. (2013). Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social. *Anuario de Psicología*, 43(2), 159 - 170. <https://www.redalyc.org/pdf/970/97029454002.pdf>
- Rueda, R. (2015). Redes sociales digitales: de la presentación a la programación del yo. *Iztapalapa: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, (78), 71 - 101.  
[https://www.researchgate.net/publication/328092675\\_Redres\\_sociales\\_digitales\\_de\\_la\\_presentacion\\_a\\_la\\_programacion\\_del\\_yo](https://www.researchgate.net/publication/328092675_Redres_sociales_digitales_de_la_presentacion_a_la_programacion_del_yo)

- Sanz, C. (2016). *Intereses y retos del joven adulto*. Psicodex. Retrieved November 10, 2022, from <https://www.psiquiatriapsicologia-dexeus.com/es/unidades.cfm/ID/15358/ESP/intereses-y-retos-joven-adulto.htm>
- Serrano, J. (2013). Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad. *Historia y Comunicación Social*, 18, 353 - 364. [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2013.v18.44249](http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44249)
- Solano, I., González, V., & López, P. (2013). Adolescentes y comunicación: Las TIC como recurso para la interacción social en educación secundaria. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (42), 23 - 35.
- Statista. (2020, May 7). *Infografía: El uso de redes sociales en tiempos de cuarentena en América Latina*. Statista. Retrieved October 7, 2022, from <https://es.statista.com/grafico/21636/variacion-en-publicaciones-de-redes-sociales-en-latinoamerica/>
- Statista. (2022, Febrero 12). *Uso de redes sociales en América Latina 2022*. Statista. Retrieved Octubre 1, 2022, from <https://es.statista.com/estadisticas/1073796/alcance-redes-sociales-america-latina/>
- Statista. (2022, Agosto 23). *Panorama mundial de las redes sociales - Datos estadísticos*. Statista. Retrieved Octubre 1, 2022, from [https://es.statista.com/temas/3168/panorama-mundial-de-las-redes-sociales/#dossierContent\\_\\_outerWrapper](https://es.statista.com/temas/3168/panorama-mundial-de-las-redes-sociales/#dossierContent__outerWrapper)
- System, K. (2023, June 16). *What Gen-Y Entrepreneurs Can Learn From Kevin System [Interview]*. Forbes. Retrieved November 20, 2023, from

<https://www.forbes.com/sites/danschawbel/2012/06/27/what-gen-y-entrepreneurs-can-learn-from-kevin-systrom-interview/?sh=44c0042374fa>

Toledo, F. (n.d.). La teoría de las configuraciones sociales de Norbert Elias y su aplicación a la sociología del deporte recreativo en las nuevas élites de prestigio. *Andamios*, 12(28), pp. 215 - 239.

<https://www.scielo.org.mx/pdf/anda/v12n28/1870-0063-anda-12-28-00215.pdf>

Urteaga, E. (2013). El pensamiento de Norbert Elias: Proceso de civilización y configuración social. *BARATARIA: Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, (16), 15 - 31. <http://dx.doi.org/10.20932/barataria.v0i16.3>

Valles, M. S. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*. Editorial Síntesis, S.A.

Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Editorial Gedisa.

Vidal, D., Foreman, S., & Molina, B. (2022). Redes sociales virtuales, autoestima, rendimiento académico y hábitos de estudio en estudiantes de enseñanza media de dos comunas de la Provincia de Concepción, Chile. *Revista Perspectivas*, (39), 107 - 126. DOI: 10.29344/07171714.39.2987

We Are Social. (2022, Enero 26). *Digital Report 2022: El informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y mobile*. We Are Social. Retrieved Octubre 1, 2022, from <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-report-2022-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>

Weiss, I. (2018). *Redes Sociales 2.0 & La Autoestima de los Jóvenes*.

