

A hand holds a smartphone displaying a basketball game. The screen shows two players in orange jerseys, one with the number 17 and the name 'SCHUBERTER' on the back, and another with the number 9. Below the image is a social media post with the headline: '¡BATACAZO! ALEMANIA ELIMINÓ A ESTADOS UNIDOS Y JUGARÁ LA FINAL DEL MUNDIAL DE BÁSQUET POR PRIMERA VEZ'. The post also includes the text: 'La Selección europea se impuso 113-111 y definirá el título con Serbia'. At the bottom of the post, it says '169 Me gusta' and '¡Sorpresa en el Mundial de Básquet!... más'. The background of the phone screen is dark, and the phone is held against a dark background.

**¡BATACAZO! ALEMANIA ELIMINÓ A ESTADOS UNIDOS Y JUGARÁ LA FINAL DEL MUNDIAL DE BÁSQUET POR PRIMERA VEZ**

La Selección europea se impuso 113-111 y definirá el título con Serbia

169 Me gusta  
¡Sorpresa en el Mundial de Básquet!... más

## LA INTIMIDAD COMO ESPECTÁCULO REFLEXIONES EDUCATIVAS SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM

Por: Sebastián Restrepo Moncada  
Magda Yolima Arias Cantor

## LA INTIMIDAD COMO ESPECTÁCULO REFLEXIONES EDUCATIVAS SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM

Sebastián Restrepo Moncada<sup>1</sup>.  
Magda Yolima Arias Cantor<sup>2</sup>.

Fecha de recepción: 09/02/2023  
Fecha de aceptación: 15/05/2023

### Resumen

El presente artículo es producto de un proceso investigativo de tipo cualitativo con el objetivo de reflexionar sobre el uso de la red social como espacio de exposición de la intimidad, se realiza un análisis documental de artículos y libros relacionados con el tema, en los cuales se identifica que, en los espacios de exposición de la intimidad en la red social Instagram se genera una banalización del espectáculo que configura comportamientos encaminados a la alimentación del narcisismo y una tendencia hacia la manipulación de quienes hacen uso de esto. Además, su uso desenfrenado y casi adictiva de las prácticas de los sujetos que acceden a la red en búsqueda de la aceptación en un mundo digital, donde en la mayoría de los casos se moviliza una falsa imagen cargado de vacío y de falacias. La idea central que se sostiene es que gran parte de los usuarios que acceden a Instagram exhiben gran parte de sus intimidades, o peor aún, dejan al ojo público situaciones que hacen parte de la vida privada, teniendo como causalidad otras formas de comportamiento de la subjetividad, ante ese Yo que se reafirma con la aceptación sin límites de los demás.

---

<sup>1</sup> Licenciado en Educación Física y Deportes. Especialista en Pedagogía y Didáctica. Magíster en Educación. Docente universitario. ORCID: 0000-0001-5029-149X. E-mail: edufisica.sebastian@gmail.com

<sup>2</sup> Doctoranda desarrollo local y magister en cooperación internacional de la Universidad de Valencia, psicóloga UPTC, docente asociada programa de psicología Universidad Católica de Oriente. ORCID: 0000-0002-5931-6662. E-mail: myarias@uco.edu.co

Palabras claves: Redes sociales, Instagram, intimidad, espectáculo, educación digital.

## Abstract

This article analyzes the use of the social network as a space for intimacy, through a qualitative approach, with a documentary analysis of different articles and books allowed us to identify that the exhibition spaces of the exhibition intimacy in the social network Instagram, a trivialization of the show is generated that configures behaviors aimed at feeding narcissism and a tendency towards megalomania. In addition, the unrestrained and almost addictive action of the practices of many subjects who access the network in search of acceptance in a digital world, where in most cases a mirage full of emptiness and fallacies is mobilized. The central idea that is sustained is that a large part of the users who access Instagram reveal a large part of their intimacies, or worse still, leave situations that are part of their private life to the public eye, having other forms of behavior as a causality. subjectivity, before that Self that reaffirms itself with the unbridled acceptance of others.

Keywords: Social networks, Instagram, privacy, entertainment, digital education.

## Introducción

Las redes sociales se han posicionado como uno de los medios de comunicación fundamentales en la época contemporánea, cuyas formas de expresión varían de acuerdo con los intereses particulares de los sujetos que allí se movilizan, se muestran e interactúan, de modo que saber lo que piensa cada uno a la hora de usarlas es algo que se presenta complejo, pues esto hace parte de la privacidad de la persona, no de la intimidad, porque de lo contrario se estaría exponiendo al ojo público. Aquí se pretende manifestar que lo íntimo es aquello que se encuentra expuesto, sin embargo, las formas en cómo se entienden los conceptos de privacidad e intimidad, deben alejarse de una lógica de sinónimos, ya que ambos se movilizan por caminos diferentes.

¿De qué manera influye Instagram en la construcción de intimidad? dicho interrogante, es fundamental a la hora de conversar y dialogar en torno a lo que se está mostrando constantemente en el mundo digital, las plataformas de interacción social proponen modos de manifestación encaminados hacia el espectáculo y la exposición del sujeto, aquí la subjetividad,

la identidad y el Yo, se convierten en espectáculo, lo cual genera una especie de camuflaje en lo que se publica y se comparte a través de diversos contenidos, generando en los demás una atención permanente.

En la gran mayoría de redes sociales y en especial Instagram, puede que no se tenga claro las intenciones de su uso, las formas de interacción parecen coincidir entre ellas mismas, sin embargo, esto no quiere decir que quienes las crean no lo tengan claro. Aunque las manifestaciones en las que los usuarios se exponen han ido modificando los usos para los cuales han sido diseñadas. En estas, se pretende mostrar originalidad en cuanto a contenido se refiere, sin embargo, como expresaba Debord (2019) “Uno no inventa nada. Uno se adapta, con algunos matices en la red de los recorridos posibles. Al parecer, uno se acostumbra” (p.77). Es así que aquel contenido que se “diferencia” de los demás, se convierte en tendencia masiva donde los sujetos creadores pasan a ser casi que transmisores de lo que el otro desea ver, aunque no sea algo nuevo, pues básicamente el mundo capitalista se ha movido a través de la imperante y permanente necesidad de consumo; aquellos usuarios que movilizan masas en relación a ese contenido “original” y llamativo, fomentan en otros la búsqueda por lograr los mismos propósitos, y esto podría generar una confusión entre los comentarios y expresiones movilizadas en las redes, y aquello que se presenta en el mundo real.

