Artículos

Uso de la red social Instagram y la construcción de la identidad en adolescentes argentinas

Use of the social network Instagram and the Construction of identity in Argentine adolescents

Ferri, Natalia; de Grandis, Carolina; Manuel Elgier, Angel; Mulgura, Tomás; R. Ceberio, Marcelo

Natalia Ferri lic.ferrinatalia@gmail.com
Universidad Abierta Interamericana. Facultad de Psicología y Relaciones Humanas, Argentina

Carolina de Grandis
carolinadegrandis8@gmail.com
Instituto de investigaciones, Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires, Argentina

Angel Manuel Elgier amelgier@gmail.com
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina

Tomás Mulgura tmulgura@gmail.com
Laboratorio de Cognición y Políticas Públicas (Cog.Pub), Argentina

Marcelo R. Ceberio Marcelorceberio@gmail.com
Laboratorio de Investigación en Neurociencias y Ciencias Sociales (LINCS), Argentina

Revista ConCiencia EPG
Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú
ISSN: 2517-9896
ISSN-e: 2523-6687
Periodicidad: Semestral
vol. 9, núm. 1, 2024
revistaconcienciaepg@une.edu.pe

Recepción: 21 Diciembre 2023
Aprobación: 24 Enero 2024

URL: http://portal.amelica.org/ameli/journal/717/7174847009/

DOI: https://doi.org/10.32654/ConCiencia.9-1.9

Autor de correspondencia: lic.ferrinatalia@gmail.com

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.

Resumen: El presente trabajo aborda las experiencias de adolescentes argentinas que utilizan la red social Instagram, con el fin de comprender y conceptualizar cómo se desarrolla la construcción de la identidad. En este sentido, para llegar a una comprensión de la creación de unidades de significado, se requirió de una exploración y descripción de experiencias de vida. Presenta un diseño de teoría fundamentada, y es transversal. Se relevaron los resultados, a partir de observación, entrevistas semi-dirigidas y bitácora. El estudio se enmarcó en la perspectiva social, y su mayor alcance fue descriptivo e interpretativo. La muestra se compone de 10 adolescentes de 18 años. Las categorías más saturadas son necesidad de aceptación-reconocimiento, temor al juicio-abandono o vacío, identificación del sí mismo y conocimiento específico de la red. Las mismas se agrupan en subcategorías: paradigma postmoderno: estereotipos, estado emocional y preocupación por detalles; supresión de contenidos: motivos de borrado y vergüenza; ser social: presentación, recreación de presentación y comparación con un otro; retroalimentación: likes-comentarios y expectativas; cuenta: tiempo, motivo de creación, indicador de influencia social, y privacidad; reglas: interna; experiencias: experiencia subjetiva adolescente, función: mejores amigos, función específica subjetiva y función que le dan los demás.

Palabras clave: construcción de la identidad, adolescencia, red social Instagram, construcción de significados.

Abstract: This qualitative research paper addresses the experiences of Argentine adolescents who use the social network Instagram, to understand and conceptualize how the construction of identity develops. In this sense, to arrive at an understanding of the creation of units of meaning, an exploration and description of life experience was required. It has a grounded theory design and is transversal. The results were collected, based on observation, semi-directed interviews, and logs. The study was framed in the social perspective, and its greatest scopewas descriptive and interpretive. The sample consists of 10 18-years-old adolescents. The most satured categories are the necessity of acceptation-recognition, fear of judgement – neglect or emptiness, identification of oneself and specific knowledpe of the website. On the other hand, second order categories and its subcategories were: postmodern paradigm: stereotypes; emotional state and worry for details;

suppression of contents: reasons of deletion and shame; social being: introduction, introduction acting and comparison with another; feedback: likes-comments and expectations; profile: time, reason of creation, social influence sign, the beginning age and privacy; rules: inside; subjective teenager experience, function: best friends, subjective specific function that others give to it.

Keywords: identity construction, adolescence, Instagram social network, significance 's construction.

Introducción

La ciencia postmoderna provocó una descentralización del conocimiento, donde las verdades absolutas caen y comienzan a predominar las verdades relativas. Y esto se debe a la sociedad de información y sociedad de conocimiento (Pozo, 1999). Castells (1999) señala no solo la importancia de la génesis del conocimiento, sino también cómo se procesa y se transmite la información, en función al uso de nuevas tecnologías.

