



REVISTA PRISMA SOCIAL N° 39

COMUNICACIÓN, PERIODISMO Y POLÍTICA

4º TRIMESTRE, OCTUBRE 2022 | SECCIÓN ABIERTA | PP. 289-310

RECIBIDO: 27/7/2022 — ACEPTADO: 6/10/2022

CONTROVERSIAS ACERCA DE LO PÚBLICO-PRIVADO EN REDES SOCIALES Y ADOLESCENCIA: ESTUDIO DE ENCUESTA

CONTROVERSIES ABOUT THE PUBLIC-PRIVATE
IN SOCIAL NETWORKS AND ADOLESCENCE:
SURVEY STUDY

ÁNGELA GONZÁLEZ-VILLA ANGELA.VILLA@USC.ES

UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA (USC), CAMPUS VIDA, SANTIAGO DE
COMPOSTELA, ESPAÑA

ADRIANA GEWERC / ADRIANA.GEWERC@USC.ES

UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA (USC), CAMPUS VIDA, SANTIAGO DE
COMPOSTELA, ESPAÑA

ESTA INVESTIGACIÓN HA SIDO FINANCIADA POR EL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y
COMPETITIVIDAD DE ESPAÑA A TRAVÉS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN «ENTORNOS
DIGITALES E IDENTIDADES DE GÉNERO EN LA ADOLESCENCIA» (PID2019-108221RB-I00).
TAMBIÉN HA SIDO FINANCIADA POR EL MINISTERIO DE UNIVERSIDADES A TRAVÉS DEL
PROGRAMA DE FORMACIÓN DEL PROFESORADO UNIVERSITARIO [FPU19/01208].



prisma
social
revista
de ciencias
sociales

RESUMEN

La exposición pública en entornos digitales es una práctica social corriente entre adolescentes contemporáneos que forja nuevas geografías para realidades tradicionalmente privadas. Este estudio analiza la percepción de adolescentes de Educación Secundaria Obligatoria de Galicia (España) sobre lo que consideran público o privado en redes sociales, las implicaciones de su participación y las regulaciones de las plataformas. Lo público-privado se visualiza como eje de las controversias que alimentan las nuevas subjetividades. El imperativo de exhibición genera capital y reconocimiento social que deriva en márgenes de satisfacción tensionados por el pudor o los posibles riesgos digitales. Mediante una metodología descriptivo-comparativa con base en un cuestionario ad hoc aplicado online, los resultados advierten de que adolescentes con perfil en redes sociales publican contenido por una necesidad de exposición. La composición de la audiencia y la idealización de la realidad a mostrar son factores que inciden en la publicación de contenido. Se identifican diferencias significativas en el trato público-privado según el tipo de participación en estos entornos. Las conclusiones destacan la necesidad de una formación crítica conectada con la realidad adolescente.

PALABRAS CLAVE

Adolescentes; redes sociales; público-privado; privacidad.

ABSTRACT

Public exposure in digital environments is a common social practice among contemporary teenagers that forges new geographies for traditionally private realities. This study analyzes the perception of the teenagers of Compulsory Secondary Education of Galicia (Spain) about what they consider public or private in social networks, the implications of their participation and the regulations of the platforms. The public-private is visualized as the axis of the controversies that feed the new subjectivities. The exhibition imperative generates capital and social recognition that results in margins of satisfaction strained by modesty or possible digital risks. Through a descriptive-comparative methodology based on an ad hoc questionnaire applied online, the results warn that teenagers with a profile on social networks publish content due to a need for exposure. The composition of the audience and the idealization of the reality to be shown are factors that affect the publication of content. Significant differences in public-private treatment are identified according to the type of participation in these environments. The conclusions highlight the need for a critical training connected with the adolescent reality.

KEYWORDS

Teenagers; social networks; public-private; privacy.

1. INTRODUCCIÓN

En el octavo capítulo de la tercera temporada de la serie distópica *Black Mirror*¹, el personaje principal se expone a perder posición social si baja su puntuación ante la mirada de los otros en las redes sociales. Muestra, de manera descarnada, una subjetividad alterdirigida (Sibilia, 2008) que, ante la necesidad de acrecentar capital social expone imágenes idealizadas de la propia vida cotidiana. La exteriorización que demuestra el personaje y las consecuencias sociales a las que es sometido por no tener la suficiente cantidad de likes, o seguidores, evidencia una realidad que ha sido contrastada en la adolescencia contemporánea (Del Prete y Redón, 2020; Walrave *et al.*, 2016).

En una sociedad plataformizada (Van Dijck *et al.*, 2018), las redes sociales son entendidas como construcciones sociales híbridas (Latour, 2008) integradas por principios ideológicos de popularidad, neutralidad, conexión y conectividad, que estructuran y orientan las prácticas sociales de los sujetos. Se articulan como un perfil público o semipúblico en el que, mediante una lista de usuarios, compartir conexión, supervisar actuaciones y comunicarse (boyd y Ellison, 2007).

Entre los y las adolescentes contemporáneos destacan principalmente Instagram y TikTok (Hernández-Serrano *et al.*, 2022; Tarullo, 2020), plataformas con una arquitectura fundamentalmente visual, donde exponen al público, con cada vez mayor crudeza, aspectos de su vida que, en otros momentos históricos eran considerados de la esfera privada (Serrano-Tellería, 2017). Tal es así que, actualmente la importancia otorgada a lo personal en sus perfiles mediáticos alcanza prominentes niveles de publicidad que nutren el capitalismo de vigilancia (Zuboff, 2019) e implican nuevas consideraciones de lo público y lo privado (Serrano-Tellería, 2017).

En la última década, se han venido desarrollando investigaciones (De Piero, 2019; Koskela, 2018; Marwick *et al.*, 2010; Papalini y Remondino, 2008) que sostienen la idea de que lo que es público o privado podría transformarse en eje de una de las controversias que alimentan las nuevas subjetividades (Arfuch, 2006; Gray, 2018).

El imperativo de exhibición genera capital y reconocimiento social, por lo tanto, márgenes de satisfacción (Van Dijck, 2013), pero está tensionado con aspectos relacionados con la seguridad digital, el juicio público, la vergüenza, etc. (Alemany *et al.*, 2020) ¿Cómo responden los y las jóvenes a esta tensión? ¿Por qué se produce esta necesidad de mostración? ¿Cuál es el límite de lo mostrable? ¿Qué se considera público y qué se considera privado? ¿Cómo regulan las plataformas estas prácticas? Este estudio busca la respuesta a estas preguntas desde una perspectiva teórica que entiende las redes sociales como dispositivos en los que los sujetos desarrollan prácticas de sí (Foucault, 1990) que operan como expresión de un nuevo régimen que estimula, al tiempo que controla estas prácticas de mostración (Deleuze, 2006). Una exteriorización que forja nuevos procesos de subjetivación (Balleys *et al.*, 2020; Barrenengoa, 2020), bajo códigos homogéneos en los que emergen puntos de fuga (Deleuze y Guattari, 2004).

Esta investigación pretende conocer qué dicen mostrar y ocultar adolescentes contemporáneos de Educación Secundaria Obligatoria (ESO) de Galicia en sus perfiles mediáticos. Concretamente, los objetivos son: 1) Conocer la articulación público-privado de adolescentes en redes

¹ Serie que trata la influencia de las tecnologías en las prácticas sociales.

sociales; e 2) Identificar diferencias en adolescentes con bajos o nulos niveles de participación en redes sociales.

Un conocimiento que permite identificar las implicaciones de esa participación y las regulaciones de las plataformas en la gestión público-privado a la vez que arroja claves para afrontar el desafío de formar a adolescentes para una participación crítica en línea (Alemany *et al.*, 2020; Dennen y Rutledge, 2018).

1.1. LO PÚBLICO Y LO PRIVADO: UNA MIRADA SOCIOHISTÓRICA

Las esferas público-privado han generado una de las grandes dicotomías en el pensamiento social y político de occidente (Bobbio, 2004). El recorrido histórico permite aventurar la hipótesis de que su percepción ha evolucionado a lo largo del tiempo con una configuración relacionada con el tipo de régimen en el que convive y que, simultáneamente, ayuda a construirlo (Sibilia, 2008).

