

Reflexión sobre la Segregación de la red social Instagram

Fernando Ezequiel Pacheco Valenzuela *

Universidad Nacional de Córdoba

Recibido: 5/9/2024 – Aprobado: 12/3/2025

Resumen:

Instagram es un espacio anti-segregativo, quiere decir que los usuarios poseen las mismas condiciones; porque hay una fijeza en los lugares. Sin embargo, es por medio del mismo uso, se ocasiona una transición de lo universal a lo particular. El algoritmo es el encargado de establecer segregaciones personalizadas. El objetivo es indagar cómo el funcionamiento algorítmico produce prácticas segregativas en los usuarios. La segregación es un movimiento desapercibido, consiste en excluir lo extraño, porque no coincide con las preferencias. Pero se desarrolla al mismo tiempo una apropiación de intereses propios. Sin embargo, un algoritmo necesita de datos del usuario, para luego mostrar imágenes que se articulen a la preferencia del perfil. La metodología abarca un análisis bibliográfico sobre el Psicoanálisis Lacaniano, conceptos como: goce, escabel y lo Imaginario. Por otro lado, la filosofía de la técnica posibilitó un acercamiento sobre el algoritmo y se tomaron aportes sociológicos para reflexionar sobre la revolución digital.

Palabras clave: *Instagram*, Algoritmo, Segregación.

Abstract:

Reflection on the Segregation of the Instagram Social Network.

Instagram is an anti-segregative space, which means that users have the same conditions; because there is a fixity in places. However, it is through the same use, that a transition from the universal to the particular is occasioned. The algorithm is in charge of establishing personalized segregations. The objective is to investigate how algorithmic functioning produces segregative practices in users. Segregation is an unnoticed movement, it consists of excluding the strange, because it does not coincide with preferences. But at the same time an appropriation of self-interests develops. However, an algorithm needs user data, to then show images that are articulated to the profile preference. The methodology includes a bibliographic analysis of Lacanian Psychoanalysis, concepts such as: jouissance, footstool and the Imaginary. On the other hand, the philosophy of technology made it possible to approach the algorithm and sociological contributions were taken to reflect on the digital revolution.

Keywords: *Instagram*, Algorithm, Segregation.

Iniciar sesión

Cabe destacar que se reflexiona sobre una serie de elementos y espacios virtuales de *Instagram*. Ya que abordar la red social de manera completa es una tarea imposible de llevar a cabo. Por lo tanto, la decisión es indagar sobre ciertas secciones que utilizan de manera frecuente los usuarios.

Es importante mencionar que *Instagram* posee múltiples algoritmos ubicados en distintos lugares de la red social. Según lo explicó el director de la red social y empresario estadounidense Adam Mosseri (2023). Las secciones en dónde se ubican los algoritmos son las siguientes: El *Feed*, las historias, *Explore* (Explorar) y los *Reels*. Cada algoritmo se adapta

*fernando.pacheco@mi.unc.edu.ar

según el uso de cada usuario en singular. Cabe destacar el objetivo a cumplir consiste en lograr desarrollar una adecuación personalizada de imágenes. De esta manera, poder lograr que el usuario se identifique con los contenidos plasmados. Dicha respuesta algorítmica, en el caso de *Instagram* consiste en distintas imágenes digitalizadas que son establecidas a través de un conjunto de símbolos lógicos en donde presentan ciertas variaciones, pero son ejecutadas siempre a través de los dígitos 0 y 1 (Baricco, 2018). Por medio de este cifrado (0 y 1), en palabras de Lacan (1954), “Somos capaces de representar todo lo que se presenta” (pág. 422). A continuación se reflexiona lo mencionado anteriormente a partir de las secciones de *Instagram*.