Es a partir de esto que la presente investigación se fundamenta desde una perspectiva social-cualitativa (Creswell, 1994; Corbin, 2007). La misma aborda a la adolescencia y la construcción de la identidad, devenida ésta en una constante externalización de naturaleza interpersonal, característica de un contexto determinado (Berger & Luckmann, 2003). Es de aclarar que dicho contexto se fundamenta en torno a la red social Instagram, cuya elección fue realizada de acuerdo a un estudio de Global Digital Overview (2021), en el que se comprueba que, a nivel mundial, Argentina, presenta la mayor cantidad de usuarios activos en la red en comparación al resto del mundo (Mejía Llano, 2020).

Según Moreno et al., (2018) el sujeto narra historias dentro de un contexto cultural. Lo interesante es analizar cómo las nuevas tecnologías han creado nuevas formas de narrar, a través de imágenes o contenido audiovisual. Lo que es constituyente de una narrativa digital donde hay productores y consumidores de información (Alvarado Díaz, 2018). La presente red, se ha convertido en una multiplicidad infinita de narrativas que cuentan historias de manera digital. Los rasgos principales que diferencian al ser humano de los animales, no es solo el hecho de ser social, sino el comprender al sujeto como emergente de un contexto y como a su vez construye significados, a partir de la narración (Bruner, 2003).

Antes de abordar plenamente la temática de interés es relevante preguntarse qué significa exactamente identidad y qué es adolescencia. La identidad es el espacio donde el individuo se reconoce asimismo (Linares 1996); mientras que para Ackerman (1958), la identidad está asociada a la estabilidad, entendida como organización y expresión de la conducta en acción propiamente dicha en un contexto y consiste en la representación psíquica única que posee cualquier entidad humana, ya sea individuo en sus diferentes ciclos evolutivos, pareja o familia. De acuerdo con Onrubia (1999) y Moreno et al., (2000) el constructo adolescencia puede ser definido como una etapa del ciclo vital de carácter psicosocial y atravesada por diversas transformaciones que, de cierto modo, afectan a la integridad del sujeto. Donde no solo se transforma la mente, el cuerpo, sino también relaciones familiares, sociales, cuestiones de identidad entre otros aspectos (Morduchowicz, 2012).

En relación al contexto socio-histórico determinado en que estas adolescentes han crecido, el de la posmodernidad, es de esperarse una cierta conexión o vínculo a las características brindadas por Bauman (2003) en torno al contexto o fenómeno de la Modernidad Líquida, donde prevalece una pérdida de las referencias capaces de orientar y sostener al sujeto, conllevando así a posibles crisis en los procesos de identificación. La pérdida de las referencias conlleva a que los sujetos se identifiquen con todo y nada al mismo tiempo, lo que promueve la desesperación y el vacío con el sí mismo (Abya Yala, 1998; Morduchowicz, 2008).

Es Lipovetsky (1983) quien señala que la postmodernidad refleja un clima de desencantamiento en relación con la promesa de progreso de la modernidad. En este contexto se produce una crisis del proyecto de vida, donde no hay certezas y donde la posibilidad de investir al mundo de afecto y significado se ve frustrada. La figura del sujeto en la actualidad se posiciona en el narcisismo, en el cual la individualidad, el culto al cuerpo y la búsqueda de prototipos de belleza, son los ejes de la construcción identitaria (Villareal, 2019). Se instala así la imagen del ser joven eternamente, con fuerte rechazo a la vejez y a la muerte. Además, hay una necesidad de ser comprendidos, aceptados, reconocidos, complacer, seducir, a veces pagando consecuencias altas (Lipovetsky, 1983; Guillen, 2006).

A partir de las ideas de Taylor (1996; 2006) y Guitart (2010), se entiende a la identidad como un discurso narrativo social, que se vincula a un concepto psicológico que permite la comprensión del sujeto en relación a sí mismo. Es decir, una definición implícita que luego se construiría permanentemente desde inicios de la adolescencia hasta la adultez. Asimismo, señala que es importante que permanezca estable en el tiempo, ya que sin una identidad perdurable puede conllevar a que el sujeto entre en crisis. Entender la identidad como algo meramente singular, original es cuestionable según este autor, porque explica que para que la identidad se corresponda como propia del sujeto, primero debe ser aprobada por el contexto (Vygotsky, 1979). El sentido de pertenencia es un constructo que alude a la reafirmación de otro en la ateniente a la propia identidad, y que da cuenta de cómo el contexto social valida aspectos de la misma (Tajfel, 1981; Olvera, 2006; Morduchowicz, 2008). De manera similar, Mead (1967), menciona la importancia en la sensación de continuidad del sujeto en el tiempo y espacio, en la cual la construcción identitaria es de carácter social, donde la influencia de los otros en el desarrollo y control del sí mismo es el eje principal de análisis.