La distinción entre lo público y lo privado fue un principio fundamental en las sociedades de la Antigua Grecia (Arendt, 1993). Aristóteles se refería al hogar y a la familia (Oikos) como la esfera privada (Dumont, 1987) situando la pública en las polis; un espacio valorado a nivel social por ser nicho de la vida política, la libertad, la acción y el discurso (Arendt, 1993). El pensamiento griego no sólo forjó las bases de la distinción entre lo público y lo privado, sino que también otorgó reconocimiento social a la esfera pública, mientras que impregnó a la privada de una connotación negativa que tuvo como correlato desigualdades estructurales entre los que ocupaban cada una de estas dimensiones (Bobbio, 2004). Es en la Modernidad cuando se consolidan sus delimitaciones; cada una asociada con funciones y significados atribuidos (Sibilia, 2012).

En ese momento, emerge un fenómeno acuñado por Arendt (1993) como «el auge de lo social» para simbolizar el traslado de acciones consideradas de la esfera privada a la pública, como el trabajo. La esfera pública se situaba en escenarios urbanos (salones, cafés y clubs) simbolizando la participación en la cultura y la formación de la opinión pública, mientras que la privada continuaba asociándose al hogar (Habermas, 1962). En los siglos XVII y XVIII se producen profundas transformaciones socioeconómicas (familia moderna, economía monetaria, propiedad individual, estados-nación, etc.) que son germen de una sociedad disciplinaria que normaliza cuerpos y subjetividades (Foucault, 1982) mediante dispositivos insertos en su estructura social -escuelas, fábricas, hospitales y prisiones- en los que la vigilancia panóptica, la técnica de confesión y la reglamentación del tiempo ajustaban el sujeto a la norma. Estas transformaciones también favorecieron estilos arquitectónicos con habitaciones privadas en los hogares familiares; utilizadas para apropiarse de esa vida interior que comenzaba a aflorar mediante la escritura de cartas y diarios íntimos. Una actividad fundamental de introspección que marcó la época moderna (Sibilia, 2012).

Esta esencia inicia el siglo XIX, en el que la privacidad adquiere relevancia social, desprendiéndose de la concepción negativa que había encarnado a lo largo de la historia. Un pensamiento reforzado con las libertades alcanzadas en la Revolución Francesa, que dan a conocer el siglo XIX como la Edad Dorada de lo Privado. Continúa latente durante buena parte del siglo XX cuando se incorporan los medios de comunicación a los hogares con una cartelera liderada

por los *talk shows* y los *realities*, que funcionaban como ventanas a experiencias íntimas ajenas (De la Peña, 2001).

A mediados del siglo XX, se consolida Internet posibilitando formas inéditas de comunicación y entretenimiento. El panorama de los medios se amplía con la llegada en el siglo XXI de las redes sociales, favoreciendo nuevas oportunidades de interacción sustentadas fundamentalmente en el estímulo visual (Boyd y Ellison, 2007). En este contexto, las actividades introspectivas ligadas a la escritura íntima se trasladan a la visibilidad de las pantallas para reflejar quién eres y qué haces (Splichal, 2018). Una transparencia que desplaza los ejes introspectivos que definían las subjetividades modernas, dando lugar a subjetividades alterdirigidas por su orientación a la mirada ajena (Sibilia, 2008).

Las redes sociales se convierten en la prolongación de la tradicional esfera pública al estar destinadas al intercambio, la valoración y el debate; mientras que la esfera privada se convierte en una mercancía para conseguir visibilidad en una sociedad interconectada (Van Dijck, 2013). Esta exposición evoca al panóptico, arquitectura carcelaria ideada por Jeremy Bentham a finales del siglo XVIII, adoptado por Foucault (2002) para simbolizar la vigilancia ubicua como fenómeno individualizador que garantiza el funcionamiento automático del poder (Foucault, 1982).

Una vigilancia líquida (Bauman y Lyon, 2013) que gesta una sociedad de control (Deleuze, 2006) configurando un régimen acorde con el capitalismo neoliberal emergente a finales del siglo XX y a comienzos del XXI. En este sistema, las redes sociales se convierten en espacios fundamentales en los que se despliegan dispositivos de poder que codifican la exposición como una necesidad para certificar la propia existencia en la contemporaneidad; nutriendo el avance del capitalismo de vigilancia (Zuboff, 2019).

En este contexto, las dimensiones público-privado se imbrican de forma compleja, por la importancia de la autorrevelación en la participación en línea, diluyendo las fronteras que anteriormente las delimitaron (Walsh y Baker, 2017). Se desligan así de las connotaciones físicas y territoriales que las asociaban a un espacio u otro a lo largo de la historia para conformarse como esferas de contenido e información simbólica sobre las cuales, se ejerce un control en la divulgación (Thompson, 2011).

1.2. SUBJETIVIDADES VISIBLES EN LA ADOLESCENCIA

En la sociedad de plataformas (Van Dijck *et al.*, 2018), la socialidad online es un valor cuantificable a través de los contactos, me gustas y visitas. Esto da cuenta del principio de popularidad (Van Dijck, 2013), subyacente en la economía de los medios sociales, que alude a la acumulación de interacciones sociales como predictor del valor social de un sujeto e incluso marcando tendencias en las plataformas digitales. Tal es así que, los y las usuarios se involucran activamente en la producción de discursos, narrativas e imágenes a cambio de reacciones de su audiencia, al aportarles satisfacción (Hwang *et al.*, 2019; Shane-Simpson, 2018;) por el capital social que generan (Bourdieu, 1986).

De ahí que las redes sociales se hayan convertido en un medio fundamental para el cultivo de capital social al ofrecer sensación de pertenencia y aceptación (Hwang *et al.*, 2019; Quinn, 2016). Se entiende el capital social como el conjunto de recursos reales o potenciales asocia-

dos a la posesión de una red duradera de relaciones de conocimiento y reconocimiento mutuo más o menos institucionalizadas que aporta a sus miembros el respaldo del capital socialmente adquirido. Su acumulación está determinada por el tamaño o número de redes, el capital de sus integrantes y la capacidad del sujeto para obtener beneficio de esas conexiones (Bourdieu, 1986). A lo que Coleman (1988) añade: normas de reciprocidad; redes de compromiso y confianza.

Si bien la exposición en perfiles mediáticos es guiada por la acumulación de ese capital social, también es orientada por la arquitectura de las plataformas (Papacharissi, 2009; Van Dijck, 2013), que vehiculizan ideales de actuación mediante discursos imperativos, como el mostrarse a sí mismo (Papacharissi, 2009; Remondino, 2012). Un precepto de actuación que moldea propósitos e ideales dentro y fuera de las pantallas al actuar como tecnología de poder (Foucault, 1982), ya que estimula la conducta de los individuos al sometimiento de esas reglas. Es promovido por la industria para conducir hacia la máxima de la visibilidad (Remondino, 2012; Walsh y Baker, 2017); entendida como un retrato previamente seleccionado, confeccionado y estilizado, dirigido a mostrar la mejor versión de sí mismo (Del Prete y Redón, 2020; Walsh y Baker, 2017), pero sin sobrepasar márgenes de autenticidad (Goffman, 1971). Estos imperativos actúan como tecnologías del yo (Foucault, 1990), por su medio se internalizan los discursos imperativos, operando sobre el cuerpo, el pensamiento y la conducta con el propósito de alcanzar un estado de felicidad. En las redes sociales, ese estado de armonía se encarna en las reacciones de la audiencia que, además de conducir al sujeto a su máxima expresión en las pantallas, también inscriben prácticas de sí (Foucault, 1990) imprimiendo modelos de conducta -legitimados a nivel social- en los modos de ser y de estar (Gray, 2018; Koskela, 2018). Por lo cual, la exposición en redes sociales genera subjetividades alterdirigidas, es decir, construcciones de sí sustentadas en la externalización y la aprobación social (Sibilia, 2008).

Las redes sociales se nutren así de la privacidad del sujeto e inscriben la exposición como una práctica cultural corriente en nuestro tiempo, fundamentalmente entre los y las más jóvenes (Tarullo, 2020; Walrave *et al.*, 2016). Sin embargo, frente a estas prácticas de visibilidad que el sujeto activa sobre sí mismo, se erigen puntos de fuga (Deleuze y Guattari, 2004) es decir, prácticas configuradas de modo plural respecto a las formas de poder que imprimen los entornos digitales. Es el caso de mera supervisión o la ausencia en dichos entornos; contra-conductas a la hegemonía que supone el ideal de mostración. Denotan la coexistencia de regímenes en los que el precepto visibilidad convive en conflicto con cierta demanda ética de pudor que regula los actos restringidos a la esfera de lo privado e íntimo. Ya sea por precaución ante los riesgos que se asumen, o por las diversas formas de ser y de atender a las normas y relaciones de autoridad, no hay un yo unificado (Rose, 2003), sino una heterogeneidad que es necesario evidenciar.