## Anexos

## Anexo 1: Preguntas entrevista.

DIMENSIONES	Preguntas y Respuestas
AUTOIDENTIFICACIÓN	Datos generales
USOS DE SU IDENTIDAD VIRTUAL	<p>¿Qué imagen crees que proyectas hacia las personas en Instagram? ¿Lo muestras en las publicaciones (feed e historias) que realizas?</p> <p>Las principales publicaciones que te definen y explicar por qué.</p> <p>¿Qué pones en la descripción de las publicaciones?</p> <p>¿Publicas tus pensamientos en Instagram?</p> <p>¿Qué pones en tu descripción de perfil?</p> <p>Tu foto de perfil, ¿cómo la escogiste y por qué?</p> <p>¿Qué usos haces de tu perfil en Instagram?</p> <p>¿Con qué motivo creaste tu perfil de Instagram?</p> <p>Si tienes otra cuenta a parte de su perfil principal ¿Con qué motivo lo utiliza?</p> <p>¿Realizas un filtro entre lo que muestras y lo que no muestras en Instagram?</p>
PROYECCIÓN DE IDENTIDAD	¿Qué elementos de tu vida cotidiana/fuera de las redes utiliza en Instagram?

PERSONAL	¿Crees que transmites tu identidad en Instagram? ¿Por qué?
	¿Crees que Instagram ha influido en tu identidad?
	¿Qué diferencia hay entre tu vida diaria y la vida que muestra en Instagram? ¿por qué?
	¿Qué es lo que te define más de tu perfil en Instagram?
	¿Intentas mostrar más aspectos positivos de ti mismo en Instagram? ¿por qué?
PUBLICACIONES EN INSTAGRAM	¿Qué tipo de publicaciones haces normalmente en esta red social? ¿Existen diferencias entre las publicaciones en historias y en Feed?
	¿Cómo decides qué publicar en esta red? ¿Es algo espontáneo o planeado?
	¿Te preocupa tu imagen en esta red social? ¿Por qué?
	¿Qué significa para tí tener likes/me gusta en esta red social?
	¿Utilizas filtros? ¿Por qué?

Anexo 2. Matriz de codificación.

Dimensión	Subcategoría	Códigos	Descripción
Usos	Imágenes	i_amigos/fam	En el momento de presentar las publicaciones indican imágenes con amigos y/o familia.
		i_caricatura	En el momento de presentar las

			publicaciones indican imágenes caricaturescas.
		i_intereses	En el momento de presentar las publicaciones indican imágenes de sus interés y/o actividades
		i_espiritualidad	En el momento de presentar las publicaciones indican imágenes relacionadas a pensamientos de vida
		i_momentos	En el momento de presentar las publicaciones indican imágenes de momentos específicos de sus vidas.
		i_universidad	En el momento de presentar las publicaciones indican imágenes de su vida universitaria o en relación a su carrera
		i_yo	En el momento de presentar las publicaciones indican imágenes donde aparece solo el sujeto.
	Elementos_i g	descripcion_perfil	Explicación de qué escriben en su descripción de perfil.
		descripcion_pub	Explicación de qué escriben en su descripción de sus publicaciones.
		foto_perfil	Cómo es el proceso de elección de foto de perfil.

		otra_cuenta	Tienen otra cuenta que utilizan para otras cosas.
		usos	Los usos que realizan de su perfil de Instagram
		def_perfil	qué es lo que más lo define de los elementos que entrega Instagram
		filtro_apariencia	Indican si utilizan filtros para cambiar la apariencia.
Configuración	Imagen	aspectos_negypos	Respecto a aspectos negativos y/o positivos que publican en Instagram
		imagen	Referencia a la imagen que transmiten en Instagram, la cual es premeditada.
		cuidado	Las precauciones o cuidados que toman antes de publicar cosas personales
		filtro_privpub	Cuando indican que hacen un filtro entre que mostrar y que no, expresando un diferencia entre lo público y privado
		Espontaneidad	Indican si la acción de publicar es espontanea o planeada
		identidad	Cuando expresan como transmiten su identidad en Instagram
		pensamientos_ig	En relación a la publicación de

			pensamientos en Instagram
		influencia_ig	Indican si hay o no un tipo de influencia desde Instagram en sus comportamientos.
		motivo	El motivo porque hicieron un cuenta de Instagram
		publicaciones	Tipo de publicaciones que realizan en Instagram
		likes	Que son los likes para ellos, si les provoca algo o si les importa.
		likes_sig	Significado personal de los likes
		elementos_vidacot	Cuando expresan elementos de su vida cotidiana que expresan en redes sociales
		diferencia_vidacot	Cuando indican diferencias entre lo que exponen en Instagram y su vida cotidiana
Hallazgos		reflexión	Reflexión en torno al uso de Instagram
		cambio	Expresan como han cambiado desde adolescencia en torno al uso de Instagram