El Feed:

Es la sección inicial y tal como lo dice Mosseri (2023), el *Feed* constituye la base personalizada de cada cuenta. Abarca contenidos heterogéneos de quienes publican. En la mayoría de los casos, se trata de aquellas cuentas que sigue el usuario y a su vez, el algoritmo establece recomendaciones de contenidos sobre cuentas que aún no se sigue pero que pueden llegar a interesar. Ahora bien, cabe cuestionar ¿El algoritmo cómo sabe aquello que puede interesarle al usuario? Es a partir de ciertos factores que provienen de quién está usando *Instagram*, como por ejemplo; los “me gusta”, a qué cuenta siguió recientemente, a quién sigue o interacciones recientes con determinados perfiles (Mosseri, 2023). En síntesis, el quehacer del objeto algoritmo en el *Feed* consiste en lo siguiente; se trata de una serie de pasos en donde se clasifican un conjunto de contenidos, por un lado las publicaciones recientes de perfiles que se sigue y por el otro, contenido de cuentas que no se siguen pero es probable que pueda llegar a ver un cierto interés. La finalidad es lograr una serie de predicciones por medio de un estimado sobre la probabilidad de que el usuario interactúe con una publicación (Mosseri, 2023). A su vez, se toma en cuenta cuanto tiempo se pasa el usuario frente a la imagen. Otro dato a considerar es si el usuario comentó o no el contenido, también si compartió la imagen y si frente a la publicación tocó la foto del perfil. Mientras más de estas acciones se lleven a cabo por el usuario sobre ciertas imágenes (y no sobre otras), más se mostrarán este tipo de contenido. El algoritmo establece una segregación clasificatoria al respecto, aquellas publicaciones donde el perfil interactuó más, aparecerán luego en la sección de inicio y al principio del *Feed*. Con el objetivo de volver a mostrar el contenido porque, en términos psicoanalíticos, se relaciona con el plus-de-goce del usuario. O sea, una repetición constante en búsqueda de algo perdido, el psicoanalista francés lo denomina “Migajas de goce” (Miller J., 2011). Se manifiesta por medio de objetos creados por la ciencia y la técnica, los denominados *Gadgets*. Producen una satisfacción efímera e instantánea y al mismo tiempo provocan la falta en gozar, se trata de un goce perdido que es parcialmente recuperado. En síntesis, lo que acontece en el *Feed* se relaciona con el plus-de-gozar porque consiste en volver a ver imágenes personalizadas de manera ilimitada, ya que una sola no basta para saciar la mirada del usuario. En contraposición, aparecerán más abajo publicaciones que se alejan del interés personal y pueden llegar a no ser vistas.

La Historia

Es una sección destinada a representar a cualquier usuario, consiste en una exposición sobre una imagen o también un video efímero, la misma tiene la característica que solo dura veinticuatro horas. Si el usuario no la “destaca” (opción que posibilita a que una historia

perduré más tiempo), no aparecerá más sobre el muro de *Instagram*. Lo interesante es que en las historias de los usuarios circulan imágenes semejantes en distintas cuentas, porque algorítmicamente se determina aquello que se tiene que ver e impide también que circulen otro tipo de contenido audio-visual. Se repiten imágenes de mascotas, lugares, comidas y publicaciones sobre vínculos cercanos, tales como amigos, familiares o una relación amorosa.

Cabe reflexionar sobre cómo la historia influye en la manera en que el Yo del usuario se muestra en *Instagram*. Consiste en que cada perfil luego de publicar (se) y en la mayoría de los casos, recibe en un segundo tiempo un *Feedback* por parte de sus seguidores. Es por medio de una respuesta provenientes de los otros, se establece una pregnancia imaginaria en dónde el usuario se apropia de su imagen gracias a la aprobación de perfiles semejantes al suyo.

A su vez cada cuenta puede ver las historias de los demás. Aquí el algoritmo, a diferencia de la sección del *Feed*, solo perfila la mirada en aquellas imágenes que el usuario está siguiendo. El algoritmo, establece un seguimiento allí donde el usuario realiza una serie de señales (Mosseri, 2023) para que *a posteriori* se presente desde un inicio ciertas historias y no otras. Se trata de un historial de visualizaciones con el fin de priorizar cuentas que no se quieren perder su contenido, también un historial de interacciones (me gusta, enviar un mensaje y compartir) y por último se analiza el vínculo de quién publica y el usuario, si existe un intercambio reciente en la red social o no. A partir de estas señales, se realiza luego una serie de predicciones de aquellas imágenes que resulten más relevantes y valiosas. Por lo tanto, aquellas que el usuario destacó más señales serán las cuentas que luego aparecerán primeras en la bandeja de historias.

