

Influencers de Instagram y su impacto en la construcción del ideal de belleza en las mujeres universitarias de 18 a 25 años.

Daniela Restrepo Usma

Facultad de Comunicación Social para la paz

Universidad Santo Tomás

Contenido

1. Introducción.....	3
2. Planteamiento Del Problema	4
3. Pregunta Problema.....	7
4. Justificación	7
5. Objetivo General.....	8
6. Objetivos Específicos	8
7. Antecedentes.....	9
8. Marco Teórico	24
8.1. Belleza	24
8.1.1 La Belleza Ideal:	27
8.1.2 Belleza Espiritual:.....	27
8.1.3 Belleza Útil O Funcional:	28
8.1.4. Imaginario Social.....	29
9. Metodología.....	42
10. Técnicas De Investigación:.....	43
11. Resultados E Interpretación.....	50
12. interpretación de los objetivos planteados.....	67
13. Resultados E Interpretación Del Análisis De Imagen	68
14. Resultados de los objetivos planteados del análisis de imagen	112
15. Resultado De Las Entrevistas A Hombres	122
16. Conclusiones.....	123
17. Recomendaciones	124
18. Bibliografía.....	126
19. Anexos.....	130
20. Certificado De Turnitín	130

1. Introducción

En la era digital, las redes sociales se han convertido en una herramienta omnipresente en la vida cotidiana, especialmente entre los jóvenes. Una de las plataformas más influyentes en este contexto es Instagram, una red social centrada en la publicación de imágenes y videos, que permite a los usuarios compartir momentos de su vida, sus intereses y su estilo personal con una audiencia global. Dentro de este vasto universo digital, las selfies, o autorretratos, han adquirido un protagonismo especial, y son especialmente populares entre las mujeres jóvenes.

Las influenciadoras de Instagram, que son usuarias con un número significativo de seguidores y un alto grado de interacción con su audiencia, juegan un papel crucial en la configuración de tendencias y en la creación de aspiraciones en sus seguidores. Estas influenciadoras no solo comparten aspectos de su vida diaria, sino que también promueven productos, estilos de vida y, de manera notable, ideales de belleza. Las selfies publicadas por estas mujeres no solo son una forma de autoexpresión, sino que también actúan como potentes herramientas de comunicación visual que pueden influir en la percepción de la belleza.

El objetivo de este trabajo es analizar cómo las selfies publicadas por las mujeres influenciadoras en Instagram inciden en la construcción del imaginario de belleza ideal entre las universitarias de 18 a 25 años. Esta franja de edad es particularmente relevante porque representa una etapa de transición y desarrollo personal, en la que las jóvenes están formando su identidad y su autoconcepto. La influencia de las redes sociales durante este período puede tener un impacto significativo y duradero en su percepción de sí mismas y en su autoestima.

Para abordar este objetivo es necesario explorar varios aspectos interrelacionados. En primer lugar, se realizará una entrevista cualitativa, en el que se busca comprender cómo estas imágenes afectan la percepción de la belleza personal y real de las mujeres. Las entrevistas permitirán obtener una visión detallada de las experiencias y opiniones de las

jóvenes, proporcionando un marco para entender los efectos emocionales y psicológicos de la exposición a imágenes idealizadas.

En segunda fase se realizará un análisis de imagen riguroso y preciso, por medio de preguntas técnicas y narrativas con dos fotografías de las influencers Gabriela García y Daniela Duke. Este análisis permitirá desglosar los elementos recurrentes en las publicaciones de las influenciadoras, como poses, expresiones faciales, uso de filtros y escenarios, lo que contribuirá a una comprensión más profunda de cómo se construyen y se perpetúan los ideales de belleza en esta plataforma. Se prestará atención a los discursos visuales y textuales que acompañan estas imágenes, así como a las interacciones y comentarios de los seguidores, para entender cómo se moldean y refuerzan los ideales de belleza.

En tercera fase se realizará una entrevista a los hombres, proporcionando una visión más amplia sobre las percepciones del sexo opuesto, ofrecen una dimensión adicional que puede ayudar a desmitificar los supuestos beneficios de estas prácticas. Al analizar cómo estas percepciones masculinas influyen la autoimagen de las mujeres, la investigación puede obtener una visión más completa de los factores que contribuyen a la presión social y la necesidad de conformidad con los ideales de belleza.

2. Planteamiento Del Problema

Aquellas personas que construyen una imagen ficticia o una identidad falsa en línea lo hacen con la esperanza de ganar aceptación y atención de los demás. Se sienten más seguras al presentarse de manera idealizada, con el objetivo de proyectar una imagen más positiva de sí mismas. Sin embargo, puede indicar problemas graves de autoestima y confianza en uno mismo. Los problemas surgen cuando nuestra autoconfianza, autovalidación, autoestima y autoaceptación están condicionadas exclusivamente por las reacciones de los demás, de modo que desarrollamos una dependencia o adicción, que posiblemente impacta negativamente en nuestro bienestar emocional, especialmente si no se recibe suficiente atención o reconocimiento. *(Duarte 2023)*

Durante los últimos años las redes sociales han tenido un auge en el mundo, pero sobre todo en Colombia, según Way2net, la agencia de marketing digital de Argentina

informó que We Are Social y Meltwater revelaron la última versión del Informe Global de Resumen Digital 2023, el cual se notificó acerca de la situación digital en Colombia durante el período comprendido entre 2022 y 2023. En la actualidad, el 74% de la población total, están activamente conectados a las redes sociales, abarcando más de 7 plataformas diferentes a lo largo del mes. La distribución de género entre usuarios de redes sociales muestra que el 51.7% son mujeres y el 48.3% son hombres. Según las estadísticas de we are social Instagram se posiciona como la tercera red social más usada en Colombia, después de WhatsApp y Facebook. (Way2net, 2023).