Las redes sociales posibilitan una comunicación permanente e inmediata entre las personas, cuyas formas de uso pueden tener como objetivo el fomento del ocio, hasta la construcción de mundos académicos y laborales, de modo que la anulación y negación de lo sucedido se hace mucho más difícil que cuando todo se movilizaba a través de la comunicación alejada de las pantallas. Aunque lo que se pretende inicialmente, es dialogar sobre como aquellas redes que se entretienen en el espacio de lo digital, y especialmente Instagram, exponen un mundo de realización fantástica, llegando a convertir a cualquier sujeto en objeto de consumo, cuya intimidad y privacidad está siendo expuesta permanentemente en la que ya no es necesario hacerlo a través de la pantalla del cine o de la televisión, espacios a los que lograban ingresar muy pocos en otro momento de la historia, sino que por el contrario, cualquiera puede ser protagonista, narrador y personaje; diría Sabilia (2017) de miles de experiencias y vivencias consumidas en una lógica autobiográfica mediática y descontrolada a través del uso desenfrenado de los dispositivos móviles.

La comunicación se ha trasladado al espacio de la imagen, se posiciona lo visual como medio masivo, y aquí se debe tener mucho cuidado con lo que ella muestra y devela, por las afanosas y desmedidas formas de uso de la red social Instagram, muchos usuarios publican contenido sin un objetivo claro. Lo interesante es que el usuario de las redes se ha posicionado como un espectáculo del yo ante el ojo digital de millones de personas, y pese a que ese contenido podría carecer de importancia, lo poco que se estaría observando es la intimidad expuesta de los otros, aquel contenido se encuentra bajo un vacío de forma y de fondo (Lipovetsky, 2003). En otras palabras, se muestra mucho, pero dentro de ello no hay mayor cosa, aun cuando se aparente que toda vida es digna de ser admirada por ser develada al mundo.

Por consiguiente, emerge un espacio final de diálogo en perspectiva educativa y se hace una pregunta en torno a cómo la educación juega un papel fundamental en el uso de las redes sociales, teniendo como foco de atención la reflexión y comprensión que transita sobre el tipo de contenido y la consciencia a la hora de compartirlo, ¿Realmente todo debe ser publicado?, ¿de qué manera influye el uso de la red social Instagram en la construcción de intimidad?, No se trata de ir en contra de las asequibles y tentativas formas de expresión de la era digital, lo que se pretende es pensar en cómo la mediatización de la información pone a las personas ante un espectáculo que carece de sentido, plagado de imágenes que convocan a una necesidad de ser observado por el mundo sin importar los límites de la intimidad y la privacidad.

## El mundo de las redes sociales

Las redes sociales se han convertido en un escenario de alta relevancia en el espacio social, esto es producto de las amplias formas de manifestación y de la facilidad de uso, dado que todo el entramado en cuanto a contenidos y accesos se refiere, abarca una gran relación de necesidades sociales. En este espacio de interacción virtual, celebridades y personajes considerados influyentes, movilizan masas con relación a sus diversas y/o particulares características, plasman de manera frecuente y casi que cronológicamente publicaciones que dejan en evidencia sus “sorprendentes” experiencias y vivencias. A grandes rasgos, el mundo de las redes se encuentra saturado de contenido, producto del azar o pensados de manera algorítmica por el espacio cibernético, muestran lo que la persona constantemente busca, e

incluso piensa, de modo que la atracción adictiva crea relaciones íntimas entre el ojo y la pantalla (Sibilia, 2013).

Dicha situación contribuye a la ampliación y exploración de contenidos, aquí se podría hacer uso del término digital *algoritmo*, que según Harari (2016) se utiliza, por lo menos en la actualidad, como aquel entramado cifrado por una infinidad de códigos binarios y sistemáticos, creando una relación entre las diferentes características y especificidades que un sujeto aborda en el espacio digital; pese a que se busquen situaciones con objetivos comunes, las conexiones serán especiales para cada uno, y ese caótico e interminable proceso de conexión de datos, el *big data*, termina por plasmar en el usuario lo que está pensando.

## El amplio mundo de las redes sociales

Existe una gran variedad de redes sociales como se mencionó anteriormente, cada una tiene sus particularidades con relación a sus intenciones y fines. Solo por nombrar algunas de ellas, están: Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, TikTok, YouTube; estas, según Kemp (2020), son las que más usuarios tienen debido al alto impacto y fácil acceso, además por la variedad en relación con los contenidos y formas de interacción.

El uso de las redes se ha convertido en una pieza clave para gran cantidad de empresas, academias y entretenimiento, resaltando que gracias a estas se les ha hecho posible a personas con múltiples talentos, ser observados por millones de usuarios, logrando así ampliar aquello que lo hace particular, teniendo además la oportunidad de ingresar en el espacio de la fama y las formas de calcular su “status” es principalmente la cantidad de seguidores, comentarios, visitas y registros de aceptación o no por medio del famoso me gusta (Manovich, 2006).

A la hora de hacer uso de la red social Instagram, ella deja plasmado dentro de sus funciones, la limitación de contenido y las formas en como se puede socializar con los demás. Muchas de las actividades que en instagram se realizan, inicialmente están fundamentadas y pensadas desde la lógica de lo privado y lo íntimo, es decir compartir contenido para una cantidad limitada de personas, o por el contrario develarse a los demás. Por ejemplo, esta la herramienta de bandeja de mensajes, cuya relación se establece de una manera individual entre

sujetos que desean comunicarse para una situación o fin específico. Allí lo privado se entiende como una conversación común entre dos personas, el comunicador y el receptor.

Otra más de las funcionalidades de Instagram son las historias. Allí los usuarios comparten un determinado contenido por un tiempo no superior a las 24 horas en modo de video, imagen, iconografía o texto. El usuario decide dentro de lo que le provee la red, si quiere que le comenten, le den like (corazón) a dicho contenido, o si básicamente solo quiere ser observado, evitando cualquier interacción más que la de saber que ha sido observado. Estas historias se pueden compartir a otras personas, pero solamente desde la función de mensajería, cuyo contenido solo se reserva para el usuario que envía y el usuario que lo comparte.

Sin embargo, cuando el usuario considera que sus historias son dignas de ser guardadas y conservadas, Instagram da la posibilidad de volverla una historia destacada, cuya visualización aparece en una de las partes de la red social, para que así el dueño de la red sepa que ese contenido estará disponible para los usuarios que tenga en su Instagram o si lo designa como contenido abierto, todo público que acceda a la red podrá observarlo.