Los Reels

Es importante indagar en torno a cómo se estructura la relación del usuario con su goce y la imagen que viene a promover dicho encuentro. Para dar cuenta de esta explicación, se aborda el funcionamiento de la sección denominada: *Reels*. Se trata de múltiples videos de corta duración y su función es promover el entretenimiento singular. Aquí el contenido que es visto proviene de cuentas que no se siguen, se trata de descubrir perfiles nuevos que sea compatibles a la manera de gozar. En relación al algoritmo, lleva a cabo su accionar a partir de las señales. Ya sea por medio de la actividad del usuario (me gusta, compartir, comentar o guardar), el historial de interacción (con respecto a la cuenta que publicó el *Reel*), también considera la información sobre el *Reel* (por ejemplo la ubicación) y datos relacionados a la cuenta (señales de popularidad) (Mosseri, 2023). Posibilitando en un segundo momento, reordenar *Reels* que pueden llegar a ser interesantes para el usuario.

Al mismo tiempo, el algoritmo trata de censurar ciertos *Reels* que se alejan de su lógica, el director de *Instagram* Adam Mosseri (2023) desarrolla la siguiente lista; “Videos de baja resolución, tienen marcas de agua, también los que son silenciados, o tienen principalmente texto, bordes, se centran en temas políticos y los que ya fueron publicados” (pág. 6).

Desde una perspectiva psicoanalítica, se toma el aporte de Jacques Alain Miller del término: “Imagen Reina” (1995) para explicar la manera en cómo hay ciertas preferencias en los *Reels* que los usuarios deciden mirar. Para comenzar, es importante definir qué se entiende por Imagen Reina, se trata de una imagen proveniente del registro imaginario que tiene el mismo estatuto del significante amo (S1) en lo simbólico. Sin embargo, más allá de esta equiparación, al mismo tiempo radica una diferencia que se debe considerar; el sujeto se identifica a partir del significante amo para sostener su existencia, el S1 es el representante del sujeto frente a

otro significante (Lacan J. A., 1964-1965) pero la Imagen Reina no representa al sujeto, sino más bien que coordina y se amarra con el goce (Miller J. A., 1995).

Ahora bien, no todos los *Reels* que aparecen frente al usuario son consideradas imágenes reinas, al igual que no todos los significantes son significantes amos para el sujeto. Todo depende de cada caso en singular para identificar cuáles son aquellas imágenes que se articulen a los modos de goce del usuario, esta es la tarea que le convoca al algoritmo. Porque a su vez también circulan otras imágenes que tienen un alcance masivo, se las denominará a las mismas como la “Imagen masiva”. En otras palabras, son imágenes que cuando se vuelven tendencia en *Instagram*, llegan a la vista de todos los perfiles en el momento que ingresan a la plataforma. Más allá si coincide con el gusto del usuario o no. Se trae un ejemplo para explicarlo, el futbolista argentino Lionel Messi luego del partido mundialista contra Países Bajos estaba dando una conferencia a la prensa y cuando se acercó un jugador adversario dijo lo siguiente: “Que miras bobo, anda pa’ allá bobo”. Una gran cantidad de usuarios en *Instagram* vio este *Reel* por su alcance masivo y sin importar si está interesado en escuchar al futbolista. Se trata de una imagen que impone su sentido más allá del deporte e ingresa algorítmicamente a las cuentas de los usuarios. Porque para formar parte de la comunidad virtual es necesario ver todo aquello que los demás están destacando, se trata de habitar en la sociedad de la transparencia y consiste que todo debe y tiene que ser visto (Wajcman, 2011). En relación a lo anterior, es necesario hablar del llamado “efecto marea” (Barrico, 2018) por el cual el usuario nada libremente ya que las restricciones existen pero son nulas y las posibilidades de circular en la red social son extensas, sin embargo hay ciertas corrientes colectivas (se trata de los demás perfiles) que engloban a la cuenta singular del propio usuario. En otras palabras, son los otros perfiles que juegan un papel importante en cómo el usuario constituye su manera ver en este espacio virtual.

Sin embargo, más cerca del alcance masivo que tienen las imágenes virales, se encuentra lo que reina y se configura de acuerdo a un plus-de-preferencias de cada usuario, en dónde es provocado por su relación íntima con el algoritmo. Aquí no se cita un ejemplo porque depende del caso por caso, usuario por usuario. Por lo tanto, se invita al lector a ingresar a su propia cuenta de *Instagram* e ir a la sección de *Reels* y aquellas imágenes que se repiten una y otra vez en el transcurso del tiempo, podrían llegar a ser consideradas sus propias imágenes reinas (Miller J. A., 1995).