Estas plataformas virtuales permiten a los individuos conectarse, interactuar y compartir información de manera instantánea y global. Desde la perspectiva de la comunicación social, las redes sociales han proporcionado un canal sin precedentes para la difusión de ideas, opiniones y mensajes a una audiencia masiva. Carolina Barbosa, consultora de comunicaciones en Alta Comunicación, le señaló al portal web de noticias 70 La República, que las redes sociales han ganado cada vez más importancia para las empresas, ya que se han convertido en el medio de comunicación favorito de los consumidores, esta preferencia se debe a la rapidez con la que se puede conectar con la audiencia, gracias a la inmediatez que ofrecen estas plataformas. (Henao, 2023)

Instagram es una red social influyente que ha revolucionado la comunicación y la forma en que compartimos nuestras vidas. Con millones de usuarios diarios, ofrece una plataforma diversa donde las imágenes y los vídeos son el idioma común. Con su impacto cultural y capacidad para influir en comportamientos e ideas de las personas, Instagram sigue siendo una potencia en el mundo digital. Las redes sociales han transformado radicalmente el panorama de la comunicación social en la era digital. Estas plataformas virtuales permiten a los individuos conectarse, interactuar y compartir información de manera instantánea y global. Desde la perspectiva de la comunicación social, las redes sociales han proporcionado un canal sin precedentes para la difusión de ideas, opiniones y mensajes a una audiencia masiva.

La percepción de la belleza en las mujeres en Instagram puede ser un problema en el campo de la comunicación social. En Instagram, se promueve una imagen idealizada de la belleza femenina que a menudo se aleja de la realidad. Las fotos retocadas, los filtros y las

poses perfectas pueden crear expectativas poco realistas sobre cómo debería lucir una mujer, lo que puede llevar a una baja autoestima y una insatisfacción corporal en las personas que consumen este tipo de contenido. Las mujeres a menudo se sienten presionadas para alcanzar los estándares de belleza promovidos en Instagram, lo que puede llevar a comportamientos perjudiciales como dietas extremas, cirugías plásticas innecesarias y el uso excesivo de filtros para ocultar imperfecciones. *(Martin et al. 2021)*

La exposición constante a imágenes de mujeres "perfectas" en Instagram podría tener un impacto negativo en la salud mental de las personas, especialmente de las jóvenes. Instagram a menudo promueve un estándar de belleza homogéneo que no refleja la diversidad real de las mujeres. Esto excluye a muchas personas que no se identifican con ese estándar y puede perpetuar estereotipos dañinos sobre la belleza. *(Martin et al. 2021)*

Las publicaciones médicas han denominado este fenómeno como 'dismorfia de Snapchat', haciendo alusión a la red social que introdujo los conocidos filtros digitales que alteran la apariencia facial en tiempo real. Inicialmente, estos filtros permitían a los usuarios verse con características exageradas como ojos enormes y brillantes, así como divertidas orejas de perro o gato. Sin embargo, la percepción ha evolucionado. En la actualidad, los filtros más populares se han convertido en una herramienta para realzar la belleza de manera instantánea. Con un simple clic, es posible transformar la apariencia del usuario, creando la ilusión de unos ojos más grandes, labios voluminosos, pómulos marcados y nariz afinada. Este nuevo estándar de belleza digital es ahora la medida con la que se enfrenta la realidad. *(Raffio, 2019)*

Los medios tienen gran relevancia en la construcción de imágenes del mundo creadas a nivel del imaginario colectivo. La información actual, los valores informativos y su jerarquía en las rutinas informativas, el cine, la publicidad de bienes de consumo y su omnipresencia en la vida cotidiana de las personas, todo esto construye nuestra realidad cotidiana, estructurando nuestra escala de valores y modelos de conducta. *(Rodríguez et al. 2016)*. Por eso, es importante estudiar detenidamente cómo se elabora esa construcción de imaginario de belleza ideal en las mujeres por medio de selfies en la red social Instagram.

3. Pregunta Problema

¿Cómo las selfies publicadas por mujeres influenciadoras en Instagram contribuyen y forman un imaginario social de belleza ideal en universitarias de 18 a 25 años?

4. Justificación

Los medios de comunicación y su vinculación con el ámbito de la publicidad han jugado un papel importante en la aparición y mantenimiento de estereotipos de género en nuestra sociedad. El auge de las redes sociales ha motivado la Revelación de personalidades como los influencers. La influencia social que ejercen este tipo de canales digitales ha aumentado de manera significativa los estudios centrados en estos canales digitales.

(Martin et al.2021)

El uso generalizado de dispositivos móviles personales ha dado lugar a que muchas personas se tomen selfies, que son conglomerados deliberados de significados simbólicos utilizados para construir una autopresentación continua, para distribuir imágenes a otros y a una audiencia más amplia. Una selfie se define como “una foto tomada por una persona, generalmente con una cámara web o un teléfono inteligente”. *(Barajas et al 2022)*. Las selfies, si bien no aparecieron en las redes sociales, fueron las redes las que ayudaron a que proliferaran los selfies como forma de expresión. Lo han catapultado como una tendencia creciente. Casi todos los usuarios de cualquier red social han publicado un selfie en su perfil. Las redes sociales con mayor crecimiento en el uso de esta forma de expresión son Facebook, Instagram, Twitter y Snapchat. *(Barajas et al 2022)*.

Mi proyecto es clave porque Se ha demostrado que las mujeres, al intentar imaginar su propio aspecto como un objeto, tienden a vigilar constantemente su propio cuerpo y posiblemente pueden experimentar sentimientos negativos sobre su apariencia. Como resultado, potencialmente se pueden presentar más atractivas de lo que realmente son para mejorar y mantener su autoestima, mientras que los hombres están dispuestos a inflar su imagen de generosidad y disponibilidad de recursos. *(Lyu, 2016)*.