Existe una situación interesante sobre lo que se entiende por público y privado lo cual será abordada más adelante con mayor comprensión. Instagram da la posibilidad de que el usuario haga público todo su contenido, desde las historias, las publicaciones, los *reels* (videos cortos no superiores a 15 segundos, en los que se hace uso casi siempre acompañado de música o tendencias de moda) y los videos en vivo. Es decir que no se requiere de un permiso por parte del usuario para ser observado por otros. El espacio de interacción digital esta disponible para que sea interactuado por cualquier persona que haga uso de Instagram, en mayor medida los usuarios que tienen gran cantidad de seguidores como lo son personajes famosos, youtubers, instagramers, influencers entre otros, son quienes acceden a estas funciones públicas. Por otra parte, existe la posibilidad de restringir el acceso de los demás, se presentan opciones como volver privado el perfil. Los demás usuarios deben enviar una invitación y esperar que esta decida si lo acepta o no, permitiendo que se pueda interactuar y revisar los contenidos de la

persona. También, el usuario decide quien o quienes pueden ver o no sus historias por medio de la función de bloqueo o restricción de datos e información<sup>3</sup> (Manovich, 2020).

Otra función más de la que dispone Instagram, es el uso de las transmisiones en vivo, Allí un usuario o varios, pueden mostrarles a sus seguidores o a todos los que deseen acceder a su perfil una situación específica. Dicha opción ha tomado mucha fuerza durante el tiempo de confinamiento por la COVID-19. Múltiples usuarios, en especial los famosos, se dedicaron a interactuar entre si, para abordar un tema en particular, o simplemente como un espacio de conversación en el que millones de personas podían interactuar a través de comentarios.

Finalmente, se tiene la función más llamativa de Instagram, las publicaciones. Por medio de la herramienta los usuarios pueden plasmar de manera si se quiere perenne, imágenes, videos o textos plasmados en un estado. Los usuarios empiezan a generar un tipo de identidad dejándoles la posibilidad de imaginar y mostrarle a los demás, contenido enfocado a determinadas especificidades. En las publicaciones se puede asignar por medio de un uso “privado”, las formas en las que los demás pueden interactuar en ellas. Instagram da la opción de que las publicaciones puedan o no ser comentadas por otros, así como también darle me gusta a través de un icono en forma de corazón, compartirles la publicación a otras personas, o colocarla en el estado de su propio perfil.

## Lo privado y lo público en Instagram

Antes de abordar los conceptos de privacidad e intimidad en Instagram, es necesario diferenciar que se entiende por estos dos, dado que en la cotidianidad se usan para el mismo fin, y se considera en muchos casos que uno es sinónimo del otro. El concepto de privacidad es comúnmente utilizado para definir aquellas manifestaciones, expresiones y situaciones del ser humano que se configuran dentro de la lógica de lo reservado, guardado, escondido, secreto o limitado, sin embargo, es necesario reconocer un poco más su aplicación dentro de las relaciones sociales y su contraparte de lo público; para entender el concepto se hace uso de la perspectiva en Arendt (2021), en el que ella manifiesta inicialmente que no es posible hablar

---

<sup>3</sup> Cabe mencionar, que hay usuarios que les interesa más el ser observado que observar, por eso la cantidad de gente que los sigue, es superior a los seguidos. O, por el contrario, les interesa más seguir y observar el contenido de otra persona, que tener seguidores que puedan interactuar y observar el contenido plasmado en el perfil.

de lo privado sin reconocer el contexto y finalidad de lo público, entendiendo este último como que aquello que esta determinado a partir de la relación con los demás, es decir el espacio de aparición en la que un sujeto al tomar decisiones, esta supeditado a las afectaciones que puedan sufrir los demás; por otra parte cuando se habla de lo privado, es inicialmente estar en el espacio del hogar, de la familia, allí se construía un terreno donde las personas vivían juntas llevadas por deseos y necesidades, cuestión de la que el capitalismo y el posicionamiento de la industrialización llevo a generar mayores arraigos de consumo y generación de necesidades, situación que además ha contribuido a la creación de sociedad de trabajadoras y colectivos que perseguían intereses en común, ella ha llamado como la condición *el auge de lo social*.<sup>4</sup>

No se pretende en el texto hacer profundidad conceptual frente a lo que se entiende por privado desde la concepción de Arendt, esta perspectiva es simplemente para situar y entender el transfondo conceptual y teórico del término. Retomando la idea principal, en el espacio de lo privado los seres humanos tienen la capacidad de tomar control de sí mismos, deseando aquello que puede salir para los demás, o por el contrario limitarse a lo personal; de acuerdo a Thompson (2011) la privacidad “Es la capacidad de controlar las revelaciones sobre uno mismo, y de controlar cómo y hasta qué punto éstas pueden comunicarse a los demás” (p.30), por consiguiente, a la hora de abordar el término de lo privado y trasladarlo al espacio de la red social Instagram, es reconocer lo que esta puesto allí para que la persona se lo debele a los demás, o por el contrario para que esta pueda tomar posesión de lo que considera debería estar oculto y logre controlarse de tal modo que dicha situación sea reservada en algo personal, o para un grupo limitado.

Cuando se aborda la noción de lo privado y lo público en Instagram, hay que tener presente las funcionalidades de la red, las cuales han sido mencionadas anteriormente. A la hora de empezar a fundamentar y construir una identidad o de manera más amplia subjetividades, no es posible hacerla sin relacionarse con los demás, la interacción que se lleva a cabo permanentemente con el otro, contribuye a la identificación de un sinfín de gustos, creencias y preferencias. Las redes sociales han hecho posible que el desarrollo y exploración de las personas pueda ser dado sin entrar en contacto personal con los demás. La observación por medio de la pantalla ha generado un enlace directo con aquello en lo que la persona se

<sup>4</sup> Para mayor profundidad, abordar a Arendt en su texto *La condición humana*. pp,61-70.

identifica, teniendo consigo una cantidad desbordante de contenido que llega a través de videos, imágenes, medios iconográficos y otros (Ruiz, 2021).

Por consiguiente, a la hora de usar Instagram, el usuario puede hacer uso de las funciones privadas de la red social, establecer un límite de contacto para relacionarse con los demás. Generar contenido que se inscriba en la lógica de lo privado, limitar la comunicación y lo que desea mostrarle a esa *retina digital*<sup>5</sup>, a todos los usuarios deseosos de adentrarse en las experiencias del otro, de consumir intimidades. Si bien esto sucede en una pequeña parte de usuarios, en otros hay por el contrario una manifestación de exposición recurrente del yo (Sibilia, 2017). Esto se hace básicamente para ser observados. Hoy Instagram empieza a posibilitar la reducción de lo privado, potencializa el panóptico de la vigilancia de modo tal que la red pueda acceder a gran cantidad de información resultante de sus usos por parte de los usuarios (Whitaker, 1999).

Finalmente, cuando se habla de lo privado en Instagram, se debe reconocer inicialmente las formas y modos de exposición presentados para los demás. Hacer uso de las funcionalidades que permite la red para limitar contenido es entender que aún en un espacio que busca la exposición desde múltiples manifestaciones, se puede condicionar algunos usos que terminarían generando mayor seguridad y control a la hora de acercarse a ella, teniendo presente la educación digital como la posibilidad de conocer, indagar y tomar postura a la hora de ser usada (Lanier, 2018).