Explorar

Cabe destacar que este espacio virtual, es representado por medio del símbolo de una lupa y no es casualidad, ya que el usuario cuando ingresa a “Explorar” va poder descubrir contenidos nuevos y estructurados en una cuadrícula que incluye fotos o videos sobre cuentas que no sigue pero pueden llegar a interesarle (Mosseri, 2023). Tal como se viene anticipando, el algoritmo de esta sección realiza una serie de movimientos para abarcar una nueva visualización de contenidos personalizados. Para poder llevar a cabo dicho procedimiento, mira el accionar del usuario. O sea los me gusta, los comentarios realizados y/o también publicaciones guardadas con anterioridad. En un segundo movimiento, ordena según los intereses del usuario y el objetivo es aumentar la probabilidad de hacer algo con la publicación (Mosseri, 2023). Se trata de “Explorar” y seguir conociendo acerca de los gustos personales que aún no se sigue. En otras palabras, la finalidad es ampliar la mirada en aquellos perfiles que cada usuario se siente identificado con los contenidos visuales plasmados. Tal movimiento, lo puede lograr el algoritmo. De esta manera se integran a las preferencias personalizadas y se

excluye al mismo tiempo, lo que el usuario no está interesado en mirar. O sea, imágenes que se alejan de su manera auto-erótica de gozar.

Segregación(es)

Los movimientos algorítmicos mencionados con anterioridad, ocasionan operaciones segregativas. Cabe destacar, que cada usuario tiene las mismas posibilidades que cualquier otro usuario cuando ingresa a la red social. En cada perfil se repiten las mismas secciones; está la sección del *Feed*, el buscador, la opción de mandar mensajes directos, los *Reels*, las historias, la opción de publicar algún contenido, entre otras. Los usuarios navegan en un espacio universal al que es posible acceder con tan solo descargar la aplicación, no existe una sección destinada a ser vista por un usuario en singular porque la idea es habitar un espacio en común. Ahora bien, cabe cuestionar ¿Cómo se establece el pasaje de lo universal y anti-segregativo a la segregación personal?

Para dar una posible respuesta, se remite a lo que advirtió Lacan en 1967: “Nuestro porvenir de mercados comunes encontrará su contrapeso en la expansión cada vez más dura de los procesos de segregación” (pág. 276). Se podría reflexionar que el “mercado común” (tal como lo dice el psicoanalista francés) es contextualizado e interpretado a partir de *Instagram* y por medio del uso de cada usuario se genera la segregación al perfil. Un uso que no tiene un fin temporal y que es comando por algoritmos que capturan lo necesario para lograr la atención y mostrar la preferencia al usuario (Berti, 2022). Ocasionando un movimiento segregativo por medio de una asimilación sobre un plus-de-imágenes en relación al interés del usuario y también de manera simultánea, un rechazo a contenidos que se alejen de esta lógica personalizada. Se trata de un rechazo a lo Otro para lograr una identificación a imágenes provenientes de lo que le gusta al usuario.

Cabe destacar lo siguiente, el mínimo número de integrantes para cualquier manifestación de una operación segregativa en *Instagram*, son dos usuarios. Que se pueden integrar o excluirse la segregación. Al fin y al cabo, no hay que olvidar que *Instagram* es una red social y los integrantes de la comunidad buscan conectarse a un otro, se trata de establecer un lazo. A partir de que existe un goce en común con cierto tipo de imagen, se establecen pseudo-lazos entre los miembros. A continuación se explorará sobre los distintos tipos de segregaciones y además, cuál es la posición que ocupa el usuario en torno a las mismas.

• *Lista de Mejores Amigos:*

Esta sección permite al usuario desarrollar una lista de perfiles que integren a una comunidad segregada y diferenciada de otros seguidores excluidos. Posibilitando una posición activa por parte del usuario para seleccionar aquellas cuentas que forman parte del listado, los perfiles seleccionados tienen acceso a publicaciones más íntimas y son un tipo de historia que se diferencia de las conocidas por un signo distintivo. Se trata del color verde que bordea la imagen circular de cada perfil y esta característica indica al usuario que fue seleccionado para pertenecer a la lista de mejores amigos de esa cuenta en particular. Cada perfil le dará un uso singular y por medio del mismo se re-significará la lista para adecuarla a intereses personales, se trata de publicaciones diferentes a cómo se muestran en una historia destinada para el total de sus seguidores, los contenidos varían de acuerdo a cada usuario. Por ejemplo, hay quienes muestran solamente en la lista de mejores amigos imágenes graciosas para generar un intercambio con el otro de acuerdo al humor. Por otro lado, también existe la no relación sexual en *Instagram* y cada usuario intentará relacionarse con el otro sexo a su manera y en la lista se