Las redes sociales pueden considerarse un arma de doble filo, ya que proporcionan canales de comunicación más amplios y rápidos. Esto crea una sensación de conexión con otras personas, además de ser un medio de creatividad o expresión personal. Sin embargo,

también existe la necesidad de alcanzar y demostrar la perfección, de sentirnos aceptados, hasta el punto de condicionar nuestro valor como seres humanos en función de la igualdad. (Duarte 2023)

Esta necesidad de validación no es un fenómeno exclusivo de la era digital, porque, en primer lugar, el sentimiento de ser reconocido y aceptado por los demás es un comportamiento natural y adaptativo propio del ser humano siempre y cuando sea sano, es decir, sin nuestra voluntad para sacrificar la individualidad y el bienestar. Por otro lado, las personas a lo largo de la historia siempre han buscado la manera de ser reconocidas y valoradas a cualquier precio, ya sea por su apariencia física, sus bienes materiales o sus capacidades intelectuales. Sin embargo, como explicó a Bienestar de El Comercio Antonella Galli, psicóloga y psicoterapeuta de la Clínica Ricardo Palma, la diferencia es que las redes sociales han aumentado su alcance y visibilidad por su carácter inmediato y por el hecho de que cambian tanto, intensifican la búsqueda. conduce a una dependencia excesiva de la aprobación externa. (Duarte 2023)

5. Objetivo General

- Analizar como las selfies publicadas por las mujeres influenciadoras en Instagram inciden en la construcción del imaginario de belleza ideal en las universitarias de 18 a 25 años.

6. Objetivos Específicos

- Explorar las percepciones de mujeres universitarias sobre las selfies de estas mujeres influenciadoras y su impacto en la construcción de la imagen corporal y la autoestima, mediante entrevistas cualitativas, con el fin de comprender cómo estas imágenes afectan la percepción de la belleza personal y real de la mujer. **Fase1**
- Identificar los patrones y características comunes en las selfies y fotografías publicadas por mujeres influencers en Instagram, a partir de las opiniones de las estudiantes universitarias entrevistadas. **Fase2**

- Analizar cómo las influencers perciben y construyen el concepto de belleza ideal en la sociedad contemporánea, especialmente entre las mujeres, y de qué manera estos ideales influyen en la percepción de la propia imagen corporal. **Fase3**

7. Antecedentes

❖ El trabajo titulado “La influencia de instagram en la creación y reproducción del ideal de belleza femenino”, elaborado por **Martín y Chaves (2022)**, planteó como **objetivo** el análisis de la posible influencia del fenómeno de los influencer en la reproducción del ideal de belleza femenino; para ello tuvieron en cuenta contenidos publicados en Instagram por algunas de estas figuras públicas e indagaron sobre el tipo de uso que hacen las personas anónimas de esta red social. Para ello, las autoras emplearon una **metodología** mixta compuesta por un análisis de contenido cualitativo de las publicaciones y una encuesta en línea. Dentro de las principales **conclusiones** del estudio se destacan la presencia de estereotipos; el uso de las redes sociales puede tener un impacto importante en los patrones de comportamiento de los usuarios anónimos, afectando incluso a aspectos como la autoestima. También se encontró que los encuestados no sólo expresaron interés en imitar el contenido y las poses que se ven en las publicaciones de los influencers sino que también se encontró que generalmente se comparaban con el contenido visto en esas cuentas. Esta investigación **es relevante** en tanto permite comprender cómo Instagram y las redes sociales en general contribuyen a la formación y perpetuación de los ideales de belleza femenina y contribuye al debate y la discusión pública sobre los problemas relacionados con la imagen corporal, la autoestima y la influencia de las redes sociales en la sociedad actual.

❖ El trabajo titulado “El uso de la selfie como acción expresiva ante la mercantilización de la belleza en Instagram”, elaborado por **Alejandra Tuberquia Acosta (2021)**, planteo como **objetivo** realizar un insta-ensayo a partir de las relaciones estéticas y narrativas que se pueden hallar entre la selfie y los valores mercantiles de la belleza femenina en Instagram. Para ellos la autora empleo una **metodología** cualitativa que fue compilar contenido audiovisual en diferentes plataformas digitales, así como en su archivo personal que hagan referencia a la selfie (tanto como modo fotográfico, así como maneras de expresión autorreferencial) y tendencias de moda femenina. Dentro de las principales

conclusiones dijo que ese ejercicio fue un proceso complejo y difícil en principio. Al trabajar con fragmentos de diario personal sumado a la carga emocional que traía en sí el encierro, encontró muchos huecos y desorden en su escritura pero que, al reconocerse en ellos, pudo representar en mini-ensayos audiovisuales. La imagen reflejada al grabarse a ella misma terminaba por dejarse más preguntas que respuestas; por primera (y única) vez la sensación de incertidumbre le generaba tranquilidad. El material de archivo como parte de la creación no solo sirvió como herramienta, también le llevo a reflexionar acerca del audiovisual. La cantidad de contenido que se puede encontrar en la web, la llevaba a sentirse “asqueada” de tanto material. Durante este ejercicio de reinterpretación pudo usar imágenes para reflexionar y soltar un poco el peso emocional que generaban en ella. Esta investigación **es relevante** puesto que la belleza femenina juega un papel fundamental en la construcción de esta narrativa. Asimismo en la investigación se encontró el análisis de diferentes modos de selfie al escanear diferentes partes del cuerpo de una mujer: cara, pecho, estómago y piernas; cuerpo mujer, tal y como se utilizaba en la publicidad tradicional, funciona como herramienta, pero al mismo tiempo como objeto de consumo. sus poses ángulos y gestos tienden a seducir, enfatizando partes del cuerpo que han sido culturalmente sexualizado y emocionalmente estimulante para el espectador (admiración, incertidumbre, envidia...) que le atrae ver un selfie.