Las investigaciones de la última década (Balleyes *et al.*, 2020; Walrave *et al.*, 2016) apuntan a las prácticas de exposición en redes sociales como fundamentales para explorar y comprender los procesos de subjetivación contemporáneos. Una cuestión que toma todavía más relevancia en adolescentes, quienes destacan por su alta actividad en estos entornos (Walrave *et al.*, 2016) en una etapa vital marcada por profundos cambios y transformaciones subjetivas (Balleyes *et al.*, 2020; De Piero, 2019). Surge así la necesidad de explorar cómo se articulan esas prácticas de exposición atendiendo a las formas de dominio que operan (Foucault, 1990).

1.3. EXPOSICIÓN EN REDES SOCIALES Y EDUCACIÓN ¿QUÉ DICE LA INVESTIGACIÓN?

En los últimos años, se han venido desarrollando numerosas investigaciones centradas en la exposición adolescente en redes sociales y los significados asociados a esas prácticas. Estudios han señalado que en la adolescencia se revela más información propia en redes sociales que fuera de ellas (Adjei *et al.*, 2020; Claresta y Tamburian, 2021). Intercambio que, para diversas investigaciones (Hwang *et al.*, 2019; Quinn, 2016; Shane-Simpson, 2018), se produce mayoritariamente en estos espacios por su importancia en la acumulación de capital social. Un proceso en el que, los/as más jóvenes experimentan tensiones entre resguardar su privacidad por los posibles riesgos digitales -de los cuáles son conscientes- (Alemany *et al.*, 2020) y el reconocimiento social que les otorga la visibilidad (Livingstone *et al.*, 2019). Debido a que, como constata el estudio de Shane-Simpson *et al.* (2018), la producción de capital social en línea está ligada al nivel de exposición del sujeto y a la arquitectura de la plataforma.

El estudio de León (2010) concluía que los y las adolescentes publican información en sus perfiles mediáticos sobre la familia, actividades sociales, asuntos generales, experiencias personales y evidencias afectivo-románticas; y que no comparten contenido vinculado con su sexualidad y su cuerpo para evitar interpretaciones equivocadas, por un pensamiento amparado en el grupo de iguales y por la composición de su audiencia (León, 2010). Rodríguez-Illera *et al.* (2021) señalan que los y las adolescentes consideran la familia, las amistades, su cotidianidad y los momentos importantes de su vida como realidades mostrables en sus perfiles mediáticos, siendo menos los que publican contenido sobre sus experiencias afectivo-románticas. La investigación de Soto-Flechas (2021), que explora los significados y las intencionalidades que conducen las prácticas digitales, encuentra que en la adolescencia se divulga contenido sobre amistades y eventos sociales. Por otro lado, literatura reciente (Claresta y Tamburian, 2021; Fróilil, 2021; Thorhaug *et al.*, 2020) concluye que exteriorizan su cuerpo, su sexualidad, cuestiones sentimentales y de carácter afectivo-romántico.

En un estudio con adolescentes británicos Livingstone (2008) encontró que su concepción de privacidad en línea está cada vez menos ligada con la tipología de información que divulgan y más con quién tiene acceso a determinada información; una conclusión consolidada en otros estudios (Duffy y Chan, 2019; Urrutia y Domínguez-Figueroa, 2022). Este hallazgo se sustenta en la teoría de integridad contextual de Nissenbaum (2010) por la cual los contextos regulan las normas de privacidad en los procesos de divulgación. También enfatizado por Petronio (2002) en la Teoría de la Gestión de la Privacidad (CPM), para la cual, la privacidad es un proceso de coordinación entre revelar u ocultar, mediado por condiciones y reglas sociales que definen los límites de divulgación del sujeto.

Frente a esta situación que interpela a la visibilidad, desde hace décadas se demanda formación para una participación digital crítica (Buckingham, 2015; Dennen y Rutledge, 2018; Hernández-Serrano *et al.*, 2021). Sin embargo, el panorama actual continúa evidenciando que la juventud está lejos de poseer competencias sólidas para participar en la sociedad contemporánea (Alemany *et al.*, 2020; Dennen y Rutledge, 2018; Rodríguez-Groba *et al.*, 2020). Las escuelas continúan apostando por acciones formativas en seguridad en línea, a pesar de que han sido probadas como insuficientes para un comportamiento digital crítico (Mishna *et*

al., 2010; Vanderhoven *et al.*, 2014). Se evidencia que los y las adolescentes carecen de conocimientos sobre el funcionamiento de las arquitecturas de las plataformas y el flujo de datos en red, a pesar de que la relación entre la privacidad y los datos en línea es cada vez más compleja (Livingstone *et al.*, 2019).

Un campo de investigación en crecimiento que enfatiza los desafíos presentes y futuros del sistema educativo resaltando la importancia de un aprendizaje conectado con la realidad y las necesidades de la infancia y la adolescencia contemporánea (Mizuko *et al.*, 2013) sustentado en la competencia y la alfabetización digital (Buckingham, 2015) para la comprensión y la gestión crítica de su privacidad en línea (Hernández-Serrano *et al.*, 2021; Livingstone *et al.*, 2019).

2. DISEÑO Y MÉTODO

El presente estudio pretende conocer qué dicen adolescentes contemporáneos sobre lo qué es público o privado en sus perfiles mediáticos, atendiendo a distintos niveles de participación. Para llevar a cabo este estudio se optó por una metodología *expost-facto*, con un diseño descriptivo-comparativo (Sánchez *et al.*, 2018).

La muestra participante estuvo compuesta por 169 alumnos/as de entre 12 y 17 años que cursaban Educación Secundaria Obligatoria en dos centros educativos públicos de Galicia (España). Fue seleccionada mediante muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que la situación sanitaria, generada por el COVID-19, dificultó el acceso a los centros educativos-tanto de forma física como telemática-por lo que su participación atendió a criterios de disponibilidad y facilidad de acceso; manteniendo los criterios previamente definidos para la muestra. La edad media es de 14,50 años. El 37,9% de los participantes se identificaron como hombre cis y un 62,1% como mujer cis. La distribución de la muestra a lo largo de los cursos de Educación Secundaria Obligatoria fue la siguiente: 1º de ESO (14,2%), 2º de ESO (25,4%), 3º de ESO (24,3%) y 4º de ESO (36,1%). Se contó con su aceptación y consentimiento informado.

Los datos se recogen con un cuestionario online diseñado *ad hoc*, validado por juicio de expertos y a través de una aplicación piloto. El proceso de validación siguió las directrices de la literatura especializada (Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008; Skjong y Wentworht, 2001) con un total de nueve expertos y expertas: dos especialistas en metodología de investigación y siete en participación digital, adolescencia y redes sociales; que aportaron sugerencias de mejora a nivel de redacción, pertinencia y relevancia. La concordancia en los juicios obtuvo un coeficiente W de Kendall de 0,33 con una significación de 0,05 ($p < 0,05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0 : los rangos son independientes, no concuerdan) aceptándose la totalidad de los ítems. Posteriormente, se ajustaron términos mediante una prueba piloto con 13 adolescentes.