utiliza en ocasiones para intentar llegar a otro usuario por medio de imágenes que despierten esté interés. A su vez, hay ciertos perfiles que se muestran vulnerables en esta sección y por ejemplo suben imágenes llorando. Cabe destacar que no todos los perfiles están interesados en crear la lista, la creación radica en la singularidad del usuario.

- *Bloquear cuenta:*

Es una herramienta a disposición del usuario para excluir a otra cuenta en relación a su contenido propio. En otras palabras, a partir de una decisión singular, el usuario prohíbe a otro perfil el acceso a sus imágenes, mandar un mensaje y encontrar su perfil en el buscador. Cabe destacar, que la cuenta bloqueada no se le notificará sobre este procedimiento segregativo. El usuario hace desaparecer su perfil ante la mirada de la cuenta bloqueada, toma una posición activa en relación a quién puede bloquear y desbloquear en cualquier momento que decida hacerlo. Posee un poder sobre quiénes son los integrantes de la burbuja segregada que integran su perfil, entre ellos hay un acceso directo sobre el contenido publicado y para comunicarse al usuario. Sin embargo y en contraposición, existe el lugar de los excluidos de esta burbuja segregada, lo sorprendente es que no saben sobre su posición porque no recibieron una notificación al respecto. Todos los usuarios son presos de esta lógica en dónde no hay un límite claro entre ser amo y verdugo de este asunto, porque al igual que cualquier perfil sabe que puede bloquear a un otro, lo que no se sabe es que puede haber una cuenta que haya bloqueado al usuario. Por lo tanto, se trata de una segregación total y el usuario puede tener dos posiciones al respecto; ser el segregador o ser segregado.

- *Cuenta privada/pública:*

Instagram ofrece la manera en cómo es vista la cuenta, a partir de dos opciones y el usuario decide cuál es más pertinente según su caso. Por un lado, se ubica la cuenta Pública que consiste en que cualquier perfil podrá ver las publicaciones del usuario. De esta manera la cuenta está en presencia de una mirada amo absoluta y total (Wajcman, 2011), su perfil es completamente transparente, tampoco hay un límite a su disposición para poder controlar quién podría ver o no ver su contenido. Porque al ser una cuenta pública basta con poner su nombre y la información aparecerá en un instante. Por lo tanto, la opción de una cuenta pública constituye una segregación extensa y de fácil acceso. Quienes quieren acceder, solo basta con buscar el perfil y mirar su contenido.

Por otro lado, el usuario puede decidir hacer su cuenta privada y la característica principal es que solo aquellos seguidores aprobados, podrán ver el contenido del perfil. Esta otra manera de visibilidad es una posición diferente del usuario frente a la mirada del otro, no se trata de una mirada absoluta (cómo la anterior) sino que aquí se reduce el acceso al perfil, por lo tanto la operación segregativa estará comandada por el mismo usuario. Él mismo decide quién accede o quién queda afuera de su perfil, aquellas cuentas segregadas no podrán ver las publicaciones. A partir de haber recibido una solicitud de un seguidor nuevo, el usuario tiene el *ultimátum* para incluirlo o no a su burbuja segregativa. Por lo tanto, es de esta manera que el usuario moldea a su merced quienes integran el acceso a la cuenta, posee la característica de ser un público selectivo quienes integran este espacio.