Para ampliar el concepto de lo íntimo y lo común en Instagram, se inicia con el concepto de intimidad, el cual ha sido usado en las redes sociales como material de consumo, cada vez las personas buscan exponer gran parte de sus intimidades para generar más atención, revelarse ante el mundo por medio de un dispositivo móvil, donde se lleva a cabo el juego de moda, cuya reproducción es tan visible que por momentos se considera que dicha situación hace parte de un libreto diseñado a la medida del usuario (Sarlo, 2018).

El propósito del capitalismo llevado a la imagen, en términos de Debord (2018) es que “Allí donde el mundo real se transforma en simples imágenes, las simples imágenes se convierten en seres reales, en motivaciones eficientes de un comportamiento hipnótico”(p.18).

---

<sup>5</sup> Desde la concepción de Chul-Han el concepto significa la transformación del mundo en una pantalla de imagen y control llevada a la mediatización de los medios de comunicación y espacio de las redes sociales y material cibernético.

Las redes sociales expanden sus productos de venta bajo ciertas ideas, y las intimidades de los usuarios se han vuelto motivaciones que generan una tendencia hacia el acercamiento de los grandes personajes que se ubican y transitan de manera perenne en el espacio de la pantalla.

Para comprender el concepto de intimidad y diferenciarlo de la privacidad, es necesario entender inicialmente que se habla de intimidad cuando esta se encuentra expuesta, cuando esta arruinada y no es posible devolverla al terreno de lo privado. Allí donde todo es íntimo, termina por ser privado, pero no es posible que lo privado pueda ser íntimo (Pardo, 2011), debido a que no se puede hablar de la intimidad como el espacio recóndito, como esas situaciones de resguardo, por el contrario la intimidad existe precisamente porque esta se devela a los demás, es decir a la comunidad, es una forma de comunicación pactada por los seres humanos, con la vaga pretensión de esconder aquello que no deseo sepan de mi, sin embargo, la intimidad emerge cuando esta se expone, cuando esta fuera de sí.

En un sentido más profundo y sin entrar en detalles, el autor (Miller, 2010) hace uso del término *Extimidad* creado por el psicoanalista francés Lacan, para referirse a la relación que tiene el psicoanalista con el paciente. Lo éxtimo es lo íntimo llevado lo más afuera posible, el paciente necesita manifestar situaciones complejas de su vida y llevarlas al exterior para que el psicoanalista pueda conocer a mayor profundidad lo que se sucede con esa persona. Sin embargo, al exponer su intimidad no quiere decir que esta se pierda, simplemente es una forma de comunicar una situación en particular. Ahora bien, es necesario preguntarse a la naturaleza investigativa ¿Existe una pérdida de la intimidad en Instagram?

Para profundizar un poco más en el concepto de intimidad y entender un poco sus lógicas frente a la diferencia con la privacidad, a continuación se abordarán las falacias de lo íntimo desde la perspectiva de José Luis Pardo, en una de sus más amplias y retadoras obras, que tiene por título precisamente *La intimidad*, en el cual se hará un intento por hacer la relación sobre lo que le sucede en Instagram.

## **Falacia de la intimidad o falacia de la privacidad**

La intimidad se arruina cuando esta se concibe como un espacio del derecho público, en el que las personas consideran que lo íntimo es una propiedad privada, cuando no es más que



ese lugar de enunciación en el que siempre se encuentran los sujetos conociéndose ante el mundo. Es decir, lo íntimo es la manifestación del derecho privado, el cual emerge por el derecho público consolidado y estructurado desde lo legal desde el espacio de los derechos humanos. La intimidad no es una propiedad privada, pues de lo contrario los sujetos tendrían la posibilidad de esconderse de las miradas y acercamiento de los demás, alejándose de la hambrienta y necesitada vida pública, situación que sí sucede con lo privado.

Instagram ha consumido de manera constante la intimidad de gran parte de sus usuarios, los juegos de moda y las manifestaciones de relaciones que se viralizan a través de esos excesos desenfrenados de la mediatización, han enrutado unas expresiones casi que sin fundamentación, no son más que reproducciones momentáneas para generar mayor visibilidad y disfrutar del voyeurismo puesto en el espacio digital. El ocio es la materia prima de Instagram, constantemente los usuarios exponen sus intimidades, y dejan claro que no hay límites para conseguir mayor atención. Hoy en el terreno de lo digital ganan gran protagonismo las personas que constantemente construyen una identidad producto del afán de ser observado. Frente a esto Chul Han, (2017) expresa lo siguiente:

“El mundo digitalizado es un mundo que, por así decirlo, los hombres han sobrehilado con su propia retina. Este mundo humanamente *interconectado* conduce a estar continuamente mirándose a sí mismo. Cuanto más densa se teje la red, tanto más radicalmente se escuda el mundo frente a lo otro y lo de fuera. La retina digital transforma el mundo en una pantalla de imagen y control. En este espacio autoerótico de visión, en esta *interioridad digital*, no es posible ningún *asombro*. Los hombres ya solo encuentro agrado en sí mismos” (p.43).

Así pues, el considerar la intimidad como aquel espacio reservado y recóndito, termina siendo una interpretación errónea, si bien está le pertenece a la persona, no es producto suyo, es producto de los demás para ser usadas a conveniencia, y en Instagram es materia de consumo que adquiere un amplio centro de atención por sus particulares y diversidad formas de expresión.

## Falacia de la intimidad o falacia de la limpieza étnica o de la inefabilidad

Pardo (1996) sostiene que la intimidad no puede confundirse con una noción de lo inexpresable, dado que sería muy compleja la relación con las demás personas. La identidad

profunda termina excluyendo a las otras, llevando consigo una comunicación sin sentido, la no posibilidad de construir de manera más amena ese Yo que se construye en la mediación y relación con el mundo. La intimidad no puede estar supeditada al espacio de lo más interior, de lo contrario no se podría sacarla a lo externo, convertirla en algo público. Además, el mismo autor, manifiesta que la intimidad termina ubicándose en el espacio del lenguaje, tanto que existen manifestaciones íntimas sobre lo que se establece como implícito y explícito.

Si la intimidad hace parte del espacio recóndito del ser humano, pues no es posible referirnos a este concepto desde el espacio de Instagram. A medida que las redes sociales van ganando mayor terreno, la intimidad ha hecho posible que múltiples manifestaciones puedan ser llevadas desde diferentes herramientas. Por ejemplo, se hace uso constante de la imagen como medio de expresión, aparecen videos y fotografías en casi la gran mayoría de perfiles de usuarios. Allí el usuario ha logrado a partir de los modos de uso de la red, que se puedan exponer múltiples formas de la intimidad. Aparece un lenguaje en gran medida implícito, el cual debe ser extraído por quien observa dichas publicaciones. Más allá de que el sujeto muestre y exponga múltiples situaciones y experiencias de su vida, el usuario que consume el perfil, necesita juzgar y generar bajo sus propios aprendizajes, lo que allí está plasmado (Sibilia, 2017).