El instrumento comienza con una parte introductoria en la que se recoge la información necesaria para su adecuada cumplimentación: finalidad de la investigación, directrices para su cumplimentación, garantías de anonimato y confidencialidad de las respuestas. El cuestionario se estructura a partir de 114 ítems agrupados en cinco grandes dimensiones: a) datos socio-demográficos, b) acceso a redes sociales, c) gestión de las redes sociales, d) contexto familiar y e) contexto escolar. Los ítems utilizados en este trabajo pertenecen fundamentalmente a la dimensión 'Gestión de las Redes Sociales', concretamente:

- Ítem 20: «Valora las siguientes afirmaciones sobre tu experiencia al publicar contenido en tu perfil en redes sociales». Cuestión cerrada de escala de frecuencia en cuatro valores (nada, algo, bastante, mucho) para identificar los significados que subyacen la publicación de contenido en redes sociales.
- Ítem 21: «Selecciona la opción que más represente cómo te sientes cuando tus seguidores reaccionan al contenido que publicas en redes sociales». Cuestión cerrada de escala de frecuencia en cuatro valores (nada, algo, bastante, mucho) que busca conocer los resultados de capital social generado mediante la participación en redes sociales.
- Ítem 23: «Indica si has publicado o publicarías contenido en las redes sociales relativo a las siguientes temáticas». Pregunta de opción binaria (sí/no) en la que se presentan diversas realidades para identificar qué información personal han publicado o publicarían en sus perfiles mediáticos. El contenido es: «fotos y/o vídeos con mi familia, de mi familia, o de alguno de sus miembros», «fotos y/o vídeos con mi pareja», «actividades que hago con amigos, fiestas a las que asisto», «compartir comentarios con mi pareja en nuestros perfiles mediáticos», «realidades o temáticas generales: sobre el tiempo, alguna noticia, la naturaleza, los animales, etc.», «experiencias que he vivido, cosas que me han pasado, etc.», «emociones o aspectos vinculados con mi sexualidad (orientación sexual, deseos sexuales, preferencias, etc.)», «fotografías o vídeos mostrando mi cuerpo», «fotografías o vídeos donde se vea mi casa», «mi número de teléfono». Este listado se construye a partir de la revisión de instrumentos similares de investigaciones anteriores (León, 2010; Masur y Scharkow, 2016; Miguel, 2016). Se incorporan preguntas filtro para identificar distintos niveles de participación: tener perfil en redes sociales y publicar contenido; tener perfil en redes sociales, pero no divulgar contenido; y ausencia en estos entornos.
- Ítem 24: «De los siguientes motivos, ¿cuál o cuáles son decisivos para subir una foto o vídeo a las redes sociales?». Pregunta de opción binaria (sí/no) para conocer qué factores inciden en la publicación de contenido.

Para la escala de frecuencia en cuatro valores (ítem 20) la prueba de fiabilidad en términos de consistencia interna, Alfa de Cronbach, reportó coeficientes muy altos (0.866), conforme a la literatura especializada (Corral, 2009).

3. TRABAJO DE CAMPO Y ANÁLISIS DE DATOS

Tal y como se ha mencionado, a consecuencia de la crisis sanitaria generada por el COVID-19, fue necesaria la reformulación del trabajo de campo, inicialmente planificado para la presencialidad. Se había pensado en la aplicación del cuestionario presencialmente en las aulas para facilitar la presentación de los objetivos que guían la investigación y la resolución de dudas en su cumplimentación.

En consecuencia, se contactó con los equipos directivos de los centros educativos a través de correo electrónico con el fin de solicitar la participación del alumnado en la investigación. Es a través de este medio por el que se exponen los objetivos, las características del estudio, se acuerda un compromiso de confidencialidad y se obtiene el consentimiento informado. Una vez confirmada la participación de las escuelas, se envió el cuestionario online para su cumplimentación. Los tutores de curso proporcionaron el instrumento al alumnado, quienes lo cumplimen-

tan telemáticamente desde sus hogares debido a las condiciones sociosanitarias. Sus respuestas fueron recompiladas anónimamente por el software a través del que se aplicó el cuestionario, garantizando su confidencialidad.

Para el análisis de los datos obtenidos con la aplicación del cuestionario se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 25. Se realizaron análisis descriptivos univariados (porcentajes, medidas de tendencia central y medidas de dispersión). Conforme al objetivo de estudio, y dado el incumplimiento de los supuestos de parametricidad (Kolmogorov-Smirnov $\leq 0,05$), se generaron tablas cruzadas y análisis bivariados para identificar diferencias significativas ($p \leq 0,05$) en la gestión público-privado entre adolescentes con y sin perfil en redes sociales, así como entre adolescentes que publican y que no en estos entornos. Como medida del tamaño del efecto se calculó el estadístico $\phi = \sqrt{X^2 / n}$ siguiendo la pauta propuesta por Cohen (1988) para su interpretación: pequeño, de 0,10 a 0,29; medio, de 0,30 a 0,49; y grande, cuando es igual o mayor a 0,50.

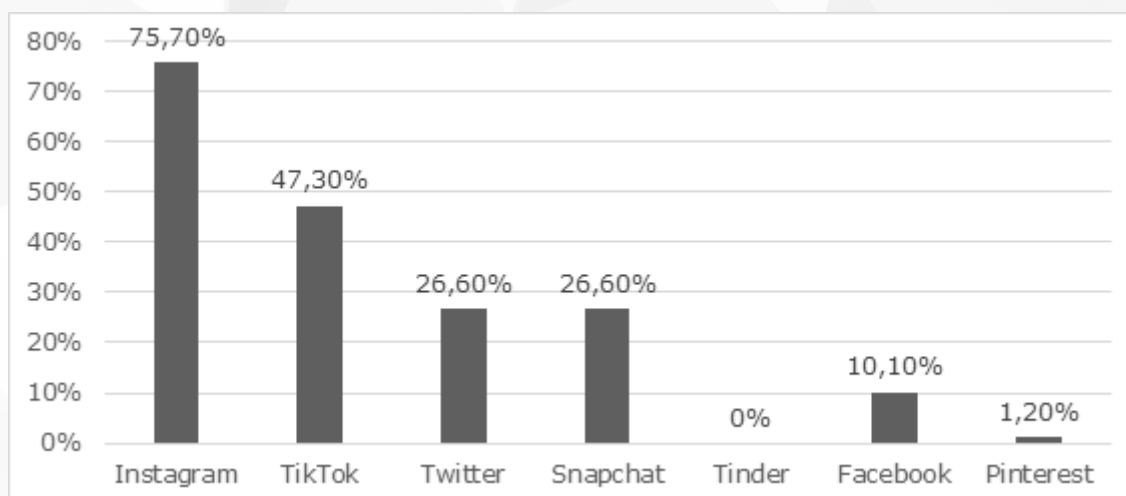
4. RESULTADOS

En primer lugar, se muestra una visión general de los significados asociados a la publicación de contenido en redes sociales, las realidades que median y las gratificaciones que generan; atendiendo a distintos niveles de participación. Seguidamente, se presenta qué tipo de información consideran pública y cuál privada adolescentes sin perfil en redes sociales, para después, analizar sus diferencias con quienes forman parte de estos entornos.

4.1. ADOLESCENTES CON PERFIL EN REDES SOCIALES

Los resultados muestran que gran parte de la muestra, el 85,20%, tiene perfil en alguna red social. Concretamente, las plataformas más utilizadas por los/as adolescentes contemporáneos son Instagram y TikTok; ambas con arquitecturas fundamentalmente visuales que sugieren y estimulan distintas modalidades de exposición -vídeos cortos, selfis, reels- (Figura 1).

Figura 1. Plataformas que habitan los y las adolescentes

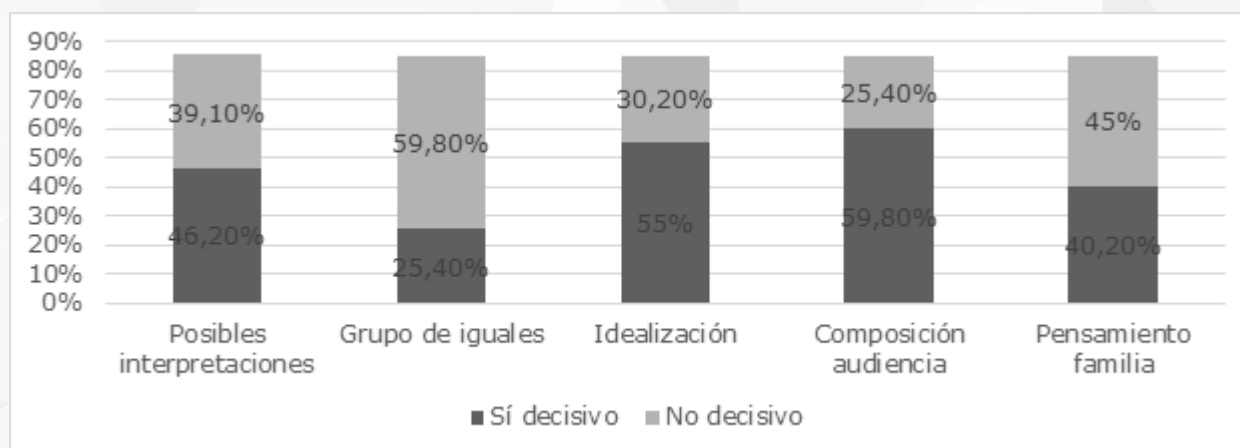


Fuente: elaboración propia

De aquellos/as adolescentes que tienen perfil en redes sociales (85,20%), publican contenido el 63%. En cuanto a los significados que se inscriben en esta exteriorización en las pantallas, en una escala de 4 puntos (nada, algo, bastante, mucho), estos/as adolescentes consideran la necesidad de mostrarse ($\bar{x}=2,28$; $S=0,84$) como el principal motivo para publicar en esos entornos. La búsqueda de reconocimiento social ($\bar{x}=1,65$; $S=0,70$) y la autoafirmación de la propia identidad ($\bar{x}=1,64$; $S=0,82$) tienen menor incidencia a la hora publicar.