En línea con lo expuesto anteriormente, Madrid (2019) buscó descifrar el papel que cumple Instagram, en el proceso de construcción de identidades como contexto virtual. Y en este sentido, logra postular que el sistema posmoderno capitalista promueve un estilo de vida vinculado a los mercados, es decir, a la inmediatez y a la productividad eficiente que incentiva a una manera de ser y actuar rápida, individualista y esencialmente extrovertida por medio de la imagen. Para el autor, el uso de la red social Instagram recrea, esparce subjetividades y construye necesidades inventadas instalando así, la lógica de este sistema (Mena, 2018). Señala a su vez que, por parte de los sujetos, hay una constante recreación de identidades, que las mismas estarán sujetas a la mirada de los otros (Gergen, 1985; Arango et al., 2015; Cooley, 2020).

A partir de los resultados expuestos con anterioridad, el presente estudio se propone a dar a conocer cómo se desarrolla la construcción de la identidad

en adolescentes que hagan uso de la red social Instagram. En pos de suplir la falta o carencia de antecedentes acerca de la temática en nuestra región, este estudio se dispone, a través de la exploración del uso de la red social, identificar unidades de significado con el fin de lograr comprender exhaustivamente los procesos de desarrollo de la identidad en adolescentes postmodernas. Además de esto, se busca actualizar las fronteras de conocimiento profesional en torno a la experiencia de ser adolescente y construirse como tal.

Método

Diseño: El estudio es descriptivo e interpretativo, transversal, con un enfoque cualitativo. Su diseño es de teoría fundamentada mixta, es decir, que el procedimiento de análisis de datos es dos, por un lado, el sistemático y por otro, el emergente. Así también se trabaja con la experiencia hermenéutica, todo este proceso es llevado a cabo de manera inductiva (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Participantes: En lo que respecta a la población, se ha decidido trabajar sobre el universo de individuos adolescentes del Gran Buenos Aires. Se elige de manera intencional unidades de significado hasta la saturación de las mismas. La muestra final está compuesta por un N=10 adolescentes cisgénero de sexo femenino su identidad de género percibida corresponde a mujer, y su expresión de género en la red es femenino. Tienen 18 años de edad, todas ellas residentes del Gran Buenos Aires, Zona Sur. En pos de evitar contaminación de resultados o sesgos en el análisis de datos, se decidió excluir del estudio a todas aquellas personas que no participen con el consentimiento informado.

Instrumentos: Entrevistas semidirigidas / personalizadas por Internet. Las preguntas están orientadas en el área de interés de la presente investigación, acorde a un criterio lógico de menor exigencia emocional, a otras de mayor exigencia psicológica y reflexiva. La selección de preguntas se realiza de acuerdo con distintas clasificaciones, es decir, generales, de contraste, estructura, ejemplificadoras, de opinión, sensitivas y de conocimientos así también, se utiliza no solo la entrevista sino la observación, permitiendo el control sobre temas para incluir y excluir mediante las mismas preguntas (Sampieri, 2018).

Participación. Escucha activa, focalizando la atención en detalles, en la narrativa, participando de manera activa en la actividad, pero sin dejar de ser observadora. El registro observacional implica tener las habilidades para descifrar y comprender conductas verbales y no verbales de manera flexible y reflexiva como lo sugiere el autor anteriormente mencionado.

Bitácora. Registro de forma sistemática y cronológica datos, sucesos, sensaciones, ideas o cualquier información de interés para el análisis y luego el aseguro de un correcto empleo de categorías como lo indica el autor.

Datos sociodemográficos. Se indaga por el nombre, edad, nacionalidad, identidad de género percibida, expresión de género en la red, zona de residencia y estudios de las encuestadas.

Procedimiento: Bajo consentimiento informado, se administró un instrumento de elaboración propia que consistió en la realización de entrevistas semiestructuradas, como también se utilizó una bitácora personal. En la misma se registraron observaciones, impresiones no solo de las entrevistas, sino además

del proceso de la investigación. Debido a la situación de pandemia en nuestro país, a consecuencia del COVID-19, se decidió utilizar dos herramientas. Las mismas fueron Skype y Zoom que permitieron grabar las entrevistas, respetando el distanciamiento social preventivo y obligatorio decretado por el gobierno de la Nación. Las mismas fueron audio-grabadas, para luego así transcribirlas, dar comienzo con el análisis y la triangulación de datos. Finalmente, se dio una respuesta al planteamiento del problema que concierne la presente investigación.