## Falacia de la intimidad o falacia del solipsismo

Finalmente, Pardo enuncia como última situación errónea frente a lo que se concibe como intimidad, la relación de ésta con el solipsismo. La intimidad no puede ubicarse en el espacio de la más profunda soledad y ocultamiento, si esto sucediese sería muy complejo expresar y construir una personalidad, dado que al exponer y develar esas situaciones “secretas”, tendría como consecuencia la pérdida de la *riqueza personal*, llevando así a un gasto de aquellos ahorros de lo que ha estado guardado en lo más secreto de mi ser, situación que dejaría al ser humano comprometido con el vacío ante la construcción de su propia identidad (Ruiz, 2021).

La intimidad no puede ser totalmente oculta y recóndita de lo contrario si lo llevamos nuevamente al espacio digital ubicándonos en Instagram, precisamente lo que a la red le favorece, es la interacción de sus usuarios a partir del consumo de intimidades. Sibilia (2017),

manifiesta que el introducirse y navegar sobre la era digital, lleva consigo una fuerte carga de uso de la intimidad; las diferentes personas que transitan por estos medios, requieren de algo que les permita trazar su atención en lo que muchos sujetos proponen como formas de expresión y comunicación, y allí aparece la intimidad como objeto de consumo latente.

## Las intimidades en Instagram

El autor Francesc Torralba en su texto *La intimidad* presenta varias formas de la misma. Cada una de ellas tiene relación con el concepto de intimidad establecido dentro del espacio de la red social Instagram, se usó algunas de ellas para ubicarlas dentro de la comprensión del ejercicio investigativo.

## Intimidad corporal

Para Francesc Torralba el cuerpo no puede ser una realidad que se paraliza ni tampoco es un objeto del cual se puede disfrutar en propiedad; es un elemento que permite que se pueda realizar el proyecto personal de la identidad y la subjetividad. Ese cuerpo habitado permite que nos podamos mover, manifestar diversas emociones y sentimientos. Sin embargo, las formas en cómo se concibe que debiera expresarse, usar y mostrar el cuerpo varía de acuerdo a pensamientos, culturas, sociedades, religiones, políticas, entre otras. Allí a través de las diversas ideas que se establecen desde la familia, la escuela, el vínculo social y religioso, se va construyendo un cuerpo de acuerdo a lo que constantemente se enseña y aprende. Muchas partes del cuerpo no se muestran porque se prohíben a nivel social, familiar, creencias o simplemente se desea ocultar por el temor a que sea observado alguna situación de apariencia física con lo que la persona no se siente bien. Frente a esto Torralba (2009) manifiesta lo siguiente:

“El sentido de la intimidad corporal varía según las edades y las circunstancias. En términos generales, se tiende a ocultar una zona del cuerpo que no siempre corresponde a los órganos sexuales. De hecho, en las culturas preindustriales del hemisferio sur del planeta, donde la desnudez es casi de rigor, el cuerpo se embellece con determinados adinículos que lo hacen más seductor, a la vez que tapan ciertas de sus partes” (p.54).

Instagram tiene como uno de sus más atractivos productos la exposición del cuerpo. Gran cantidad de usuarios hacen uso de sus llamativos cuerpos para generar mayor atención y visibilidad, muestran movimientos calisténicos o bailes sensuales para generar seguidores y lograr aumentar la cantidad de visibilidad, tanto que muchos de ellos celebran al obtener una cantidad específica de seguidores. Estas prácticas de exponer el cuerpo ha llevado a que se reproduzca por millones de usuarios, contenido que es consumido por niños y jóvenes, en los que pareciera no existir defecto alguno en la pantalla, donde todo es perfecto y la belleza es lo único que se permite mostrar, más allá que muchos desean mostrar otra faceta, el potencial de la red, es el uso de la estética de la imagen corpórea. “No basta con imitar la realidad, hay que buscar lo agradable y lo maravilloso” (Rincón, 2006,p.24), la imagen cargada de realización de un cuerpo perfecto que sigue y reproduce el juego de moda es tendencia, sumado a esto aparece ese cuerpo plasmado en grandes realizaciones de proyectos personales como viajes, comida, ocio, dinero, amistades importantes y sobre todo felicidad. Parece que los usuarios que se movilizan en Instagram buscan mostrar su mejor faceta, más allá de que lo que se encuentre en el trasfondo del contenido que muestra, exista otra tipo de realidad.

Por consiguiente, es importante reflexionar sobre cómo las personas aprenden a interpretar y consumir el contenido que aparece en la red social, a diferir sobre lo que esta puesto en la pantalla y lo que corresponde al mundo real. Reconocer que lo que transita en el contenido que se saca provecho a partir de las apariencias y lo que se muestra desde el cuerpo, no es más que la afanosa necesidad de ser observado y admirado, lo cual termina siendo ese personaje que se construye en la medida que los demás se lo permiten (Tarullo, 2015).

## Intimidad intangible

Se habla de este tipo de intimidad sobre aquellos deseos, experiencias, recuerdos, pensamientos, ideas, creencias, entre otras. En la intimidad no se evidencia dentro de algo tangible, esta se devela en el momento que se le expresa a los demás por medio de gestos, palabras, lenguaje no verbal, cartas, música, entre otras cosas. Esta intimidad intangible puede estar mediada tanto por lo implícito como explícito. Implícito porque las demás personas son quienes deben interpretar qué es lo que esta queriendo decir, o puede ser explícita porque se hace latente y no se debe intuir de manera muy compleja aquello que se transmite.

Cuando se hace uso de Instagram, no solamente se comunica la intimidad a través de lo corporal, sino que también aparecen mensajes que acompañan a los contenidos. El usuario puede plasmar un mensaje que manifiesta una información específica tanto en el espacio de la descripción o dentro de la misma publicación. La música se ha convertido en un gran atractivo que muestra información sobre gustos, preferencias, pensamientos o simplemente modos para ser juzgado e interpretado por los demás usuarios.

## Intimidad compartida

Las personas necesitamos del otro constantemente, pero parece ser que en Instagram se necesita más de quien no se conoce. Se comparte en ese diario *íntimo* digital, contenido abierto a todo público, ya no es necesario el ocultamiento, por el contrario se hace mejor exponerse en la pantalla, buscar siempre alimentar esa necesidad de ser observado y admirado por el ojo de los demás. Muchos usuarios ocultan su contenido en lo público alejado de la pantalla porque consideran que es algo privado, pero cuando se lleva a ella, no hay ningún tapujo frente la visibilidad que esta información puede recibir por millones de consumidores, o simplemente por aquellos perfiles que se aceptan de manera privada y personal.