Como recoge la Figura 2, los principales factores que influyen en la publicación de contenido de los/as adolescentes en redes sociales son la composición de su audiencia (59,80%) y el quiebre de la idealización que se pretende proyectar (55%). Otras cuestiones como posibles interpretaciones de la audiencia (46,20%) y la opinión familiar (40,20%) sobre el contenido publicado, también son tenidas en cuenta, aunque con menor relevancia. La opinión del grupo de pares (25,40%) muestra menor incidencia.

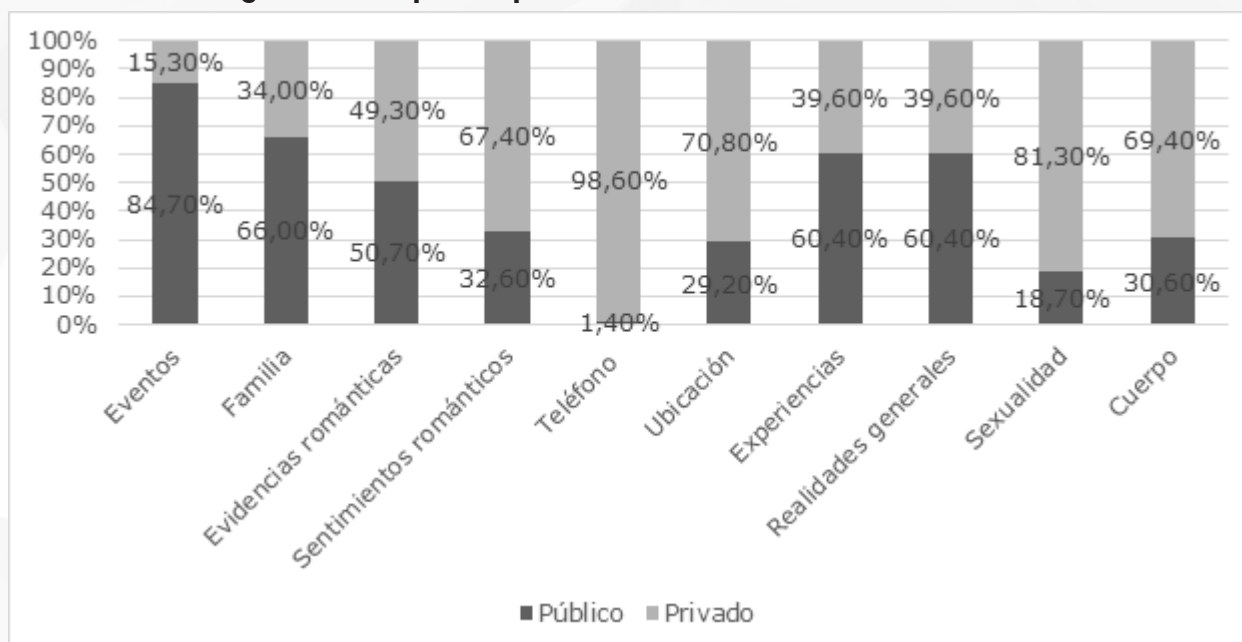
Figura 2. Factores en la publicación de contenido en redes sociales



Fuente: elaboración propia

Se observa que la publicación de contenido de los y las adolescentes en redes sociales está mediada por distinta tipología de información personal. Por un lado, el 84,70% de los y las que se muestran en estos espacios, publican sobre los eventos sociales a los que asisten y los planes que realizan con sus amistades. Es sobre lo que más publican a seguir de contenido relacionado con la familia (66%), experiencias personales (60,40%) y asuntos de dominio general (60,40%). En contraposición, dicen publicar menos información en sus perfiles mediáticos respecto a: sentimientos románticos (32,60%), sus propios cuerpos (30,60%), su ubicación (29,20%) y cuestiones vinculadas a su sexualidad (18,70%). Son una minoría los que publican en estos espacios el contacto telefónico (1,40%). En cambio, las cuestiones afectivo-románticas pueden considerarse semiprivadas o semipúblicas para estos/as jóvenes al ser públicas en redes sociales para el 50,70% y privadas para el 49,30% (Figura 3).

Figura 3. Trato público-privado de adolescentes en redes sociales



Fuente: elaboración propia

Los resultados muestran que compartir contenido es fuente de capital social para estos/as adolescentes. En una escala de 4 puntos, se encuentra que las reacciones de su audiencia se traducen en satisfacción personal ($\bar{x}=2,67$; $S=0,95$) y motivan la publicación de contenido en el futuro ($\bar{x}=2,09$; $S=1,33$). Se observa que la acumulación de capital social viene determinada principalmente por la confianza en las reacciones de su grupo de iguales ($\bar{x}=2,78$; $S=0,82$) y la reciprocidad de estas ($\bar{x}=2,76$; $S=0,82$), con menos incidencia las redes de compromiso ($\bar{x}=2,68$; $S=0,96$).

Del 85,20% de los/as adolescentes encuestados/as con perfil en alguna red social, el 21% opta por no publicar contenido. Por lo cual, no se muestran en estos espacios. Adoptan exclusivamente un rol de supervisión de los movimientos de su audiencia.

Se identifican diferencias significativas en los resultados obtenidos entre quienes publican contenido en sus perfiles mediáticos y aquellos/as que únicamente observan los movimientos de sus amistades. Se localizan en qué consideran público, y por consiguiente mostrable en estos entornos, y qué guardan para la intimidad respecto a realidades personales como la familia, los eventos sociales, las relaciones románticas, los sentimientos afectivo-románticos, las experiencias personales, las realidades generales, la sexualidad y la ubicación; a excepción del contacto telefónico, que es considerado un dato privado a ocultar en redes sociales, tanto por adolescentes que publican contenido como por los/as que únicamente observan. El tamaño del efecto de estas diferencias es pequeño para la totalidad de las realidades excepto en la familia, los eventos sociales, las amistades y mostrar el cuerpo que se sitúa en el nivel medio (Tabla 1).

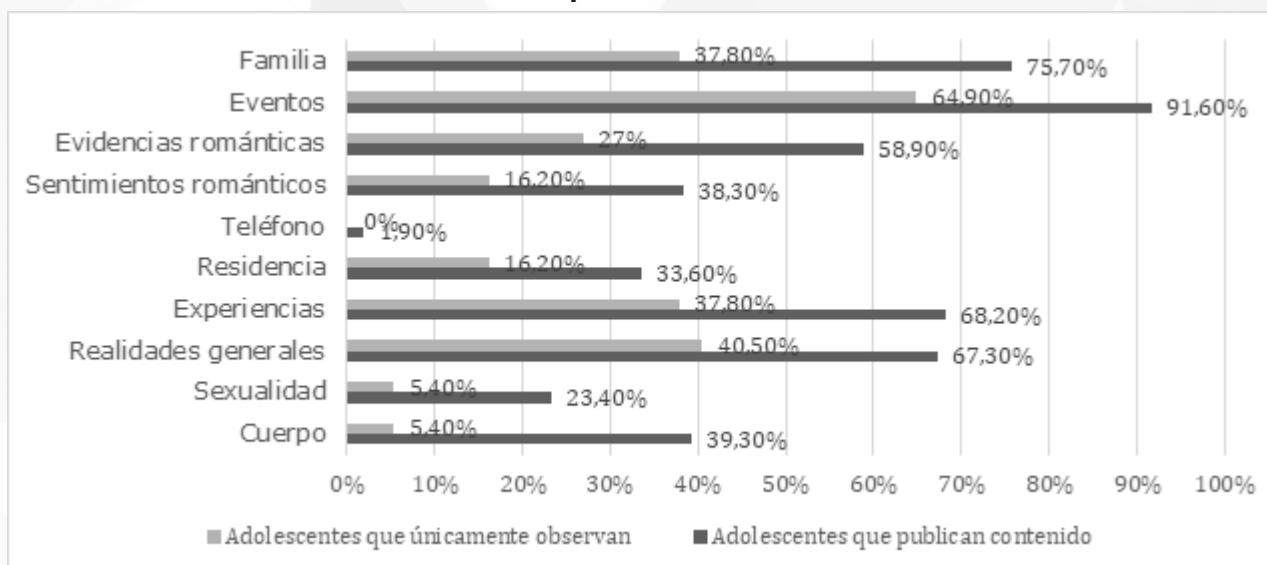
Tabla 1. Análisis bivariado en función del trato público-privado entre los que publican y no en redes sociales