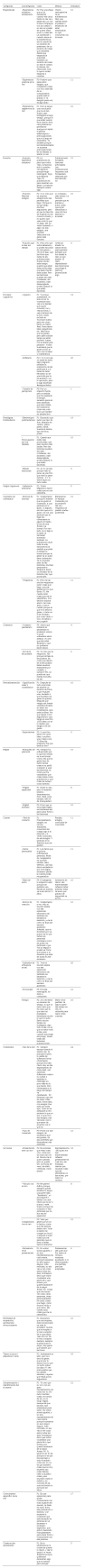
En lo que respecta a la narrativa de los participantes, se presentan unidades de análisis, es decir categorías y a posterior la codificación. El proceso de codificación consiste en la creación de categorías emergentes, es decir, que surge a partir del dato, como también así, se crearon los memos con el fin de triangular los mismos. El proceso de codificación abierta permite identificar experiencias, conceptos en unidades, para luego categorizarlas, codificarlas, y agruparlas conformando patrones que luego permitan interpretar los datos Todo el proceso de análisis se lleva a cabo con el programa de análisis de datos cualitativos conocido como Atlas.ti7

Resultados

Como se puede ver a continuación, se presenta en la tabla 1 los principales resultados obtenidos compuestos por categorías con sus subcategorías que las componen, acompañados de una cita que represente el establecimiento de regularidades en el discurso de las entrevistadas. A su vez en la tabla se encuentran memos, que representan los esbozos conceptuales que se encuentran en la empiria. Finalmente se encuentra la densidad de cada subcategoría dando cuenta de la cantidad de citas asociadas.

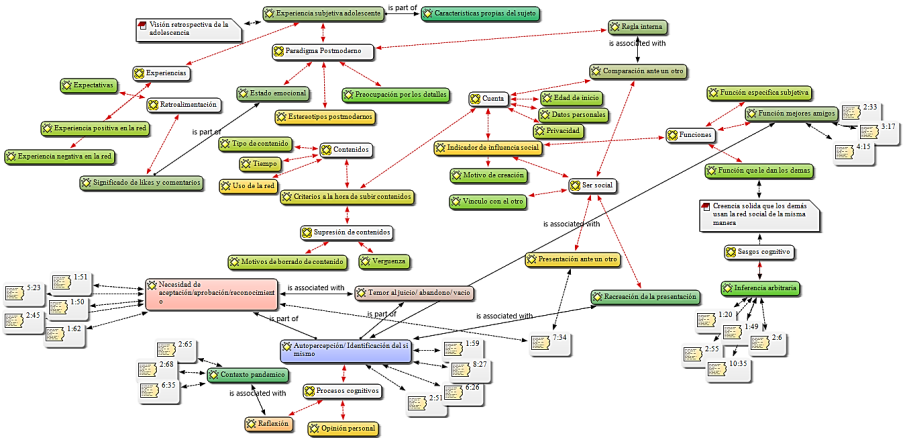
Tabla 1

Familias, códigos emergentes, citas, memos y densidad



Red semántica

En el presente grafico se observa un mapa conceptual realizado con el programa Atlas. Ti7, el mismo contiene una distribución de familias con sus subcategorías, memos y a modo de ejemplo algunas citas.



Relaciones entre familias, subcategorías, memos y citas (Figura 1)

Discusión

Los datos obtenidos para cumplir el primer objetivo, demuestran que las adolescentes perciben una identidad de género que corresponde a "mujer" y su identidad de género expresada en la red fue "femenina". Así también, los datos señalan que la cuenta es privada y que la utilizan como un blog personal, donde comparten con su red de amigos y conocidos, sus intereses, fotos y videos. Las usuarias llegan a la red por influencia social, que corresponde con el motivo de creación. Es decir, que la llegada a la red fue a partir de otro cercano que la tenía, y el hecho de no pertenecer a esa red genera un sentimiento negativo. Lo mencionado, corresponde a lo señalado por Bruner (2003), el hecho de que el ser humano es un ser social que emerge de un contexto y crea significados a partir de la narración. La vía de construcción biológica permite que los sujetos se desarrollen ontogénicamente, mientras que el estudio de la línea cultural posibilita explicar los comportamientos de las participantes en cuestión.