## Metodología

El diseño metodológico de dicho trabajo se establece inicialmente sobre un enfoque cualitativo, a través de un estudio observacional- retrospectivo, es decir que se hace uso de datos ya recopilados que observa lo que sucede del uso de la red social Instagram relacionada con la intimidad. Se hace uso de la revisión documental para lograr el control y sistematización de toda la información registrada, en la que se accede a fuentes de libros, artículos de investigación, contenidos audiovisuales y tesis resultantes de maestría o doctorado.

Para la selección de los materiales se asignan criterios de inclusión y exclusión, estos son determinados por medio de la construcción de las siguientes categorías de análisis: espectáculo de la intimidad, uso de las redes sociales, educación digital, ser material en idioma español, desde los años 2014 en adelante. Allí se accedió el material que tenga relación directa con reflexiones en torno al uso de las redes sociales, el espectáculo en redes y el concepto de

intimidad desde diversas posturas epistemológicas (psicología, antropología, filosofía), las cuales tengan veracidad por medio de bases de datos y sellos editoriales. Se excluye todo material que no tenga una fundamentación teórica y que no haya sido sometida a una revisión por parte de un grupo especializado en el tema.

Se selecciona la información de acuerdo con interés y objeto de estudio investigativo. Se hace uso de bases de datos investigativas confiables como Google Académico, Redalyc, Dialnet, Scielo, Scopus, Sciencedirect, Pubmed, entre otras identificando 28 artículos, de los cuales se seleccionaron 20 en español escritos entre los años 2014 al 2022 publicados en Iberoamérica. Además, todos los artículos tendrían que registrar una fundamentación metodológica confiable desde el enfoque cuantitativo o cualitativo. De los artículos seleccionados 15 cumplieron con los criterios de inclusión. Respecto al material bibliográfico, se seleccionaron 25 libros en idioma español, editados entre 1990 y 2022, tres libros fueron escritos por autores latinoamericanos, dos estadounidenses, 19 autores europeos y un asiático. Y finalmente, para el uso de tesis se han abordado 15 que cumplen con todos los criterios de inclusión.

La investigación se centra en establecer a partir de un ejercicio hermenéutico la comprensión del concepto de Intimidación frente al uso de la red social Instagram (Coffey y Atkinson, 2003). Para que dichas categorías puedan ser investigadas, se ha realizado una guía de análisis crítico de modo que, por medio de la sistematización de rejillas, se organizó toda la información extraída de los textos, cuya coherencia y pertinencia respondan con los objetivos trazados, dando paso así a la respectiva triangulación relacionada con la teoría y el objeto de investigación que lleva al proceso final de comprensión.

Para la organización y análisis de la información se utilizó una rejilla documental, en la que se organizaron los textos de manera sistemática y rigurosa. Dicho registro, lleva consigo el filtro por medio del proceso de codificación, buscando extraer la mayor cantidad de información posible (Strauss y Corbin, 2016). La primera codificación es abierta, esta tiene por objetivo la asignación de códigos a todas las citas, fuentes e información extraída de los materiales de búsqueda, para determinar si estas son coherentes con los objetivos y con las categorías principales. Luego, se accede a la codificación axial, la cual tiene por objetivo extraer la información de los textos para ver qué relación tiene con las categorías y mirar si estas nuevamente responden a los objetivos trazados. Como último proceso se hace uso de la

codificación selectiva, la cual da paso al registro de la información obtenida de las abierta y axial, de modo que esta pueda dar paso a la generación de las categorías centrales emergentes, las cuales han dado como resultado las siguientes: Iconografía digital, la imagen como medio de comunicación, socialización virtual a través de la intimidad y educación para la era digital.

Esté uso de la codificación desde lo metodológico permite que se puedan responder a la pregunta investigativa sobre las manifestaciones de la intimidad frente al uso de la red social Instagram. Así pues, el paso a paso de lo metodológico ha permitido que se puede direccionar dicha investigación hacia el espacio educativo, en el que se contribuya a una reflexión sobre el uso de las redes sociales, especialmente de Instagram.

## Resultados

### El espectáculo ha empezado

En esta cultura del espectáculo y de la visibilidad, no hay intención de esconderse ni se presenta una búsqueda permanente por la privacidad, debido a que nace una tendencia masiva de exhibición: El querer ser reconocido por el ojo ajeno, y más aún el trofeo de ser visto o likeado, en el que “cada vez más, hay que aparecer para ser” (Sibilia 2017, p.130). La causa de esta situación se debe principalmente a que todo lo que permanece escondido y lejos del espectro de visibilidad, tiende a recibir muy poca atención, lo cual podría tornarse peligroso, debido a que en la sociedad del espectáculo:

“El hombre separado de su producto produce cada vez con mayor potencia todos los detalles de su mundo, encontrándose cada vez más separado de éste. Cuanto más su vida es ahora producto suyo, tanto más separado está de su vida” (Debord, 2018a, p. 40).

Por consiguiente, las situaciones que giran en torno a la permanente exposición del Yo en el mundo de digitalización sujetan al sujeto a unas condiciones de percepción externas a él, es decir la aceptación y la visibilidad por parte de quien lo observa ese ojo ajeno que se deleita ante el show de los demás.

Ante la premura de estar situado en un espacio que se empieza a perpetuar para generar una posibilidad de atención y fijación permanente en la pantalla la imagen como medio de comunicación permite que se amplíen acciones o sucesos, el sujeto que se manifiesta de manera

desenfrenada se molesta cuando sus publicaciones no reciben la atención que de ella se espera, llevando a otras formas de visibilidad sin importar el límite que el espectáculo busca de la privacidad e intimidad del sujeto; frente a esta situación Debord (2018b) expresa que: “El espectáculo se indigna a menudo al ver que bajo su dominio se van constituyendo una política-espectáculo, una justicia-espectáculo, una medicina-espectáculo y otros no menos sorprendentes excesos de *media*” (p.18). Queriendo decir que todo aquello por lo que transita la mediatización del espectáculo, es producto de la mera intención de reproducción de capital que se consume a través de la imagen.

En ese sentido el panorama de las redes sociales convertido en una mediación al espectáculo, en el espacio directo e inmediato para la expansión de la imagen que se devela ante el mundo, es la herramienta principal que más allá de comunicar transmite mensajes que reclaman en muchos casos atención, que buscan alimentar en el sujeto el ego y convertirlo en un megalómano que se adora así mismo frente al espejismo de la aceptación de otros, es decir, darse cuenta que se vale por lo que el otro exprese a través de sus mensajes simbólicos, del like, de un post y hasta de una admiración casi que atravesada por el sentimiento de perfección. Se presenta una mirada continua hacia sí mismo, diría Chul Han (2017), aquella red se teje de manera radical, a través del escudo del otro, de lo que está afuera, por tanto, la *retina digital* se erotiza hacia lo que en sí mismo se encuentre, debido a que las personas ya solo observan agrado en sí mismos.