	N	χ^2	Gl	P	ϕ
Familia	144	17,577	1	0,000	0,349
Eventos sociales	144	15,169	1	0,000	0,325
Relaciones románticas	144	11,159	1	0,001	0,278
Sentimientos afectivo-románticos	144	6,108	1	0,013	0,206
Experiencias personales	144	10,615	1	0,001	0,272
Realidades generales	144	8,226	1	0,004	0,239
Sexualidad	144	5,821	1	0,016	0,201
Ubicación	144	4,042	1	0,044	0,168
Contacto telefónico	144	0,701	1	0,402	0,070

Fuente: elaboración propia

Se aprecia que los y las adolescentes que publican contenido muestran una mayor tendencia a concebir como realidades públicas las cuestiones que les han sido presentadas, en especial: la familia, los eventos sociales, las amistades y el propio cuerpo; contenido que puede actuar como fuente de reconocimiento social. En cambio, quienes optan por únicamente supervisar los movimientos de su audiencia presentan una mayor predisposición a considerarlas como parte de su esfera privada (Figura 4).

Figura 4. Percepción de lo mostrable de adolescentes que publican y que únicamente supervisan en redes sociales

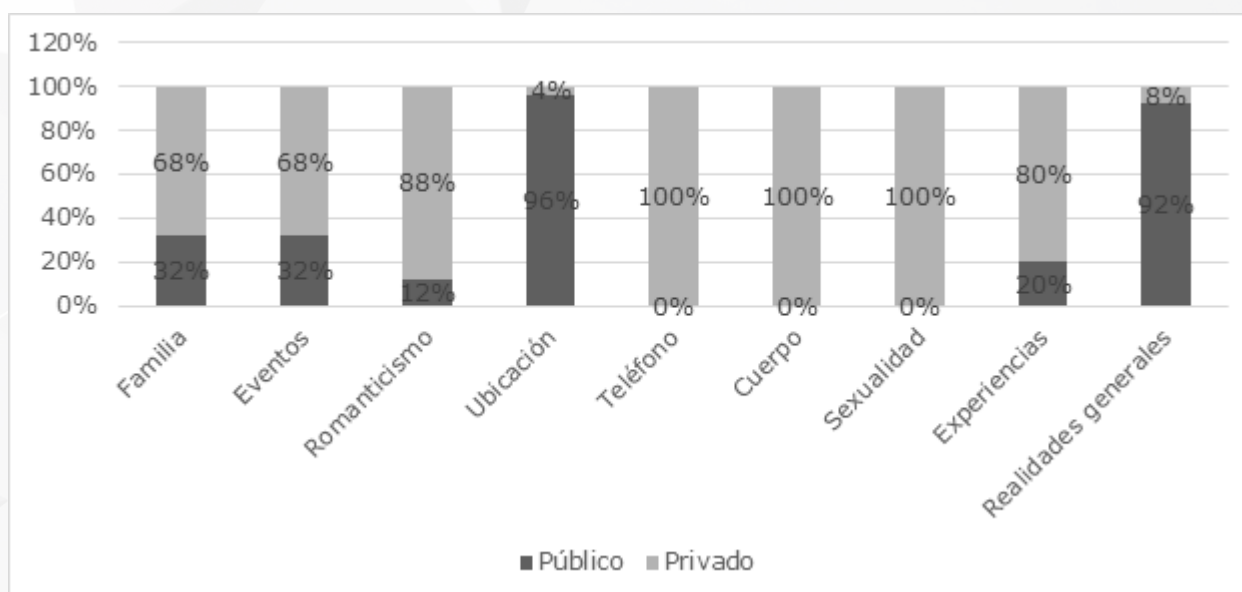


Fuente: elaboración propia

4.2. ADOLESCENTES SIN PERFIL EN REDES SOCIALES

Los y las adolescentes sin perfil en las redes sociales representan el 14,80% de la muestra. Una minoría en esta etapa vital que considera la totalidad de las realidades presentadas como pertenecientes a su privacidad, a excepción de asuntos generales. Atendiendo a estos datos, se aprecia que los eventos sociales y la familia, se consideran realidades públicas para el 32% de los/as participantes. Las experiencias personales únicamente son percibidas como públicas por el 20%. En cambio, cuestiones como la sexualidad, el cuerpo, la ubicación y el contacto telefónico, son estimadas íntegramente por estos/as jóvenes como pertenecientes a su privacidad (Figura 5).

Figura 5. Articulación público-privado de adolescentes sin perfil en redes sociales



Fuente: elaboración propia

4.3. COMPARATIVA EN ARTICULACIÓN PÚBLICO-PRIVADO ENTRE ADOLESCENTES CON Y SIN PERFIL EN REDES SOCIALES

Se aprecian diferencias en el trato público-privado entre adolescentes contemporáneos que tienen perfil en redes sociales y aquellos que están ausentes en estos espacios. Los primeros consideran un mayor número de realidades como pertenecientes a su esfera pública, y, por consiguiente, mostrables en el espacio público digital. En cambio, los y las que deciden no formar parte de dichos entornos definen una esfera pública limitada, conformada únicamente por realidades de dominio general (Tabla 2). Se encuentran diferencias significativas, concretamente en realidades como: la familia, la dimensión afectivo-romántica, la sexualidad, las experiencias personales, las realidades generales, el cuerpo, los eventos sociales y la ubicación. Para contacto telefónico esta diferencia es menor. La diferencia más relevante entre estos adolescentes se identifica en los eventos sociales, que obtiene un tamaño del efecto de magnitud media. Para los restantes, el tamaño del efecto es pequeño (Tabla 3).

Tabla 2. Diferencias público-privado entre adolescentes con y sin presencia en redes sociales

	Con perfil en redes sociales		Sin perfil en redes sociales	
	Público	Privado	Público	Privado
Familia	66%	34%	32%	64%
Eventos	84,70%	15,30%	32%	64%
Romanticismo	50,7%	49,3%	12%	84%
Experiencias	60,40%	39,60%	20%	76%
Teléfono	1,40%	98,60%	0%	100%
Localización	29,20%	70,80%	0%	100%
Realidades generales	60,40%	39,60%	88%	8%
Cuerpo	30,60%	69,40%	0%	100%
Sexualidad	18,70%	81,30%	0%	100%

Fuente: elaboración propia

Tabla 3. Análisis bivariado en función del trato público-privado entre los que tienen perfil en redes sociales y los que no

	N	χ^2	GI	P	Φ
Familia	169	10,329	1	0,001	0,247
Eventos sociales	169	33,356	1	0,000	0,444
Vertiente afectivo-romántica	169	12,888	1	0,000	0,276
Experiencias personales	169	14,029	1	0,000	0,182
Realidades generales	169	9,351	1	0,002	0,235
Sexualidad	169	5,579	1	0,018	0,182
Ubicación	169	7,112	1	0,008	0,205
Contacto telefónico	169	0,351	1	0,533	0,046

Fuente: elaboración propia

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La participación en redes sociales es una práctica social tensionada por lo considerado público y privado en el espacio digital. Se acentúa en plataformas como Instagram y TikTok, cuyas estructuras priorizan y promueven la visibilidad de sus usuarios. Interpela a adolescentes contemporáneos que participan en estos entornos, como han avanzado otros estudios (Hernández-Serrano *et al.*, 2022; Tarullo, 2020). Por un lado, quieren mostrarse por el reconocimiento social que otorga, y por otro, temen los posibles riesgos que puede ocasionar. Tensiones que generan puntos de fuga (Deleuze y Guattari, 2004) a la hegemonía que representa el ideal de mostración en redes sociales. Esto produce otros modos de participación que no implican exposición pública, cómo sólo supervisar los movimientos de otros o directamente excluirse de estos

entornos. Formas de resistencia a las pretensiones por mostrarse que evidencian diferencias en el trato público-privado entre adolescentes de un mismo tiempo.