❖ El trabajo titulado “: La construcción visual sobre los ideales de belleza del cuerpo femenino en Instagram” elaborado por **Romero Sarango, Ivette Carolina (2022)** planteó como **objetivo:** Explicar los ideales de belleza corporales de la mujer en la red social Instagram. Para ello, los autores emplearon una **metodología** basada en la etnografía virtual que es útil para investigar los procesos de comunicación e interacción social en el mundo virtual. Dentro de las principales **conclusiones** del estudio se destacan el cambio de los medios analógicos a los digitales que provocó que los individuos se sumerjan en el mundo virtual. La imagen se convierte en un reemplazo de la realidad, ya que las personas publican constantemente en sus redes sociales fotos de sí mismas o de su vida diaria. En particular, la imagen femenina tiene un gran protagonismo en estos entornos, dado que los medios de comunicación masivos presentan de forma reiterada estereotipos de belleza. Esto lleva a que el público femenino aspire a cumplir con esos estándares de belleza. Esta

investigación **es relevante** ya que millones de mujeres utilizan esta plataforma para compartir fotos de sus actividades diarias, convirtiéndola en una especie de álbum visual. Instagram, siendo una red eminentemente visual, muestra una idealización de la imagen femenina, donde muchas mujeres publican fotos con piel suave, sin arrugas, sin vello corporal, cuerpos tonificados, vientres planos y rostros considerados “perfectos”. Esta representación idealizada de la belleza en Instagram ha generado ciertos problemas para las mujeres en relación con su cuerpo y rostro. No obstante, actualmente se está promoviendo un discurso de autoaceptación, en el que se da menos importancia a los ideales de belleza convencionales y se valoran más la aceptación y el amor propio.

Análisis

Una de las principales conclusiones del estudio es que la transición de medios analógicos a digitales ha sumergido a los individuos en un entorno virtual donde la imagen se convierte en un sustituto de la realidad. En este contexto, la imagen femenina adquiere un papel central, ya que los medios masivos perpetúan estereotipos de belleza que muchas mujeres se sienten presionadas a alcanzar. Instagram, al ser una plataforma predominantemente visual, amplifica esta idealización a través de fotos que exhiben atributos físicos como piel impecable, cuerpos tonificados y rostros idealizados.

El impacto de estas representaciones idealizadas es significativo. El estudio revela que las mujeres, al intentar cumplir con estos estándares poco realistas, enfrentan problemas relacionados con su autoestima y percepción corporal. Sin embargo, también se observa un cambio positivo hacia un discurso de autoaceptación. Este nuevo enfoque valora menos los ideales de belleza convencionales y promueve una aceptación más genuina del propio cuerpo y la individualidad.

❖ El trabajo titulado “Estudio sobre el fenómeno de las selfies en las redes sociales y sus implicaciones para el marketing” elaborado por **Karla Barajas Portas, Julieta Mercad -González, Esteban Salinas-Mercado, Pável Reyes Mercado (2022)**, plantearon como **objetivo** analizar las descripciones de las representaciones que las “*selfies*” tienen para los consumidores jóvenes. para ello tuvieron en cuenta el análisis de

metáforas, debido a que estas encuadran las formas en que los individuos perciben y actúan en el mundo. Sobre los datos obtenidos de 32 consumidores jóvenes, y utilizando la técnica proyectiva de inducción de metáforas de Zaltman. Para ello, los autores emplearon una **metodología** de estudio cualitativo, donde analizaron la relación entre la *selfie* y personalidad de marca, mediante entrevistas de profundidad y metáforas. Utilizamos la técnica ZMET, a través de la cual se construyeron mapas mentales de comportamiento de acuerdo con los sentimientos, emociones y pensamientos profundos del entrevistado. Dentro de las principales **conclusiones** Las emociones positivas amplían los repertorios de pensamiento y acción de las personas, por ende, surge una gran expectativa de apertura a experiencias que inspiren, a través de la posibilidad de compartir. Solo mediante la imaginación podemos hacernos una idea de lo que son las sensaciones de los otros. En este sentido, la personalidad de marca debe evaluarse según su habilidad para conectar con las personas por vía de la empatía, en vez de ser el reflejo de su falta. Ciertamente es que la fluctuación libre y por siempre múltiple de estas fotografías causará la misma ambivalencia que se refleja en los estudios que abordan las *selfies*, pero esperamos que se llegue a un tiempo cultural en el que, a través de las imágenes de sus habitantes, emane una suerte de armonía donde el estadio estético sea asequible para todos. Esta investigación **es relevante porque** muchos consumidores utilizan los selfies como forma de autoafirmación. Tomarse y compartir una selfie puede ser una forma de sentirse bien, aumentar la autoestima y buscar la validación y aprobación de los demás. Los selfies también pueden dar lugar a comparaciones sociales. Los consumidores pueden comparar sus propias vidas y apariencia con las de otros, lo que a veces puede generar inseguridad o envidia.