- *Operación algorítmica: Segregación Singular y Segregación Colectiva*

Se trata de dos operaciones segregativas establecidas por el algoritmo a partir de los *inputs* del usuario y a su vez es facilitada por la estadística. Cabe recordar que lo fundamental siempre son los datos singulares (Berti, 2022), sean “me gustas”, o comentarios y también aquí se incluyen los rechazos a la imagen. Como por ejemplo; seleccionar en una imagen “este tipo de

contenido no me interesa”. De esta manera, el algoritmo determina movimientos segregativos del usuario, por medio de una repetición y localización de imágenes (*outputs*) que son semejantes a las que le había gustado o destacado en un primer momento, ocasionando de esta manera una burbuja segregativa al usuario que siempre se ira permeando y moldeando según su manera de gozar. Por lo tanto, es de esta manera que se podría localizar una segregación singular del algoritmo para cualquier usuario de *Instagram* y se integra por medio de imágenes. Ahora bien, surge la pregunta ¿Por qué es una segregación singular y no colectiva? Esto se debe porque por más de que una misma imagen llega a distintas cuentas, todas las imágenes destinadas al usuario no se repiten en ningún otro usuario. Esto se puede verificar cuando dos usuarios acceden al mismo tiempo hacia la sección denominada: “Explorar” y podrán ver por su cuenta que tendrán imágenes muy diferentes al otro, a pesar de que puede llegar a coincidir una imagen en común. A cada usuario se le establece un muro de imágenes (Wajcman, 2011) personalizadas y singulares que son diferentes a otro usuario.

Por otra parte y en simultáneo, resulta importante destacar que el usuario en singular no es el único que ve imágenes en *Instagram*, siempre están los otros (perfiles) y cada uno de ellos está determinado por sus algoritmos. A veces suele suceder, un entrecruzamiento de usuarios y algoritmos, que provoca la mirada de los mismos contenidos. De esta manera se establecen burbujas segregativas colectivas y para formar parte de esta masa (Freud, [1920-1921(2013)]) es por medio de un requisito común sobre ciertas imágenes. Quienes se integren o establezcan una identificación sobre la misma, serán incluidos en esta operación segregativa colectiva y aquellos que por una decisión algorítmica no les llega este tipo de imagen serán ajenos a la operación segregativa. De esta manera, se podría decir que la posición del usuario es completamente pasiva en estos tipos de segregación. Porque el algoritmo lo posiciona en un lugar segregado en particular y no en otro.

No todos los perfiles conforman la misma segregación, estar adentro o ser excluido del mismo, depende de la manera de goce en singular con el objeto y esta imagen posee la característica de ser gozada por más de un usuario. También el algoritmo realiza otra tarea, consiste en enumerar y mostrar a los miembros de una segregación. Todos los usuarios forman parte de alguna manera sobre una o varias de las múltiples maneras de imágenes segregadas de *Instagram*. Porque cada uno le hace saber al algoritmo que aquello que está viendo es de acuerdo a su interés a partir de recursos imaginarios: ya sean los me gusta o comentando la publicación, y el objeto algorítmico muestra distintos nombres de perfiles que también establecen el mismo movimiento valorativo en cualquier publicación de *Instagram*. Se podría decir que por medio de una repetición constante de distintas imágenes similares relacionadas a temas en específico (tales como la política, el deporte, reality, la música, el arte, la gastronomía, entre otros) se puede apreciar ciertos perfiles que se hacen presente a partir de comentarios realizados en la publicación o por medio de un me gusta a la misma y cuando se ven los mismos nombres reiteradamente, se podría decir que conforman la misma burbuja segregativa colectiva, son miembros de la misma masa (Freud, [1920-1921(2013)]) virtual.

En síntesis, cuando el algoritmo coincide con el algoritmo del otro por medio de una manera de gozar en común, ambos están incluidos en una segregación social (Bassols, 2017). Se trata de una burbuja permeada y distribuida por algoritmos en dónde cada usuario es determinado a un espacio virtual y no a otro. Lo importante es incluir al usuario en una burbuja segregativa, sea cuál sea, porque es de esta manera que se siente conectado a un otro a través de las imágenes y se logra el objetivo del algoritmo: usuarios que sigan usando *Instagram*.

El usuario siendo Otro

Para no caer sujetos a una lógica del consumo que se integra por medio de un plus a gozar sobre las imágenes de *Instagram*. Se busca un cuestionamiento y una salida sobre la posición algorítmica que determina a la figura de un ideal usuario de *Instagram*. Resulta que el objeto algoritmo en su vertiente capitalista solo posibilita una manera de conectarse y vincularse con la red social (Berti, 2022), delimitando una alienación a un modo de ser. Por lo tanto, el objetivo es utilizar al algoritmo de un modo diferente, para que los usuarios se vinculen con sus propias cuentas de otro modo posible. Se trata de ir más allá de lo que dictamina el algoritmo, darle un lugar al usuario para que (se) cuestione dónde está en *Instagram*, los contenidos que mira, cuáles son las imágenes que publica y quienes son aquellos perfiles por los cuales se establece un intercambio social. Entonces para poder llegar a cierto devenir, la presente investigación toma dos fuentes complementarias. Por un lado, opciones que brinda *Instagram* y por el otro, un concepto psicoanalítico que aporta un medio para ser un usuario diferente al ideal propuesto algorítmicamente. A continuación se explica la primera fuente utilizada.