Este estudio muestra la existencia de diferencias significativas sobre qué consideran público y qué privado entre los y las adolescentes que se exponen públicamente y aquellos que escapan a la propuesta hegemónica. Los inmersos en esos espacios articulan una esfera pública con realidades que consideran imán de reconocimiento social (Hwang *et al.*, 2019; León, 2010) como la familia, los eventos sociales y las experiencias personales. Un retrato público-privado que se aproxima al esbozado por investigaciones similares (León, 2010, Rodríguez-Illera *et al.* 2021; Soto-Flechas, 2021). El límite de lo mostrable lo sitúan en el cuerpo, la sexualidad, la expresión de sentimientos románticos y datos personales como la ubicación y el contacto telefónico. Un margen que es transgredido por un porcentaje importante de adolescentes, coincidiendo con investigaciones previas (Claresta y Tamburian, 2021; Frățilă, 2021; Thorhauge *et al.*, 2020)). El segundo grupo, minoría en esta etapa vital, configuran una esfera pública limitada, al considerar privadas todas las realidades presentadas, a excepción de asuntos de dominio general.

Se evidencian también diferencias significativas en la comprensión público-privado entre quienes únicamente monitorean y quienes publican contenido en redes sociales, sobre todo, respecto a la sexualidad, el cuerpo y el ámbito afectivo-romántico. Diferencias que ponen de relieve que no estamos ante un yo unificado (Rose, 2003), ni que todos los sujetos están ajustados del mismo modo a las normas regulatorias, tensionando de alguna manera las condiciones que se pretenden imponer. Distintas respuestas frente a las regulaciones de las plataformas (Papacharissi, 2009; Van Dijck, 2013) que, funcionales a la sociedad de control (Deleuze, 2006), codifican la visibilidad como un estado deseable que conduce a los y las adolescentes a mostrarse en las pantallas (Remondino, 2012; Walsh y Baker, 2017). De ahí que, la necesidad de mostrarse sea el principal motivo para publicar contenido en redes sociales. Además del margen de felicidad que les aporta (Van Dijck, 2013) por el capital social (Bourdieu, 1986) que produce, como señalaban otras investigaciones (Hwang *et al.*, 2019; Quinn, 2016; Shane-Simpson *et al.*, 2018).

Los y las adolescentes muestran que la audiencia es el principal factor que incide en la publicación de contenido en redes sociales. Se podría decir que, tal y como recogen otros estudios (Duffy y Chan, 2019; Livingstone, 2008; Urrutia y Domínguez-Figueroa, 2022), la concepción adolescente de la privacidad en línea está ligada a las personas que tienen acceso al contenido que publican, y no a qué publican; evocando a la relevancia de la integridad contextual (Nissenbaum, 2010) y a las reglas sociales (Petronio, 2002) en la gestión público-privado del adolescente en redes sociales.

La popularidad e idealización en la exposición en redes sociales condicionan su satisfacción personal (Del Prete y Redón, 2020; Walsh y Baker, 2017) en un momento clave en su autoconstrucción; infiriendo la relevancia del principio de popularidad (Van Dijck, 2013) en sus actuaciones digitales, como ha puesto de manifiesto el capítulo de Black Mirror presentado en la introducción de este trabajo. Una exposición que sobrepasa la mera expresión en la pantalla implicando prácticas de sí (Foucault, 1990) que inscriben determinados modos de ser y de estar legitimados por una audiencia con el propósito de alcanzar el ansiado «me gusta», conllevando a la edificación de subjetividades alterdirigidas (Sibilia, 2008).

La exposición adolescente en redes sociales es una cuestión que apenas ha tenido recorrido en educación, pero supone importantes desafíos en esta dirección. Es necesaria la formulación de propuestas formativas ajustadas a un aprendizaje conectado con la realidad adolescente (Mizuko *et al.*, 2013) y apoyado en alfabetización y competencia digital (Alemany *et al.* 2020; Dennen y Rutledge, 2018; Hernández-Serrano *et al.*, 2021; Livingstone *et al.*, 2019), que posibilite disminuir posibles vértices de marginación y garantice actuaciones digitales reflexivas.

Existen limitaciones en este estudio como el tamaño de la muestra y la imposibilidad de ampliar esta a otras zonas geográficas por la situación sanitaria condicionante en el momento de su desarrollo. En general, el estudio contribuye a ampliar el conocimiento sobre las prácticas digitales de los/as adolescentes contemporáneos al aproximarse a los significados y las intencionalidades que las median. Una perspectiva que ayuda a articular propuestas socioeducativas sustentadas en la realidad sociocultural de la juventud. Investigaciones futuras deberían continuar apuntando en esta dirección a través de una metodología cualitativa que consolide, amplie y profundice en los resultados alcanzados.

6. REFERENCIAS

- Adjei, J.K., Adams, S., Mensah, I.K., Tobbin, P.E. y Odei-Appiah, S. (2020). Digital Identity Management on Social Media: Exploring the Factors That Influence Personal Information Disclosure on Social Media. *Sustainability*, 12(23), 9994. <https://doi.org/10.3390/su12239994>
- Aleman, J., del Val, E. y Garcia-Fornes, A. (2020). Assessing the Effectiveness of a Gamified Social Network for Applying Privacy Concepts: An Empirical Study with Teens. *IEEE Transactions on Learning Technologies*, 13(4), 777 - 789. 10.1109/lt.2020.3026584
- Arendt, H. (1993). *The Human Condition*. The University of Chicago Press.
- Arfuch, L. (2006). Las subjetividades en la era de la imagen: de la responsabilidad de la mirada. En I. Dussel y D. Gutiérrez (Coords.), *Educación la mirada: políticas y pedagogías de la imagen* (pp. 75-84). Manantial.
- Balleys, C., Millerand, F., Thoër, C. y Duque, N. (2020). Searching for oneself on YouTube: Teenage peer socialization and social recognition processes. *Social Media+ Society*, 6(2), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305120909474>
- Barrenengoa, P. D. (2020). Conjeturas sobre la subjetivación digital. *Revista de Psicología-Tercera época*, 19(1), 120-137. 10.24215/2422572Xe052
- Bauman, Z. y Lyon, D. (2013). *Vigilancia líquida*. Paidós.
- Bobbio, N. (2004). *La gran dicotomía: público/privado. Por una teoría general de la política*. Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. En J.G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research in Sociology Education* (pp.241-258). Greenwood.
- boyd, D. M. y Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Buckingham, D. (2015). Defining digital literacy-What do young people need to know about digital media? *Nordic journal of digital literacy*, 10(4), 21-35. 10.18261 / ISSN1891-943X-2006-04-03.
- Claresta, H. y Tamburian, D. (2021, August). Self-Disclosure of Adolescent Girls on TikTok Social Media. In *International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)* (pp. 800-806). Atlantis Press.<https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.126>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Coleman, J. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*.
- Corral, Y. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. *Revista de Ciencias de la Educación*, 19(33), 228-247. <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>

- De la Peña, G. (2001). Público-privado, espacio-territorio: ¿de la dicotomía a la convergencia? *Revista de Humanidades: Tecnológico de Monterrey*, 10, 95-108. <https://www.redalyc.org/pdf/384/38401004.pdf>
- Deleuze, G. (2006). Post-scriptum sobre las sociedades de control. *Polis. Revista Latinoamericana*, (13). <https://journals.openedition.org/polis/5509>
- Deleuze, G. y Guattari, F. (2004). *Mil mesetas: Capitalismo y esquizofrenia*. Pretextos.
- De Piero, J. L. (2019). ¿Es posible hablar de subjetividades digitales? *Revista Electrónica de Psicología Política*, (42), 30-40. <https://www.aacademica.org/jose.luis.de.piero/18.pdf?view>
- Del Prete, A. y Redon, S. (2020). Virtual social networks: Spaces of socialization and definition of identity. *Psicoperspectivas*, 19(1), 1-11. <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext1834>
- Dennen, V. y Rutledge, S. (2018). The embedded lesson approach to social media research: Researching online phenomena in an authentic offline setting. *TechTrends*, 62(5), 483-491. 10.1007/s11528-018-0315-4
- Duffy, B. y Chan, N. (2019). "You never really know who's looking": Imagined surveillance across social media platforms". *New Media and Society*, 1(21), 119-138. <https://doi.org/10.1177/1461444818791>
- Dumont, L. (1987). *Ensayos sobre el individualismo: una perspectiva antropológica sobre la ideología moderna*. Alianza.
- Escobar-Pérez, J. y Cuervo-Martínez. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en Medición*, 6, 27-36. http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf
- Foucault, M. (1982). The subject and power. *Critical Inquiry*, 8, 777-795. <http://www.jstor.org/stable/1343197>
- Foucault, M. (1990). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Paidós Iberica Ediciones SA.
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. Siglo Veintiuno.
- Frătilă, C. O. (2021). Motivation of TikTok users. *International Journal of Current Science Research and Review*, 4(12), 1640-1644. 10.47191/ijcsrr/V4-i12-04
- Goffman, E. (1971). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorroutu.
- Gray, L. (2018). Exploring how and why young people use social networking sites. *Educational Psychology in Practice*, 34(2), 175-194. <https://doi.org/10.1080/02667363.2018.1425829>
- Habermas, J. (1962). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. MIT Press.
- Hernández-Serrano, M. J., Jones, B., Renés-Arellano, P. y Ortuño, R. A. C. (2022). Analysis of Digital Self-Presentation Practices and Profiles of Spanish Adolescents on Instagram and TikTok. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 11(1), 49-63. <https://doi.org/10.7821/naer.2022.1.797>