❖ El trabajo titulado “mujeres, cuerpo e imagen en la industria publicitaria del Ecuador: de la representación a la subjetividad” elaborado por **Jenny Marcela Pontón Cevallos (2015)**, planteó como **objetivo** conocer cómo fue introducida y progresivamente naturalizada la visualización de la corporalidad femenina como gancho comercial en el país y analizó la representación de las mujeres en la publicidad difundida en el Ecuador a lo largo de los últimos cincuenta años. Para ello, la autora empleó una **metodología** que es el análisis de la evolución de las imágenes publicitaria de mujeres en el Ecuador lo realizó a partir de la revisión de las publicidades difundidas en Revista Vistazo. Dentro de las

principales **conclusiones** del estudio es que las imágenes que los anuncios comerciales difundidos en el Ecuador han proporcionado sobre las mujeres han girado en torno a las tendencias hegemónicas mundiales de promoción del consumo, pero con particularidades políticas y culturales específicas de este tratamiento en el contexto ecuatoriano que evidencian una adaptación e identificación social con la objetivación genérica que producen estas imágenes, lo cual explica la persistencia de la sobrexposición del cuerpo femenino como estrategia de mercado durante más de 50 años. Esta investigación **es relevante ya que** el tema de la representación de las mujeres en la industria publicitaria es una cuestión de importancia significativa en la sociedad actual, ya que la publicidad juega un papel fundamental en la construcción de la imagen de género y la percepción de la belleza y el cuerpo. La publicidad no solo comunica mensajes a nivel cultural, sino que también puede tener un impacto significativo en la percepción personal de las mujeres. La representación constante de ciertos estándares de belleza y roles de género puede influir en la autoimagen y la autoestima de las mujeres, lo que hace que esta tesis sea importante para comprender cómo estas representaciones afectan la vida cotidiana de las personas.

❖ El trabajo titulado “Estereotipos y percepción de belleza en Instagram”, elaborado por **Kathleen Nixon Campo (2020)** planteó como **objetivo** Analizar las percepciones y los estereotipos del ideal de belleza femenino que tienen las mujeres jóvenes usuarias de Instagram, a partir de sus testimonios y de los contenidos publicados en la red social. Para ello, las autoras emplearon una **metodología** donde creó encuestas de diferentes fases para lograr los objetivos planteados. Dentro de las principales **conclusiones** del estudio A lo largo de esta investigación se tuvo en cuenta el testimonio de un grupo de mujeres jóvenes de la ciudad de Bogotá. Se analizaron sus reacciones, opiniones y comentarios respecto del contenido observado en los perfiles de Daniela Salcedo, Laura Tobón y Tuti Vargas. Teniendo esto en cuenta, se pueden recopilar una serie de percepciones, ideales y comentarios respecto a los estereotipos que emergen al contemplar las imágenes y publicaciones en los perfiles de los influencers colombianos. El grupo de mujeres seleccionadas para esta investigación están directamente relacionadas como seguidoras de las tres cuentas de Instagram analizadas. De las entrevistas se puede detallar las aspiraciones que tienen estas mujeres al momento de querer lograr y obtener lo que los

famosos colombianos muestran a través de sus redes sociales. Si puedes dar más detalles, el aspecto físico no es el único aspecto que pone celosos a los tres Instagrammers seleccionados. Su felicidad, su estilo de vida y todo lo que conforma su perfil se señala como un factor determinante de lo que los espectadores quieren, y anhelan, al intentar emular la realidad revelada a través del filtro de la red social Instagram.

Esta investigación **es relevante** en tanto permite que se puede observar que Instagram es una red social, poderosa, una herramienta de influencia social. Tiene la capacidad de transmitir un conjunto de ideales correspondientes a las percepciones adquiridas a través del trabajo e Información, previamente detallada. La forma en que se posicionan los estereotipos en las redes sociales indica la velocidad con la que se instalan diferentes percepciones en los seguidores de Instagrammers. Sin embargo, Instagram no es la herramienta que crea, conscientemente un ideal de belleza. Hay todo tipo de perfiles en Instagram.

Análisis

Instagram a menudo promueve un ideal de belleza estandarizado que enfatiza la delgadez, la piel perfecta y ciertos rasgos faciales. Esto puede llevar a la percepción de que solo un tipo de belleza es válido, excluyendo a muchas mujeres que no se ajustan a estos estándares. En Instagram, es común que las imágenes se editen para resaltar aún más los rasgos "deseables". Esto crea una realidad distorsionada y poco realista de la belleza, lo cual puede ser dañino para la autoimagen de las mujeres, ya que se comparan con imágenes retocadas y sienten que no cumplen con esos estándares. Las celebridades y las influencers en Instagram a menudo tienen una gran influencia en la percepción de la belleza. Pueden ser positivas al promover la aceptación del cuerpo y la diversidad, pero también pueden ser negativas al contribuir a la perpetuación de estándares poco realistas.

Es crucial ser consciente de cómo Instagram y otros medios sociales influyen en la percepción de la belleza en las mujeres. La reflexión sobre estos estereotipos es el primer paso para promover la aceptación del cuerpo, la diversidad y la autoimagen positiva. Debemos esforzarnos por crear una cultura en la que cada mujer se sienta hermosa y valorada independientemente de si se ajusta o no a los estándares de belleza impuestos por la sociedad o las redes sociales.

❖ El trabajo titulado “El cuerpo como medio de comunicación: filtros de embellecimiento facial y reproducción de estándares de belleza femeninos en las Historias de Instagram de tres influenciadoras colombianas” elaborado por **Yuleiby Daniela Santana Enrique (2023)** planteó como **objetivo** el análisis del cuerpo de las mujeres como medio de comunicación en las Historias de Instagram. Usó una **metodología** de tipo de investigación cualitativa y el enfoque etnográfico, lo que implicó un trabajo de inmersión y observación en cada uno de los contenidos de Historias de Instagram de las sujetos de estudio. Las principales **conclusiones**, se concluye que, con la utilización de los filtros de embellecimiento facial previamente seleccionados por las tres influencers, hay una tendencia por mimetizar la imagen artificial y “bella” que les da el filtro, con la imagen real que ellas poseen; así los filtros de embellecimiento facial funcionan como una prótesis indisociable de su exhibición en Historias de Instagram, e influyen en las decisiones que toman sobre la puesta en escena. También, se evidenció que en los contenidos que ellas publicaron en sus Historias, se reconfiguraron de manera digital, patrones corporales que están alterando la percepción de la belleza de las mujeres, pues estos filtros retocan, modifican o agregan de manera automática y artificial, rasgos a sus rostros, de acuerdo a un imaginario de belleza corporal femenino, irreal e inalcanzable. Esta investigación **es relevante** porque el uso generalizado de herramientas de edición y filtros en las redes sociales puede distorsionar la realidad y crear expectativas poco realistas en torno a cómo debería lucir una mujer. Esto puede hacer que las mujeres se sientan inseguras acerca de su apariencia natural. La búsqueda constante de validación a través de “me gusta”, comentarios y seguidores en las redes sociales puede llevar a que la autoestima de las mujeres dependa en gran medida de la percepción de su belleza por parte de otros, en lugar de su propia autoaceptación.