Un uso diferente de lo mismo

Se trata de usar las mismas secciones que brinda la red social para educar al algoritmo y repercutir en otra posición frente a las imágenes digitales. Se reflexiona acerca de los siguientes espacios virtuales.

- ***No me interesa***

Frente a una imagen que no es de su agrado, el usuario puede seleccionar el apartado “No me interesa”. Se trata de un *input* que no es utilizado por la mayoría de los perfiles pero es una herramienta útil. Ya que posiciona al usuario en un accionar sobre los contenidos que está mirando y educa al algoritmo para que publicaciones relacionadas al estilo dejarán de sugerirse durante treinta días. Cabe destacar que el usuario puede (si lo prefiere) justificar el motivo por el cual no le interesa el contenido.

- ***Me interesa***

Caso contrario sucede cuando hay una imagen que si resulta ser de agrado para el usuario, frente a la misma cualquier perfil puede seleccionar “Me interesa” y por medio de esta función, el algoritmo aprende para que aparezcan *a posteriori* durante los próximos treinta días sugerencias que se vinculen directamente sobre el contenido interesado. Cabe destacar, que *Instagram* posibilita dicho accionar solamente en los *Reels* y no sobre los restantes tipos de contenidos.

- ***Ocultar***

Consiste en una de las opciones presentes en las publicaciones del *Feed*. A partir de seleccionar la imagen de esta manera, surge un ocultamiento de la misma y desaparecerá ante la mirada del usuario. No obstante, se podrán seguir viendo publicaciones de este estilo pero las mismas aparecerán más abajo en la sección del *Feed*. Por lo tanto, deja de ser la prioridad del usuario mirar este tipo de contenido porque su preferencia radica en otras imágenes.

- ***Reportar***

Los reportes consisten en una opción que posee el usuario para poder denunciar alguna cuenta que no está cumpliendo la buena convivencia en la red social. Debido a que el perfil

reportado está publicando contenido inapropiado o tiene conductas que estén en contra de la política de uso de la red social (Ministerio de Justicia, 2024). El motivo de la denuncia puede ser por una publicación concreta o “algo sobre esta cuenta”, la segunda opción enumera los siguientes enunciados: “No quiero ver esto”; “Estafa, fraude o spam”; “Desnudos o actividad sexual”; “Violencia, odio o explotación”; “Bullying o contacto no deseado”; “Suicidio, autolesión o trastornos alimenticios”; “Venta o promoción de artículos restringidos”; “Información falsa” y “Otro motivo”. Una vez realizada la reportación, *Instagram* lo utiliza para mostrar menos contenido de este tipo en el futuro y cabe destacar que los reportes son llevados a cabo de manera anónima. Posibilitando de esta manera, un movimiento desapercibido y activo por parte del usuario para delimitar el contenido visual.

- *Agregar a favoritos*

Es una operación guiada de acuerdo a la preferencia del usuario pero existe una diferencia con respecto a la posición que adopta en la red social, porque no se trata de mirar imágenes a partir de la lógica algorítmica, sino utilizar el algoritmo y poseer el *ultimátum* sobre aquello que se busca ver. Consiste que frente a ciertos contenidos en donde se busca un seguimiento más detallado y diferenciado de los demás, cada usuario puede seleccionar a ciertos perfiles en la opción de “favoritos” y formarán parte de un listado personalizado y desarrollado por la cuenta. Luego, el usuario cada vez que ingresa a su *Feed*, puede ir a la opción mencionada y aparecerán publicaciones de aquellos perfiles destacados. Posibilitando un seguimiento exclusivo de acuerdo a lo que dictamina el usuario, se trata de perfilar una mirada más cercana de acuerdo a quién está usando la red social.