## ¿Educar en torno al uso de las redes sociales?

El panorama digital, un poco mefistofélico frente al uso de las redes sociales, debe reflexionarse en el espacio académico, educativo y en el entorno familiar, los jóvenes cada día son atravesados por personajes que se dedican a mejorar su imagen y sus condiciones materiales de existencia a través de un espectáculo que podría presentarse banal y vacuo; aquí se saca provecho de la afanosa y amorfa necesidad de consumir la intimidad de otros, y qué mejor manera para el espectáculo capitalista que mostrar el “interior” y hasta la privacidad de sujetos que se encuentran sumergidos en el mundo de la perfección, de los lujos, de la fama, de una vida “digna” de ser envidiada y admirada.

Las ocupaciones de influenciador, youtuber e instagrammer son vistas cada día más como una muy buena fuente de ingresos, el sujeto se cosifica a tal punto que la sola imagen ya genera

publicidad, aunque esto no es algo nuevo pues básicamente el espectáculo ha cosificado al cuerpo, en especial el femenino, para potenciar sus ventas y conseguir mayor atención. Sin embargo, en las redes sociales cualquier persona que aparezca con algún contenido que en la mayoría de los casos genere atención, tiene la posibilidad de convertirse en un sujeto que se rodea y se mueve entre el mundo de la fama; esta situación tiene un carácter preocupante debido a que en esta sociedad que se expone, diría Benjamín (2019) "(...) el valor de la exposición comienza a hacer retroceder en toda la línea al valor cultural" (p.97).

Dicho de otro modo, todo aquello que se hace visible, es decir lo que se expone es lo que verdaderamente toma relevancia, ante una afanosa necesidad de ubicarse en el espacio de la producción de atención, y aquel conocimiento que se deriva de lo que la cultura propone (más allá de la polisemia que en ella emerja como condición de posibilidad en un devenir histórico), estaría atravesando un desplazamiento de importancia, perjudicando las amplias formas de expresión.

Sobre este punto, se encuentran elementos importantes de naturaleza individual que podrían explicar el uso posiblemente adictivo de las redes sociales, especialmente de Instagram tanto de los influencers como de los consumidores de entretenimiento. Ramírez (2017), analizó la personalidad de 30 personas dedicadas a publicar contenidos relacionados con moda, entretenimiento y fitness, a través de la aplicación del Test TRIE Riso-Hudson, encuentra que, quienes publican tienen problemas de superficialidad y egocentrismo, aunque también son personas muy optimistas y son personas a las que les aburre la actividad continuada y, por ello, buscan constantemente nuevas experiencias espontáneas y buscan tener siempre todo bajo control (p. 67).

En una alta cantidad de casos, el objetivo de conseguir la aceptación por medio de la exposición en las redes sociales se logra por el simple hecho de tener y presentar un cuerpo atractivo, lo cual casi que genera en los ojos de quien observa la ausencia de imperfección, de tristeza, parece que todo lo que allí se mueve es perfecto y totalmente realizado, además como expresaba Zuleta (2007) el narcisismo parece bastarse así mismo sobre la belleza que se le reafirma constantemente; en otros casos la persona se debe someter a la burla constante, teniendo como posibilidad el volverse un idiota útil del entretenimiento mediático, sin importar si el cuerpo es quien se devela por su particular apariencia.

El estudio de Serratosa (2019) analiza una muestra de 297 personas buscando explicar el narcisismo como un continuo entre dos polos (adaptativo y patológico) que atañen a los procesos de regulación, encontrando la presencia de rasgos narcisistas en los sujetos que usan Instagram con más frecuencia, y que publican en esta red más contenido (p. 28). Ante esta necesidad de atención, se podría afirmar que sí es necesario educar en torno al uso de las redes sociales, debería estar presente la necesidad constante por reflexionar permanentemente sobre lo que se expone en las redes; indagar, cuestionar y acompañar a los jóvenes en cuanto a la limitación de contenido a publicar se refiere, situación que realmente pueda generar aprendizajes en una línea educativa y pedagógica.

Cabe aclarar que no se trata de censurar todo lo que allí se mueve y se aleja del panorama educativo, pues finalmente el ocio hace parte de la vida, y la llegada del espacio digital ha ampliado todo el entramado de interacción para el disfrute y el goce, sin embargo, la consciencia ante el reconocimiento de aquello que se debe limitar es de vital importancia, de modo que se tenga claridad de lo que se coloca allí para ser visto ante el ojo público, el ojo aferrado a la pantalla digital (Serratosa, 2019).

Es importante aquí, considerar que la personalidad no solo depende del influencer, también es claro e importante en la relación que se da en el consumo de redes y quien crea y recrea contenidos, pues sus rasgos también afectan la intensidad, frecuencia y tipos de consumo. Por parte de los influencers se evidencia que las personas más extravertidas tienen más publicaciones y seguidores en Instagram, frente a esta relación que se encuentra en gran parte una desproporción entre los seguidores y el *influencer*, pues la red social no necesariamente genera un mutuo seguimiento, sino al contrario el que tenga más seguidores no significa que los seguidores tengan un número de influencers que los sigan. Esto incrementa en el seguidor una necesidad constante de consumir los contenidos para intentar obtener mayor atención.

Finalmente, es importante que las personas que empiezan a interactuar en las redes sociales y aquellos que llevan usándola por un tiempo considerable, tengan la posibilidad de reconocer e identificar todos los riesgos por los que permanentemente transitan. El camino hacia la exposición constante del otro, si no se limita el contenido que se comparte, podría contribuir a una censura permanente; ser tema de debate por algún acto que más allá de ser

cierto o no, lleva a que la transmisión de boca en boca, en este caso, de chat en chat, perjudique la integridad de esa persona. Además, se debe reconocer que los procesos por los cuales se construyen las sociedades están mediados por el diálogo permanente en el que diferentes sujetos toman posición crítica ante una situación o hecho en específico, queriendo decir que, si nos situamos en la actualidad, el papel de quienes se encuentran construyendo conocimientos ha sido relegado y solo tendría atención si:

“(…) en la civilización del espectáculo, el intelectual sólo interesa si sigue el juego de moda y se vuelve un bufón” (Vargas, 2012, p.46). De modo que se debe identificar y entender que por el simple hecho de moverse dentro de un escenario amplio y en el mundo de la fama, no se es lícito ser poseedor de conocimiento.