❖ El trabajo titulado Teoría de la selfi. Narrativa y usos de la fotografía digital contemporánea. Elaborado por **Norberto Leonardo Murolo (2019)** planteó como **objetivo** problematizar el estatuto de la fotografía selfi en el entramado de narrativas propias de las redes sociales virtuales. Uso una **metodología** donde articula reflexiones que estructuran un análisis sobre su constitución como forma expresiva, sus dinámicas de circulación, la relación de la fotografía con los rostros y de allí con los contingentes regímenes de belleza

socio históricos. Asimismo, se relaciona la selfi con Instagram, donde el consumo bajo la temporalidad de lo efímero. Una de sus principales **conclusiones** fue que la fotografía forma parte del repertorio narrativo de las redes sociales virtuales y en el transcurso de las publicaciones aparecen con testimonio momentos cotidianos con un rostro sonriente en primer plano. Estos acontecimientos, que hacen que las actividades más mundanas sean noticia, sugieren que aprendamos más sobre los demás: sobre sus hogares, sus amigos, sus pasatiempos. En definitiva, la gestión de su tiempo libre se reduce en el marco de una producción. Aunque siempre filtrada según la agenda recurrente de cada perfil, la selfie muestra más que un formato repetido y estereotipado.

Esta investigación **es relevante** porque la fotografía en las redes sociales permite a las personas expresarse de maneras poderosas y personales. A través de imágenes, podemos compartir momentos significativos, expresar emociones y contar historias. Esto ha fortalecido la conexión entre las personas, ya que una imagen puede comunicar mucho más que palabras. Las redes sociales han fomentado una cultura de la imagen en la que la apariencia se valora enormemente. Esto puede llevar a problemas de autoestima, comparación y ansiedad en algunas personas. Es importante recordar que lo que vemos en las redes sociales es una representación idealizada de la vida de alguien, no necesariamente la realidad.

❖ El trabajo titulado ideal de belleza femenino en Instagram: una reflexión personal desde la ilustración. Elaborado por **Amalia Torres Sornosa (2018)** planteó como **objetivo** el ideal de belleza impuesto por los medios de comunicación de masas afecta a las mujeres creando una insatisfacción constante con sus cuerpos. Uso una **metodología** que constó de una primera parte en la cual se centró en la investigación sobre el ideal de belleza femenino, los medios de comunicación de masas y su representación en el arte, así como la reflexión constante sobre el tema y el contacto frecuente con la red social Instagram. Una de sus principales **conclusiones** es que efectivamente se crean cánones de belleza en ellas además de toda una serie de tendencias que los perpetúan o que por el contrario se oponen a este, además, estos cánones son creados por los propios usuarios de la red, aunque la publicidad también está presente en las redes, también hemos visto cómo la imagen de la mujer en el arte varía según la época, lo cual reforzó nuestra idea de que para reflejar los ideales de belleza actuales había que buscar las imágenes de referencia en la red social

Instagram, ya que esta es la más utilizada actualmente por la población más joven. Es **relevante** porque en muchas ocasiones, se promueve la idea de que un cuerpo delgado, con curvas definidas y músculos tonificados es el ideal de belleza. Esto puede llevar a la presión sobre las mujeres para mantener ciertos estándares de belleza corporal, la piel sin imperfecciones, sin manchas ni acné, a menudo se muestra como un estándar de belleza. Esto puede crear la percepción de que la belleza se mide por la perfección de la piel. La edición de fotos y el uso de filtros para mejorar la apariencia de las imágenes son comunes en Instagram. Esto puede contribuir a una representación distorsionada de la belleza y puede llevar a la comparación y la insatisfacción con la propia apariencia.

Análisis

Las fotos retocadas pueden ejercer una fuerte presión sobre las jóvenes contemporáneas para cumplir con estándares de belleza poco realistas. La percepción de que la perfección es alcanzable a través del retoque fotográfico puede llevar a la insatisfacción con la apariencia real y contribuir a problemas de autoestima. El uso frecuente de fotos retocadas puede crear una desconexión entre la realidad y la representación en las redes sociales. Las imágenes editadas pueden mostrar una versión idealizada de una persona, lo que puede llevar a la comparación constante y a la creencia errónea de que todos los demás tienen vidas y apariencias perfectas.

La representación excesivamente editada de uno mismo en línea puede dificultar la formación de conexiones auténticas con otros. Las personas pueden sentir que están interactuando con una imagen idealizada en lugar de la persona real, lo que socava la construcción de relaciones genuinas.

Afortunadamente, cada vez más jóvenes están reconociendo el uso de retoques y filtros en las imágenes y son más críticas con lo que ven en las redes sociales. Esto puede ser un primer paso hacia la promoción de una imagen más realista y positiva de la belleza. El uso de fotos retocadas en las jóvenes contemporáneas tiene una serie de implicaciones, tanto positivas como negativas. Si bien el retoque puede permitir la expresión artística y la mejora de la creatividad visual, es importante equilibrar esto con la promoción de la autoaceptación y la representación honesta en las redes sociales. La conciencia crítica sobre

el retoque de fotos y el fomento de la diversidad en la imagen corporal son aspectos clave para abordar este tema de manera más saludable.