Última enseñanza para buscar un inicio

En lo que respecta a la segunda fuente, se trata del término Escabel. Es desarrollado por Lacan en su última enseñanza. Se trata de aquello que se sirve cada cuerpo hablante para elevarse a la dignidad de la cosa, elevarse sobre sí mismo para hacerse bello. Ocasionando de esta manera, un usuario que deje de ser esclavo del algoritmo para poder devenir conforme a una nueva posición de su propia cuenta.

De cierta manera, el escabel condensa dos elementos importantes. Por un lado, se trata de la sublimación que es entendida por Freud (1915) cómo uno de los destinos de la pulsión y en dónde se permuta la meta sexual originaria por una diferente pero psíquicamente emparentada, provocando una satisfacción sin represión. Por otro lado, el segundo elemento que conforma al escabel es el narcisismo, pero una concepción sobre el mismo que no se reduce a la imagen sino que se trata de la creencia que permite enlazar el ser hablante al cuerpo, porque esté último pertenece al registro del tener y no del ser (Laurent, 2016). Por lo tanto, se trata de buscar y/o devenir en algún usuario que sublime y (se) eleve sobre la imagen en torno a su manera narcisista singular. Dejando de lado cánones pre-establecidos por el algoritmo, más bien usar este objeto de una manera tal que permita ver una imagen diferente a todas aquellas similares que circulan en la actualidad. La apuesta de la investigación es promover una nueva posibilidad de ser y estar en *Instagram*. Para ello es importante primero cuestionar aquello visible a simple vista para ocasionar en un segundo momento, un espacio y respeto a la subjetividad propia de cada usuario. Hacer surgir lo contingente para dejar de caer en la repetición de lo universal. Un ejemplo de ello es la cuenta “algo.ritmoig”, se la puede buscar en *Instagram*. En la misma se pueden ver los aportes relevantes de la investigación. De esta manera, es un perfil de acuerdo

a una posición del investigador que cuestiona las posiciones segregativas generadas por los algoritmos.

Conclusiones

En primer lugar, el recorrido de la investigación inicia sobre cómo los distintos algoritmos establecen operaciones segregativas de acuerdo a las señales de cada usuario. Dependiendo la sección que sea (*Feed*, *Historia*, *Reels*, *Explorar*), cada algoritmo cumple una función diferente. En dónde la finalidad es poder determinar al usuario en una operación de imágenes segregativas conformadas por un plus-de-goce, que acepta contenidos personalizados y se rechaza aquellos ajenos al mismo.

En segundo lugar, se citaron ciertos ejemplos en dónde ocurren movimientos segregativos en *Instagram* y a su vez, cuál es la posición que adopta el usuario. A veces puede ocupar un lugar activo en donde puede realizar operaciones segregativas, pero en la mayoría de los casos el usuario es el efecto de un movimiento algorítmico que lo posiciona en un tipo de imagen segregativa y no en otra.

Por último, se mencionaron y explicaron ciertos ejemplos que se pueden utilizar para darle una lógica diferente al algoritmo, opciones que posibilitan darle un uso diferente a *Instagram*. Darle un lugar privilegiado al usuario para que se manifieste de acuerdo a su deseo, en contraposición de una operación segregativa algorítmica que lo determina en la lógica imperativa capitalista. Para ello se utiliza el algoritmo pero a partir de un uso diferente, cuestionar las mismas imágenes que se ven siempre para mirar otro tipo de contenido. Un ejemplo puede llegar a ser la cuenta “algo.ritmoig”. Se invita al lector a mirar su contenido para seguir reflexionando pero ahora en el mismo objeto de estudio, la red social *Instagram*.

Referencias

- Baricco, A. (2018). *The Game*. Barcelona: Anagrama.
- Berti, A. (2022). *Nanofundios*. Crítica de la cultura algorítmica. Córdoba: UNC, La Cebra.
- Chul Han, B. (2015). *La sociedad del cansancio*. Argentina: Herder.
- Freud, S. ([1920-1921(2013)]). *Psicología de las Masas y Análisis del Yo*. España: RBA PENSAMIENTO.
- Freud, S. (1915). *Pulsiones y destinos de pulsión*. Amorrortu editores.
- Gómez, M. (2012). *Psicoanálisis e investigación científica. Perspectivas y posibles abordajes*. Tesis, 171-185.
- Justicia, M. d. (Junio de 2024). Argentina.gob.ar. Obtenido de Argentina.gob.ar: <https://shorturl.at/MbmlB>.