## Anexo 3: Consentimiento informado.

## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES

El propósito del presente documento es invitarlo a participar en el estudio titulado “Configuración de la identidad virtual de adultos jóvenes universitarios de Viña del Mar y Valparaíso en la red social virtual “Instagram””, cuyo investigadora principal es: Valentina González Leiva. Para que usted pueda tomar una decisión informada, le explicaremos cuáles serán los procedimientos involucrados en la ejecución de la investigación, así como en qué consistiría su colaboración:

1. Dónde y cuándo se llevará a cabo la investigación: La investigación mencionada se realizará en un lugar a convenir para las participantes pudiendo ser online o presencial durante el año 2023
2. Relevancia del estudio y beneficios: El estudio busca analizar los principales usos que los adultos jóvenes universitarios hacen de imágenes, textos y símbolos para la configuración de su identidad virtual para interactuar en la red social Instagram. Con el fin de expandir el rango etario y geográfico de los sujetos de estudio, ya que la mayoría de las investigaciones son realizadas fuera de Latinoamérica y principalmente a adolescentes. Aporta en el campo de estudio de las redes sociales indagando en la configuración de la identidad virtual de los jóvenes universitarios.
3. Objetivos: Por ello el estudio busca analizar los usos que los adultos jóvenes hacen a partir de imágenes, textos, símbolos para la configuración de su identidad virtual para presentarse en la red social Instagram, mediante una caracterización y análisis de los elementos utilizados para configurar la identidad virtual.
4. En qué consiste su participación: La participación es voluntaria, como también no se ofrecerá ningún tipo de pago. Su participación consistirá en responder una entrevista de 30 minutos aproximadamente, el lugar de dicha entrevista será a convenir de los participantes.
5. Riesgos: No existe riesgo alguno en la participación del estudio

6. Costos y pagos: La participante no recibirá dinero por su participación en el estudio.
7. Derechos del participante: Las participantes tienen derecho a manifestar sus dudas a la investigadora en cualquier momento, como también podrán retirarse en cualquier momento si es que así lo consideren necesario comunicárselo a la encargada del estudio.
8. Reserva de la identidad del participante: El nombre de las participantes no será revelado, en su lugar se utilizará un código definido por número dentro de la investigación.
9. Confidencialidad de los datos: Los datos serán reservados, y sólo tendrá acceso la investigadora a cargo del estudio, así mismo serán resguardados por la investigadora dentro de su drive personal.
10. Utilización y publicación de los hallazgos: La divulgación de los resultados puede publicarse en publicaciones de tipo científica o académica si corresponde, pudiendo ser utilizados en otras investigaciones que no se alejan de los objetivos de la presente investigación.
11. Evaluación Comité Bioética y contacto: Esta investigación ha sido evaluada y aceptada por el Comité Institucional de Bioética de Investigación en Seres Humanos de la Universidad de Valparaíso. Si usted lo requiriera, puede contactar a alguno de sus integrantes con su secretaria administrativa, Srta. Patricia Arancibia Pardo, al teléfono +56 32-2507909, o a través del mail institucional [cec.uv@uv.cl](mailto:cec.uv@uv.cl).
12. En caso de aceptar participar, recibirá un ejemplar de este documento.

Valentina González Leiva

Rut: 20.482.928-4

[valentina.gonzalezl@alumnos.uv.cl](mailto:valentina.gonzalezl@alumnos.uv.cl)

Viña del Mar, Valparaíso, 10.03.2023

## Anexo 4. Formato de transcripción.

<b>Nombre</b>	
<b>N° Entrevista</b>	
<b>Fecha de entrevista</b>	
<b>Duración entrevista</b>	
<b>Modalidad</b>	
<b>Sexo</b>	
<b>Edad</b>	
<b>Carrera</b>	
<b>Imágenes</b>	

## Anexo 5. Tabla de entrevistados

\*Orden que se realizaron las entrevistas

Entrevista	Edad	Sexo
Entrevista 1	22	Mujer
Entrevista 2	24	Hombre
Entrevista 3	21	Hombre
Entrevista 4	23	Mujer
Entrevista 5	19	Mujer
Entrevista 6	20	Mujer
Entrevista 7	22	Hombre
Entrevista 8	18	Hombre