❖ El trabajo titulado la influencia de la publicidad en la creación de un ideal de belleza femenino. Elaborado por Andrea Lugea Ferri (2022) planteó como objetivo analizar la influencia de la publicidad en la creación de un ideal de belleza femenino. El método seleccionado para la recogida de datos es la encuesta autoadministrada online. En general, las encuestas son fáciles de administrar y posibilitan estandarizar la recogida de datos y homogeneizar las respuestas, facilitando así el posterior análisis de datos. Una de sus principales **conclusiones** fue que los datos obtenidos respecto de este primer objetivo confirman lo expuesto en el marco conceptual. Existe un ideal de belleza femenina, cuya creación y difusión está influenciada por la publicidad de la industria de la belleza en los medios, especialmente Instagram, que se relaciona con los valores de la juventud y la delgadez. En cuanto a las consecuencias de la publicidad en la industria de la belleza y la existencia de dichos cánones, es claramente visible su influencia en las decisiones de compra de productos y servicios estéticos. No es de extrañar que el 85,5% de los participantes en la investigación consumiera productos y servicios de la industria de la belleza para mejorar su apariencia física, y el 68,4% de la muestra hubiera seguido ciertos patrones dietéticos para mejorar su apariencia. Es decir perder peso.

❖ El trabajo titulado Instagram como escenario de comunicación para el discurso de ruptura del estereotipo de belleza. **Elaborado por** Canaza Rivero, Stefany Virginia (2022) planteó como **objetivo** mostrar la ruptura del estereotipo de belleza tradicional en una de las nuevas plataformas digitales: Instagram. Una de sus principales conclusiones fue que la palabra belleza ha ido evolucionando su significado con el tiempo, pero conserva un lado superficial arraigado en las percepciones. Al mismo tiempo, el estereotipo de belleza varía según la clase social, la cultura, la época y la visión. Platón y Aristóteles fueron dos figuras que expresaron sus puntos de vista sobre qué es la belleza. Platón propuso el mundo de las ideas y que cada persona tenía una idea preconcebida sobre las cosas (son sombras que no sabemos si son perfectas o no). Es decir, conseguir una auténtica belleza juvenil. Aristóteles pone más énfasis en la belleza sensual que colma los placeres, pero debe ser un medio justo, ni tan exagerado ni tan escaso. Este término varió

según la época, la cultura, la sociedad y la religión. Un caso es el oscurantismo, donde Dios era la belleza y sus creaciones eran las embajadoras de su arte. Las redes sociales han roto barreras de comunicación y se han convertido en una herramienta útil para consumir información, interactuar con otros usuarios, compartir contenidos, crear contenidos, comunicarte con gente conocida o conocer gente de lugares lejanos. Por ejemplo, Instagram es una de las plataformas más utilizadas en la actualidad debido a la publicación de imágenes fáciles de usar, información breve y resumida y el uso de hashtags para segmentar el público objetivo. También existen los llamados Influencers, grandes usuarios que disuaden a sus suscriptores de cualquier publicidad, opinión, información o estilo de vida.

❖ El trabajo **titulado** Análisis del impacto que genera el tipo de lenguaje utilizado en los contenidos de belleza de Instagram. caso grupo de mujeres entre los 18 a 21 años de edad, estudiantes del programa comunicación social - periodismo periodo 2023-1 de la universidad autónoma de occidente de Cali. **Elaborado por** Susana Valentina Del Portillo Olivo, Angela Delgado Ayala (2023) planteó como **objetivo** analizar el impacto genera el tipo de lenguaje utilizado en la producción de contenidos sobre la belleza femenina, en la red social Instagram. Caso grupo de mujeres entre los 18 a 21 años de edad, estudiantes del programa de Comunicación Social- Periodismo periodo 2023 -1 de la Universidad Autónoma de Cali. Uso una **metodología** que se llevó a cabo una investigación analítica. Una de sus principales **conclusiones** es que menciona que se ha descubierto que las mujeres realizan cambios en sus vidas, su apariencia y su imagen de sí mismas y de la sociedad para cumplir con los estándares de belleza observados en el contenido de las redes sociales. Si bien es importante conocer los problemas ocultos que vivimos hoy en día al pertenecer al espacio y tiempo de la era digital, también vale la pena enfatizar que las redes sociales influyen en muchas decisiones que se toman. Tienes que preocuparte constantemente por tomar una buena foto, crear contenido, editar correctamente y aumentar la cantidad de seguidores y me gusta. Algunas mujeres entienden cómo el contenido creado para esta red puede transformarse a través de filtros, poses, iluminación, escenas, maquillaje y edición de fotografías, creando una falsa percepción de la realidad. Esta falsa percepción puede impactar la vida de las mujeres jóvenes y causar daños contraproducentes, principalmente a la salud mental, ya que al consumir contenidos

la persona no es consciente de que lo que está observando no siempre es la realidad y puede no conocer todo el contexto detrás de ella. El impacto en la salud mental puede llevar a las mujeres a realizar cambios en sus vidas que no siempre son positivos, como seguir dietas estrictas o ejercicios extenuantes para lograr un cuerpo ideal, que luego puede convertirse en un trastorno alimentario. Es **relevante** porque la presión de cumplir con los estándares de belleza en las redes sociales destaca la importancia de abogar por la aceptación personal, la diversidad y la autenticidad. Al reflexionar sobre cómo estas expectativas influyen en las mujeres, surge la necesidad de cultivar un ambiente en línea que promueva la autoaceptación y celebre la belleza en todas sus formas, reconociendo que la verdadera valía va más allá de la apariencia física y de la validación externa.