En relación con la función que les dan a las historias, las participantes suben contenidos espontáneos del día a día. Mientras que, en las publicaciones, los contenidos escogidos suelen ser momentos, amigos, autorretratos, donde la principal característica es el fuerte trabajo en la imagen. Se busca que el contenido sea cuidado, formal, interesante a través del uso de filtros, aplicaciones que mejoran la calidad y el contenido de la imagen, sonidos musicales, stickers, y notas de pie. El contexto de la postmodernidad promueve la individualidad y lo inédito, donde se prevalece fuertemente el culto al cuerpo, cuidando su apariencia, su salud, y donde además se busca prototipos de belleza que sean aceptados socialmente (Müller, 1997; Morduchowicz, 2012). La mayor preocupación, es la posibilidad de existencia de error en cuanto a lo que contienen sus perfiles; porque temen quedar ridiculizadas, y que el contenido sea juzgado por parte de los demás usuarios. Predomina una fuerte necesidad de ser comprendidas, aceptadas, reconocidas, complaciendo y seduciendo a la red

(Lipovetsky, 1983; Morduchowicz, 2008), pero también buscando valoración personal en el entorno, acción muy común en las personas, pero principalmente en los y las adolescentes. Estos mecanismos relacionales muestran acciones que se dirigen a ser aprobados por el entorno y a privilegiar el deseo de los otros, pero con la expectativa de valoración personal (Ceberio, 2013; 2015).

Un dato no menor, es que hay una creencia sólida y arbitraria de que los demás adolescentes utilizan las funciones de Instagram de la misma manera. Así mismo, la mayor parte del tiempo transcurrido en la red, las participantes se encuentran mirando otros perfiles y no le dedican demasiado tiempo al suyo. Lo mencionado, podría sugerir que hay regularidades captadas en la red que se aprenden a partir de un semejante y se internalizan, convirtiéndose en propias (Vygotsky, 1979). No obstante, esta fuerte creencia, donde todas las participantes utilizan la función historia y publicación de la misma manera, confirmaría un saber implícito, debido a que no hay ninguna política de la red que lo confirme. A su vez, también, es explícito, porque sea en historia o publicación se identifica esta modalidad de uso.

Los datos reportados, sugieren la existencia de reglas consensuadas por los mismos usuarios. Hay una idea de que la regla es interna, cuando la evidencia demuestra que, en realidad, es externa y que luego mediante el proceso de internalización se apropia (Vygotsky, 1979). En este sentido se comprueba lo mencionado por Arango et al., (2015), los adolescentes tienden a mostrar confianza y sobrevaloración a lo que circula en la red, replicándolo y con la ingenuidad de que es así como debe ser.

Continuando con el reporte de los objetivos específicos, el segundo se orientó a identificar unidades de significado que hacen a la construcción de la identidad. En primer lugar, los datos señalan que las participantes suben contenidos que saben que van a ser retroalimentados positivamente con likes y comentarios. Cuando se les indagó acerca de criterios a la hora de subir contenidos, las mismas no hacen referencia. Sin embargo, necesitan consultar previamente a un círculo cercano y de confianza el contenido seleccionado, previo a compartirlo. Si el mismo es bien sugerido, las participantes se muestran más seguras compartiendo con otros, esperando rápidamente la lluvia de likes y comentarios. Por lo tanto, si la publicación tuvo una buena performance, se sienten aliviadas, felices, con sensación de gustar a otro, encontrando sentido a lo compartido. Esto implica la búsqueda de resultados rápidos e inmediatos para aumentar el bienestar propio (Müller, 1997; Bauman, 2000). Todas estas actitudes se enmarcan en un contexto exitista que ve a la vulnerabilidad como un síntoma de debilidad, por lo tanto, el ser exitosa, aceptada, valorada son condiciones de fortaleza para estos patrones sociales (Ceberio, 2021)

Lo antedicho, marca lo que hay por detrás de ese compartir; por un lado; el tiempo destinado a preparar el contenido, que en su mayoría son autorretratos, donde la imagen del sí mismo es la presentación, en la cual ésta es el núcleo, portador de sentido, y contribuye a la formación de un yo digital, constituyente de una marca digital. En este sentido, el impacto de los medios de comunicación y el avance tecnológico conduce a que se expandan las posibilidades de identificación diluyendo así la identidad (Madrid, 2019).

Por otra parte, los resultados denotan como la noción del otro, semejante, interpela constantemente en la construcción de la identidad. Cuando se analiza la narrativa se hace presente todo el tiempo el otro, y además existe la tendencia

de comparar, sobre todo, cuando sienten que alguna conducta que cometen no es valorada positivamente. El sentir que hay un otro o varios que la cometen, conlleva a que se justifiquen (Vygotsky, 1979; Bruner, 2003).