- Hernández-Serrano, M. J., Renés-Arellano, P., Ortuño, R. A. C. y González-Larrea, B. (2021). Privacy in social networks: analysis of the Spanish teenagers' digital selfrepresentation risks. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 133-154. 10.4185/RLCS-2021-1528
- Hwang, L. A., Ng, J. W. J. y Vaithilingam, S. (2019). Social capital and subjective well-being: The mediating role of social networking sites. *First Monday*, 24(10). 10.5210/fm.v24i10.10130
- Koskela, H. (2018). Exhibitionism as the New Normal: From Presenting to Performing. En B. Doring y B. Felderer (Eds.), *Faceless* (pp.249-266). Edition Angewandte. <https://doi.org/10.1515/9783110527704-015>
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor-red*. Manantial.
- León, L. (2010). Adolescentes y web 2.0: Privacidad y Riesgos. En C.G. Gregorio (Ed.), *Datos personales y libertad de expresión en las redes sociales digitales* (pp. 21-69). Florencia. Barindelli. https://www.academia.edu/33674283/Adolescentes_y_Web_2_0_privacidad_y_riesgos
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy, and self-expression. *New media & society*, 10(3), 393-411. <https://doi.org/10.1177/1461444808089415>
- Livingstone, S., Stoilova, M. y Nandagiri, R. (2019). *Children's data and privacy online: growing up in a digital age: an evidence review*. London School of Economics and Political Science.
- Marwick, A. E., Murgia-Diaz, D. y Palfrey, J. G. (2010). *Youth, privacy and reputation*. Berkman Center.
- Masur, P.K. y Scharkow, M. (2016). Disclosure Management on Social Network Sites: Individual Privacy Perceptions and User-Directed Privacy Strategies. *Social Media + Society*, 2(1), 1-13. <https://doi.org/10.1177/2056305116634368>
- Miguel, C. (2016). Visual intimacy on social media: From selfies to the co-construction of intimacies through shared pictures. *Social Media+Society*, 2(2), 1-10. <https://doi.org/10.1177/2056305116641705>
- Mishna, F., Cook, C., Gadalla, T., Daciuk, J. y Solomon, S. (2010). Cyber bullying behaviors among middle and high school students. *American journal of orthopsychiatry*, 80(3), 362-374. 10.1111/j.1939-0025.2010.01040.x
- Mizuko, I., Gutiérrez, K., Livingstone, S., Penuel, B., Rhodes, J., Salen, K., Schor, J., Sefton-Green, J. y Watkins, C. (2013). *Connected Learning: An Agenda for Research and Design*. Digital Media and Learning Research Hub. www.dmlhub.net/publications
- Nissenbaum, H. (2010). *In Privacy in Context: Technology, Policy, and the Integrity of Social Life*. New York University.
- Papacharissi, Z. (2009). The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New media & society*, 11(2), 199-220. https://zizi.people.uic.edu/Site/Research_files/VirtualGeographiesFacebook.pdf
- Papalini, V. y Remondino, G. (2008). Cultura masiva y procesos de subjetivación contemporáneos. *Oficios terrestres*, 21, 154-165. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/45626>

Petronio, S. (2002). *Boundaries of privacy: Dialectics of disclosure*. Suny Press.

Quinn, K. (2016). Why We Share: A Uses and Gratifications Approach to Privacy Regulation in Social Media Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(1), 61-86. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1127245>

Remondino, G. (2012). Blog y redes sociales: un análisis desde las tecnologías de la gubernamentalidad y el género. *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, 12(3), 51-69. <https://www.redalyc.org/pdf/537/53724611004.pdf>

Rodríguez-Illera, J.L., Martínez-Olmo, F., Rubio-Hurtado, M^a. J. y Galván-Fernández, C. (2021). Las prácticas de publicación de contenidos de los jóvenes en las redes sociales. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 60, 135-151. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.74025>

Rodríguez-Groba, A., Martínez-Piñeiro, E. y González-Villa, A. (2021). Lights and shadows in the e-communication of Galician pre-teens. *IEEE Revista Iberoamericana de Tecnologías del Aprendizaje*, 16(1), 122-131. 10.1109/RITA.2021.3052675

Rose, N. (2003). Identidad, genealogía, historia. En S. Hall y P. Du Gay (Coords.), *Cuestiones de identidad cultural* (pp. 214-249). Amorrortu.

Sánchez, H., Reyes, R. y Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnología y Humanística*. Universidad Ricardo Palma.

Serrano-Tellería, A. (2017). *Between the public and the private in mobile communication*. Taylor and Francis.

Shane-Simpson, C., Manago, A., Gaggi, N. y Gillespie-Lynch, K. (2018). Why do college students prefer facebook, twitter, or instagram? Site affordances, tensions between privacy and self-expression, and implications for social capital. *Computers in Human Behavior*, 86, 276-288. 10.1016/j.chb.2018.04.041

Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.

Sibilia, P. (2012). *El hombre postorgánico: cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Fondo de Cultura Económica.

Skjong, R. y Wentworth, B. (17-22, June 2001). Expert Judgement and risk perception. *The Eleventh International Offshore and Polar Engineering Conference* [Conference presentation]. International Society of Offshore and Polar Engineers, Stavanger, Norway. <http://research.dnv.com/skj/Papers/SkjWen.pdf>

Soto-Flechas, L. (2021). Entre juegos de autenticidad, idealización y cuidado de sí en Facebook. *Trabajos Sociales*, 1(23), 97-127. <https://doi.org/10.15446/ts.v23n1.87692>

Splichal, S. (2018). Publicness–privateness: the liquefaction of “the Great Dichotomy”. *Javnost-The Public*, 25(2), 1-10. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1424004>

Tarullo, R. (2020). ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones. *Revista Prisma Social*, (29), 222-239. <https://revistaprismasocial.es/article/view/3558>

- Thompson, J. B. (2011). Los límites cambiantes de la vida pública y la privada. *Comunicación y sociedad*, (15), 11-42. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i15.1138>
- Thorhauge, A.M., Demant, J.J. y Krogager, S.G. (2020). Intimacy and visual communication in social media. *MedieKultur*, 36(67), 1-5. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v36i67.118198>
- Urrutia, V. G. y Jiménez-Figueroa, A. (2022). Identidad en la era digital: construcción de perfiles en redes sociales en adolescentes chilenos/as. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 29, 1-24. <https://doi.org/10.29101/crcs.v29i0.17430>
- Vanderhoven, E., Schellens, T. y Valcke, M. (2014). Educating teens about the risks on social network sites. An intervention study in secondary education. *Comunicar*, 22(2), 123-131. https://www.scipedia.com/public/Vanderhoven_et_al_2014a
- Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of social media*. Oxford University Press.
- Van Dijck, J., Poell, T. y De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Walrave, M., Ponnet, K., Vanderhoven, E., Haers, J. y Segaert, B. (Eds.). (2016). *Youth 2.0: social media and adolescence*. Springer.
- Walsh, M.J. y Baker, S.A. (2017). The selfie and the transformation of the public-private distinction. *Information, Communication & Society*, 20(8), 1185-1203. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1220969>
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. Profile books.