## Conclusiones

¿A qué se apunta a la hora de usar las redes sociales? el uso de cada uno de los espacios digitales debería ser pensado desde una posición crítica, reflexiva y personal, en las afanosas y frenéticas manifestaciones digitales, las formas y las intenciones por las cuales se usan, en dicho caso lo que preocupa bajo aspectos de la vida íntima y privada, son especialmente utilizadas para espacios de ocio y entretenimiento, teniendo así la posibilidad que eso que consumo en las redes sea especialmente lo que quiero que los otros vean en mí, para luego reafirmar aquella “belleza” producto de las expresiones que esos otros me están diciendo permanentemente desde formas muy icónicas (like, corazón, post, me gusta, comentarios, etc.), de modo que nos encontramos atravesados por unas formas de socialización y coqueteo inmediatas, el pudor aumenta en el sentido que a la hora de compartir contenido en las redes poco molesta la cantidad de vivencias que allí se movilizan, pero los espacios destinados al diálogo y la comunicación de manera personal alejados de la pantalla, se reducen especialmente en los jóvenes, debido a que son la población más sumergida por estos movimientos mediáticos de la retina digital. La capacidad de exposición y expresión es a través de una pantalla, allí se presenta un comportamiento de manera extrovertida como si nadie los estuviera observando, irónicamente, son el capital ideal para que el espectáculo de la imagen se expanda y pueda usarse como un medio de entretenimiento cargado de intenciones de consumo y publicidad (Chul Han, 2013).

Por otra parte, a la hora de comunicarme con el otro de modo presencial, cara a cara, se observa como en diversos espacios los jóvenes evitan exponerse y develarse, esto se presenta en el espacio educativo, donde mientras se comparte un video bailando en TikTok, se esconden a la hora de presentar algún proyecto al grupo, pareciese que el escondite ante aquello que deseo hacer, pero temo ser observado, es a través del móvil. Diría frente a esto Ferraris (2008) que hay una relación personal con el móvil, que pasa del secretismo al espectáculo.

Anexo a esto, se debe reconocer que tanto la intimidad como la privacidad, le permiten al sujeto construir lo que en sus experiencias identifica como algo reservado. Hay una tendencia a ser conservado, de modo que todo esto que se lleva para sí mismo, o para un grupo selecto, es lo que nos identifica ante un sinfín de posibilidades de relación con el mundo, es decir con los otros. Por tal motivo Torralba (2009), expresa que toda situación que se construye en el espacio de la intimidad es lo que dispone el hombre para un mundo personal, existe una ciudadela interior y allí es donde habita el verdadero motivo para alimentar la dignidad, la condición que diferencia a uno de los otros. De modo que, tener una mentalidad y una actitud de exposición espectacularizada, podría generar un vacío en las personas, del cual se hace muy complejo escapar dado que aquello que alimenta el ego y la vanidad no existiría de la misma manera por fuera de las pantallas.

De acuerdo a lo anterior, las redes sociales son consideradas como espacios donde las personas están en constante interacción desde diferentes ámbitos y de acuerdo al uso que se le dé a estas en lo que publicamos, estamos permitiendo que parte de nuestra privacidad este expuesta a la mirada externa, por tal motivo, es muy importante generar en el área de la comunicación campañas que eduquen en el manejo de estas, teniendo en cuenta el impacto que generan en las personas y en la sociedad.

Finalmente, se sugiere que en los espacios educativos e investigativos que se dedican a la reflexión y análisis de aquellas situaciones internas y externas que modifican la conducta y los modos de comunicación y relación, y que se centran especialmente en la educación y la pedagogía, generen procesos permanentes sobre los usos de las redes sociales, y cómo estos se han consolidado en el paisaje de la relación entre los seres humanos.

## Referencias

- Arendt, H. (2021). *La condición humana*. Paidós.
- Benjamin, W. (2019). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Godot.
- Chul Han, B. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Herder.
- Chul Han, B. (2017). *La salvación de lo bello*. Herder.
- Coffey, A., & Atkinson, P. (2003). *Encontrar el sentido a los datos cualitativos. Estrategias complementarias de la investigación*. Universidad de Antioquia.
- Debord, G. (2018). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo* (4.ªed.). ANAGRAMA.
- Debord, G. (2018). *La sociedad del espectáculo*. (3.ª ed.). La marca editora.
- Debord, G. (2019). *Contra el cine*. Caja Negra.
- Ferraris, M. (2008). *¿Dónde estás? Ontología del teléfono móvil*. Marbol ediciones.
- Harari, N.Y. (2016). *Homo deus*. Debate.
- Kemp, S. (2020, 30 de enero). *Digital 2020: 3.8 billion people use social media*. We are social. <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>
- Lanier, J. (2018). *Diez razones para borrar tus redes sociales de inmediato*. Epublibre.
- Lipovetsky, G. (2003). *La era del vacío*. ANAGRAMA.
- Manovich, L. (2020). *Instagram y la imagen contemporánea*. Casa abierta al tiempo.
- Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. PAIDÓS.
- Miller, J.-A. (2010). *Extimidad*. PAIDÓS.
- Pardo, J. (2011). *La transformación de la intimidad. Un secreto a voces*. (E. Puig Punyet, Entrevistador)
- Pardo, J.L (1996). *La intimidad*. Pre-textos.

Ramirez, A (2017). Estudio sobre la personalidad de los influencers en Instagram. Tesis de grado para optar al título de publicidad y relaciones publicas. Universidad Autónoma de Barcelona. [https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2018/195884/TFG\\_Ramirez\\_Villanueva\\_Andrea.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2018/195884/TFG_Ramirez_Villanueva_Andrea.pdf)

Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del espectáculo*. Gedisa.

Ruiz, J. (2021). *Filosofía ante el desánimo*. Destino.

Sarlo, B. (2018). *La intimidad pública*. Seix Barral.

Serratos, E (2019). El Narcisismo y su Relación con las redes sociales: Facebook e instagram. Facultad de Ciencias Humanas y Sociales. Universidad de Comillas. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/52006/TFM001407.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sibilia, P. (2013). *El hombre postorgánico* (2.ªed.). Fondo de cultura económica.

Sibilia, P. (2017). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de cultura económica.

Strauss, A., & Corbin, J. (2016). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Universidad de Antioquia.

Tarullo, R. (2015). Los públicos en las redes sociales: nuevas prácticas. *Estudios sociales contemporáneos* (12), 99-108.

Thompson, J. (2011). Los límites cambiantes de la vida pública y la privada. *Comunicación y sociedad* (15), 11-42.

Torralba, F. (2009). *La intimidad*. MILENIO.

Vargas, L.M. (2012). *La civilización del espectáculo*. Alfaguara.

Whitaker, R. (1999). *El fin de la privacidad. Cómo la vigilancia total se está convirtiendo en realidad*. PAIDÓS.

Zuleta, E. (2007). *Tres rescates. Sartre. De Greiff. El erotismo*. Hombre nuevo editores.