En cuanto a su autopercepción de sí, sus perfiles las identifican, los datos demuestran que, sí se identifican, reconocen ser ellas, pero no en su totalidad. En primer lugar, porque confiesan no mostrar lo que verdaderamente son, por temor a ser juzgadas, demostrando vergüenza y sentimientos negativos de lo que los demás pueden decir de sus gustos, intereses, y actividades. Es así que, si los contenidos reciben pocos likes y comentarios que no cumplen con sus expectativas, borran automáticamente el contenido. Una vez más, se hace eco la búsqueda inmediata de satisfacción de acuerdo con las necesidades puramente individuales, donde la originalidad queda desplazada (Taylor, 1996; 2006; Bauman, 2000).

Un dato a destacarse, con relación a lo antedicho, es la vergüenza que sienten de su pasado, su niñez. Las mismas presentan sentimientos de inadecuación, por aquello que solían hacer y subir a la red en sus comienzos. Producto de no haber incorporado, debido a su corta edad, las lógicas del sistema postmoderno capitalista (Madrid, 2019; Bauman, 2000). Esta es una característica de Instagram, ya que da la posibilidad de modificar a gusto el perfil permitiendo borrar o archivar contenidos, dando lugar a que reelaboren el pasado, rediseñándolo en un pasado más reciente (Madrid, 2019).

Retomando las funciones, dentro de las historias hay una función de mejores amigos, lo que permite escoger a un grupo selecto de personas que pueden ver ese contenido. Los resultados denotan que se animan a compartir lo que sí las identifica cuando utilizan esa función con los amigos más cercanos. El tener grupos de pertenencia, implica que las adolescentes se sientan aceptadas y reconocidas como tales, donde no habría lugar al temor, al rechazo, o enjuiciamiento, sumado a que además se comparten lazos afectivos (Tajfel, 1981; Morduchowicz, 2008).

En el tercer objetivo analizamos el desarrollo de la identidad en relación con el uso de la red social. La identidad, como ya se ha visto, es un proceso complejo que atraviesa el ser humano a lo largo de su ciclo vital, que se gesta desde el nacimiento con un nombre, un apellido, fecha de nacimiento y lugar de residencia. Pero a su vez, dentro del desarrollo, es en la adolescencia cuando la persona empieza a construir su identidad, que va mucho más allá del nombre (Taylor, 2006). Los resultados muestran que, a la hora de su comprensión, siempre hay que empezar por el contexto, porque nos permite dar significado a los comportamientos (Bateson 1998). Es el contexto el que nos va a permitir comprender diferencias entre ellos, por otras culturas, como así por momentos históricos (Vygotsky, 1979; Morduchowicz, 2012). Esto posibilita analizar que la muestra sólo está dando cuenta de lo que sucede en el Gran Buenos Aires, en este grupo en particular.

Las adolescentes, nativas digitales y postmodernas, construyen su identidad a partir de las interacciones en la red. Como lo indica Taylor (1996; 2006), pensar que la identidad es singular e inédita es debatible, porque los datos obtenidos demuestran que las mismas tienen temor a ser juzgadas por lo que verdaderamente hace a su singularidad, y optan por mostrar solo aquello que saben que va a ser bien recibido y aceptado socialmente. La necesidad de

aceptación, reconocimiento y el temor al juicio, abandono o el vacío, configuran esa construcción identitaria en las adolescentes. El hecho que la identidad tenga que ser un patrón determinado por otros, hace que las adolescentes copien esas regularidades, configurando una identidad acorde a lo aceptado en la red, donde los likes, comentarios y seguidores son la clave para observar el consenso de usuarios que avala un contenido en particular. El tiempo que pasan mirando la red, hace que capten esas regularidades y que se recreen constantemente, a consecuencia de la pluralidad (Madrid, 2019).

La identidad, como señala Bruner (2003) y Taylor (2006), es un discurso narrativo social y en este sentido Instagram a partir de la publicación de diferentes modalidades de contenidos, en su mayoría autorretratos, ha creado nuevas formas de narrar, que cuentan historias de manera digital y por, sobre todo, lo que anhelan ser.

Lo interesante y significativo de la muestra, es que las mismas a partir de las entrevistas, pudieron darse cuenta de que acallan su singularidad y su autenticidad, muchas veces por temor y vergüenza de no ser aceptadas. Y como lo indica Taylor (1996; 2006), para que se corresponda como propia, se debe poder reconocer esa singularidad. Si las participantes pudieron reconocer que no se identifican en su totalidad, es muy probable que la construcción de la identidad con relación a la red social pertenezca solo en el mundo digital y quizá no sea generalizable en otros contextos por fuera de la red. Lo mencionado, será sugerido para futuras investigaciones.

