

XII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVII Jornadas de Investigación. XVI Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. II Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. II Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2020.

# Autopresentación en línea en América Latina.

Díaz Kuaik, Iliana y Lupano Perugini, María Laura.

Cita:

Díaz Kuaik, Iliana y Lupano Perugini, María Laura (2020). *Autopresentación en línea en América Latina. XII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVII Jornadas de Investigación. XVI Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. II Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. II Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-007/940>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/etdS/GaF>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

# AUTOPRESENTACIÓN EN LÍNEA EN AMÉRICA LATINA

Díaz Kuaik, Iliana; Lupano Perugini, María Laura  
Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.

## RESUMEN

La autopresentación en línea es uno de los fenómenos más estudiados desde la creación de Internet (Chester, 2004; Kirwan, 2010). Refiere a la actividad deliberada dirigida a controlar la información otorgada sobre sí mismo para influir en la impresión formada por los otros (Chester & Bretherton, 2007; Goffman, 1959; Schlenker, 2012; Schlenker & Pontari, 2000). Si bien esta temática ha logrado gran difusión internacional, su estudio local es reciente. Este trabajo pretende sintetizar y describir los hallazgos obtenidos en América Latina en los últimos 10 años. Para ello se realizó una revisión bibliográfica del término en las siguientes bases de datos: Redalyc, Scielo, Dialnet, Doaj y SISBI, hallándose escasos estudios (N=22). Los países con mayor producción fueron Argentina (n=8), México (n=4), Brasil (n=4) y Colombia (n=3). En general se abocaron al estudio etnográfico de la imagen y el texto compartido en ellas en plataformas como Facebook, Tinder y LinkedIn (58.3%, 16.7% y 4.2% respectivamente). La evidencia empírica acumulada confirma el diseño y utilización estratégica de distintas versiones de sí mismo acorde a la audiencia de cada plataforma y los objetivos relacionales (Arcila, 2010; Di Prospero, 2011; Pérez, 2012). Estos resultados son congruentes con los hallados en otras culturas.

## Palabras clave

Autopresentación - Identidad - Internet - Revisión Latinoamericana

## ABSTRACT

### SELF-PRESENTATION ON LINE IN LATIN AMERICA

Self-presentation on line is one of the most studied phenomena since the creation of the Internet (Chester, 2004; Kirwan, 2010). Refers to the deliberate activity aimed at controlling the information provided on simism to influence the impression formed by others (Chester & Bretherton, 2007; Goffman, 1959; Schlenker, 2012; Schlenker & Pontari, 2000). If this theme has achieved great international diffusion, its local and recent studio. This work intends to synthesize and describe the halls obtained in Latin America in the last 10 years. For this, a bibliographic review of the term was carried out in the following databases: Redalyc, Scielo, Dialnet, Doaj and SISBI, finding few studies (N=22). The countries with the largest production were Argentina (n=8), Mexico (n=4), Brazil (n=4) and Colombia (n=3). In general, the ethnographic study of the image and the text shared on them on platforms such as Facebook, Tinder and LinkedIn (58.3%, 16.7% and 4.2% respectively). The accumulated empirical evidence confirms the design and strategic use of different

versions of simism according to the audience of each platform and the relational objectives (Arcila, 2010; Di Prospero, 2011; Pérez, 2012). These results are congruent with the hallmarks of other cultures.

## Keywords

Self-presentation - Identity - Internet - Review Latin America

## BIBLIOGRAFÍA

- Arcila, C. (2010). La presentación del sí-mismo en blogs y redes sociales. *Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 3(1), 139-189.
- Chester, A. & Bretherton, D. (2007). Impression management and identity online. En A. Joison, K. McKenna, T. Postmes, U. Relips (Eds.), *The Oxford handbook of Internet psychology* (pp. 223-236). Oxford: Oxford University Press.
- Chester, A. (2004). *Presenting the self in cyberspace: Identity play in MOOs* (Tesis doctoral). University of Melbourne. Recuperada de: [https://minerva-access.unimelb.edu.au/bitstream/handle/11343/38846/66015\\_00000534\\_01\\_chester.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://minerva-access.unimelb.edu.au/bitstream/handle/11343/38846/66015_00000534_01_chester.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Di Próspero, C. E. (2011). Autopresentación en Facebook: un yo para el público. *Revista latinoamericana de estudios sobre cuerpos, emociones y sociedad*, 3(6), 44-53.
- Goffman, E. (1959). *La presentación del yo en la vida cotidiana*. Madrid: Amorrortu.
- Kirwan, G. (2010). Cyberpsychology, *The Irish Journal of Psychology*, 31(1-2), 69-84. <https://doi.org/10.1080/03033910.2010.10446324>
- Pérez-Chirinos Churruca, V. (2012). Identidad y redes sociales: construcción narrativa del yo hipertextual. *Austral Comunicación*, 1(1), 9-25.
- Schlenker, B. R. (2012). Self-presentation. En M. R. Leary & J. P. Tangney (Eds.), *Handbook of self and identity* (pp. 542-570). New York, NY, US: The Guilford Press.
- Schlenker, B. R., & Pontari, B. A. (2000). The strategic control of information: Impression management and self-presentation in daily life. En A. Tesser, R. B. Felson, & J. M. Suls (Eds.), *Psychological perspectives on self and identity* (pp. 199-232). Washington, DC, US: American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10357-008>