Las limitaciones que conciernen a la presente, a modo de reflexión, se pueden sintetizar en primer lugar, en no contar con una muestra del sexo masculino. A la hora de buscar participantes voluntarios, no han querido participar en entrevistas virtuales con cámara encendida. Es así como no cumplían con el consentimiento informado, ya que era un requisito que las entrevistas sean grabadas para su correcta transcripción y la observación por parte del investigador. Por consecuente, se ha decidido avanzar con la muestra que, si respondía a los criterios y por ser un estudio transversal, el tiempo y la situación de pandemia en el país, limitaron el buscar exhaustivamente voluntarios del sexo masculino. En segundo lugar, si bien la muestra se realizó por saturación teórica, las participantes son argentinas del Gran Buenos Aires, específicamente de Zona Sur. Esto quiere decir que, no presenta una representatividad de voces, por ejemplo, el contemplar otros géneros. Por último, se considera que la virtualidad podría haber condicionado la presente, debido a que el utilizar Zoom o Skype, por motivo del aislamiento social y preventivo, no permitió observar ampliamente a las participantes, en cuanto a lo que respecta al lenguaje no verbal. Pero, además, la misma pandemia por el COVID-19, generó emociones y sentimientos particulares en toda la población, como miedo angustia, ansiedad, entre otros (Ceberio et al 2021; Ceberio, 2021a) y sentimientos de soledad a raíz del aislamiento social (Ceberio, 2021b; Consuegra & Fernández, 2020). Si tomamos las variables del contexto que impactan sobre los resultados, éstas posiblemente han influido en los resultados.

Conclusiones

Con respecto a investigaciones futuras, se destaca la necesidad de seguir estudiando la construcción de la identidad en los adolescentes, debido a que

el contexto no es estable y perdurable en el tiempo. Además, la tecnología se encuentra en constante expansión y no caben dudas que aparecerán nuevas redes sociales que impliquen nuevas formas de interacción y por lo tanto tenga implicancias en la construcción de la identidad y en la subjetividad. El constructo de la identidad es complejo, como se ha expuesto en la presente investigación, el abordaje que se presentó es social; no obstante; hay otras miradas teóricas que resultaría significativo abordar. Se recomienda realizar investigaciones de enfoque mixto, que permitirá combinar ambas metodologías, que incluyan multiplicidad de métodos de recolección de datos, y combinación de procesamientos que permita su respectivo análisis.

Referencias

Álvaro Díaz, C. (2018). Instagram: autoconcepto y autoestima en la adolescencia. Desarrollo de la identidad personal en las nuevas realidades sociales. *PublicacionesDidácticas, 52*, 305-311. https://core.ac.uk/download/pdf/235853992.pdf

Ackerman, N. W. (1958). Toward an integrative therapy of the family. *American journal of Psychiatry, 114*(8), 727-733.

Arango, B., Vásquez, O., & Arroyave, M. (2015). Construcción de la identidad de los adolescentes usuarios de internet en el municipio de Amalfi. *Biblioteca digital, 1*, 1-117. Whttp://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/16273/1/AriasBlanca_2015_ContruccionIdentidadAdolescentes.pdf

Bateson, G. (1998). *Pasos hacia una ecología de la mente* (p. 443). Buenos Aires: Lohlé-Lumen.

Bauman, Z. (2000). *Modernidad Liquida*. Alianza Editorial.

Berger, P., & Luckmann, T. (2003). *Construcción social de la identidad*. Amorrortu.

Bruner, J. (2003). *La fábrica de historias. Derecho, literatura, vida* (1.. ed.). Fondo de Cultura Económica. https://es.scribd.com/document/349677351/Bruner-Jerome-La-Fabrica-de-Historias-Derecho-Literatura-Vida

Castells, M. (1999). *La era de la información: La sociedad red* (Vol. 1). Siglo XXI editores. http://www.economia.unam.mx/lecturas/inae3/castellsm.pdf

Ceberio, M. (2015). Guía para padres de adolescentes. *Buenos Aires: Ediciones B*.

Ceberio, M. R. (2013). *Cenicientas y patitos feos: de la desvalorización personal a la buena autoestima*. Herder.

Ceberio, M. R. (2021a). Contexto y vulnerabilidad en la crisis del covid-19: emociones y situaciones del durante e interrogantes acerca del después. *Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UCBSP, 19*(1), 90-126.

Ceberio, M. R., Cocola, F., Benedicto, M. G., Jones, G., Agostinelli, J., Videla, M. D., ... & Daverio, R. (2021). Estudio comparativo de los estados emocionales y recursos de afrontamiento en adultos argentinos durante la cuarentena por el COVID-19. *RAC: Revista Angolana de Ciências, 3*(2), 303-326.

Ceberio, M. R. (2021b). COVID-19: La muerte en soledad-aislamiento, miedo al contagio y duelo en pandemia. *Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UCBSP, 19*(2), 248-268.

Consuegra-Fernández, M., & Fernández-Trujillo, A. (2020). La soledad de los pacientes con COVID-19 al final de sus vidas. *Revista de Bioética y Derecho*, (50), 81-98.

Cooley, C. (2020). El yo espejo. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, 10*, 13-25. https://doi.org/10.5209/ciyc

Corbin, J., & Satrauss, A. (2007). *Fundamentos de la investigación cualitativa: Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada* (3.. ed.). Sage.

Creswell, J. (1994). *Diseño de investigación. Aproximaciones cualitativas y cuantitativas*. Sage.

Gergen, K. (1985). The Social Constructivist Movement in Modern Psychology. *American Psychologist, 40*(3), 266-275. https://doi.org/10.1037/0003-066X.40.3.266

Guillen, K. (2006). La juventud como mercancía a y el lugar de lo adolescente en la lógica cultural del capitalismo tardío. *Actualidades investigativas en educación, 6*(2), 1-22. https://doi.org/10.15517/aie.v6i2.9211

Guitart, M., & Nadal, J. (2010). La construcción narrativa de la identidad en un contexto educativo intercultural. *Límite. Revista interdisciplinaria de Filosofía y Psicología, 5*(21), 77-94. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=836/836137090004

Linares, J. (1996). Identidad y Narrativa. Barcelona. Edit.

Lipovetsky, G. (1983). *La era del vacío*. Anagrama.

Madrid, I. (2019). *El papel de Instagram en la configuración de nuestra identidad*. Obtenido de Contracultura:https://contracultura.cc/2019/09/11/el-papel-de-instagram-en-la-configuracion-de-nuestra-identidad/

Mead, G. (1967). *Mind, self, and society*. The University of Chicago Press.

Mejía Llano, J. [Juan Carlos Mejía Llano. Consultor y speaker de marketing y transformación digitales]. (2021, 17 marzo). *Estadísticas de las redes sociales 2020: Usuarios de Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, Twitter, Tiktok* [Blog]. https://www.juancmejia.com/. https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/

Mena, J. (2018). Las imágenes y la mirada. IC – Revista Científica de Información y Comunicación (15), 331-336.

Moreno, A., y Del Barrio, C. (2000). *La experiencia adolescente: a la búsqueda de un nuevo lugar en el mundo*. Aique.

Morduchowicz, R. (2008). *Los jóvenes y las pantallas: nuevas formas de sociabilidad*. Gedisa.

Morduchowicz, R. (2012). *Adolescentes y las redes sociales*. Fondo de Cultura Económica.

Moreno, P., Calvo, S., & Rodríguez, L. (2018). Micronarrativas en Instagram: Análisis del storytelling autobiográfico y de la proyección de identidades de los universitarios del ámbito de la Comunicación. *Revista de investigación social, 20*, 42-45. https://reunir.unir.net/handle/123456789/6360

Müller, M. (1997). *Orientar para un mundo en transformación: Jóvenes entre la educación y el trabajo*. Bonum.

Olvera, M. (2006). *Desarrollo de los adolescentes III: identidad y relaciones.* Antología de lecturas.

Onrubia, J. (1999). Enseñar: Crear zonas de desarrollo próximo. En *Construccionismo en el aula* (9.. ed., pp. 4-17). Graó. http://www.terras.edu.ar/biblioteca/3/3Ensenar-crear-zonas-de%20desarrollo.pdf

Pozo, J. (1999). *Aprendices y Maestros*. Alianza.

Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación*. **Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta**. McGraw Hill Education.

Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Herder. https://doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.596

Taylor, C. (1996). Identidad y reconocimiento. *Revista internacional de filosofía política, 7*, 10-19. http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:filopoli-1996-7-414B70DC-E97A-AF16-847BFC24A3A32058&dsID=identidad_reconocimiento.pdf

Taylor, C. (2006). *Fuentes del yo: La construcción de la identidad moderna*. Paidós.

Villarreal, M. S. (2019). *Entre el ser y el (re)presentar*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario.

Vygotsky, L. S. (1979) *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Grijalbo.

Yala, A. (1998). *Postmodernidad: preguntas, debates y perspectivas* (1.a ed.). Abya-Yala. https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1394&context=abya_yala

Notas de autor

Autor corresponsal: Natalia Ferri lic.ferrinatalia@gmail.com