Análisis

Las redes sociales han transformado la forma en que las mujeres construyen y presentan sus identidades. La presión para cumplir con los estándares de belleza imperantes puede llevar a una cuidadosa selección y curación de imágenes, contribuyendo a la construcción de una identidad digital que a menudo se aleja de la realidad cotidiana. La obsesión por alcanzar los estándares de belleza perpetuados en las redes sociales puede exponer a las mujeres a un mayor riesgo de desarrollar trastornos de la imagen corporal. La constante exposición a imágenes poco realistas puede distorsionar la percepción de sus propios cuerpos y fomentar comportamientos no saludables. Las plataformas de redes sociales y la sociedad en general comparten la responsabilidad de abordar estos estándares poco realistas. La promoción de la diversidad, la conciencia sobre la edición de imágenes y la creación de espacios en línea que celebren la autenticidad son pasos esenciales hacia un cambio positivo. Reconocer y promover una nueva definición de belleza que abarque la diversidad y la autenticidad es fundamental. Cambiar la narrativa en torno a la belleza puede ayudar a reducir la presión sobre las mujeres para cumplir con estándares poco realistas y fomentar una apreciación más saludable de la individualidad y la diversidad.

❖ El trabajo **titulado** Los estándares de belleza femeninos en Instagram: El fenómeno influencer Elaborado **por** Helena Ortega Ruiz (2020) planteó como **objetivo** ahondar en las técnicas realizadas por los influencers en Instagram, distinguir los distintos tipos de influencers y sus respectivas características y analizar la relación que poseen

dichas figuras con la perpetuación de los estándares de belleza femeninos, al igual que sus posibles efectos en la población más joven y moldeable. Uso una **metodología que** se basa en el análisis de contenido. Este análisis se ha llevado a cabo a través de un seguimiento mensual a diez influencers distintas a base de tablas de contenidos. Su principal **conclusión** es que tras el análisis de numerosas publicaciones e influencers en Instagram, se puede concluir afirmando que este fenómeno es de los más poderosos en las redes sociales vigentes, disfrutando de la capacidad de moldear positiva o negativamente a los usuarios que siguen sus pasos día tras día. Siempre que existan las redes sociales habrá personas dispuestas a actuar sobre otros cibernautas, y mientras que estas personas existan seguirá vivo el negocio de las influencers, o, mejor dicho, el negocio de gustar. Es **relevante** porque el estándar de belleza promovidos por los influencers destaca la necesidad de una transformación en la forma en que la sociedad aborda la belleza. Al cuestionar y desafiar las expectativas poco realistas, podemos trabajar hacia la construcción de un entorno en línea que celebre la diversidad, promueva la aceptación personal y fomente una percepción de la belleza que va más allá de lo superficial.

❖ El trabajo **titulado** Autoconcepto y autoestima bajo el uso de filtros en Instagram en las jóvenes universitarias **Elaborado por** Perales Lazo Angela Julissa (2022) planteó como **objetivo** conocer en qué nivel, la red social Instagram influye en los estereotipos de belleza de los jóvenes universitarios. Uso una **metodología** que es de tipo cuantitativo pues se obtendrá los resultados para llegar a la conclusión, mediante la aplicación de la encuesta “APL- ESTEREOTIPOS DE BELLEZA EN INSTAGRAM– 2022 SERIE A Y B” que se realizará a un grupo de jóvenes universitarios de universidades privadas de Lima. Su principal **conclusión** es que Instagram tiene un alto nivel de influencia en los estereotipos de belleza de jóvenes universitarios privados de Lima. Sí, existe una conexión entre el tiempo que pasan en Instagram y los estereotipos de belleza entre los jóvenes estudiantes universitarios. Tanto para hombres como para mujeres, el estereotipo preferido son los ojos marrones almendrados, labios carnosos, nariz chata, cabello lacio, piel blanca y un tipo de cuerpo mesomórfico. En cuanto al tipo de rostro, las mujeres prefieren un rostro ovalado, mientras que los hombres prefieren un rostro en forma de diamante, caracterizado por rasgos faciales definidos y mandíbula. Es **relevante** porque

la tendencia de los universitarios a fijarse más en los estándares de belleza en Instagram refleja una intersección compleja de influencias sociales, culturales y psicológicas. Es crucial abordar este fenómeno desde una perspectiva más amplia que promueva la diversidad, la aceptación personal y la construcción de una autoimagen basada en la autenticidad y el bienestar emocional. La reflexión sobre estas dinámicas es el primer paso para desarrollar una conciencia crítica y fomentar entornos más saludables en el ámbito universitario y más allá.

Análisis

Las redes sociales fomentan una cultura de comparación constante. Las universitarias, al ser parte de una población altamente conectada digitalmente, pueden sentir la presión de comparar sus vidas y apariencias con las de sus compañeros, influencers y celebridades que siguen en Instagram. La búsqueda de validación social es un aspecto integral de las redes sociales. La cantidad de "me gusta" y comentarios en las fotos puede convertirse en una medida de aceptación y popularidad. Las jóvenes pueden verse impulsadas a ajustar su apariencia para cumplir con los estándares que generan más aprobación social en estas plataformas. La vida universitaria a menudo está marcada por la búsqueda de pertenencia y la aprobación grupal. La conformidad con los estándares de belleza de Instagram puede percibirse como un medio para integrarse y ser aceptado en la comunidad universitaria.

❖ El trabajo **titulado** Efecto en la percepción social de la imagen corporal de la mujer a partir de las publicaciones en Instagram **Elaborado por** Katherine Tamayo Bedoya (2022) planteó como **objetivo** Analizar el efecto en la percepción social de la imagen corporal de la mujer a partir de las publicaciones en Instagram. Uso una **metodología** que estará basada en el enfoque cualitativo que permite analizar el efecto la percepción social de la imagen corporal de la mujer a partir de las publicaciones en Instagram, Su principal **conclusión** es que las redes sociales como herramienta de comunicación han llegado a la era digital, donde los avances tecnológicos enfatizan la importancia de su uso para la interacción y el acceso a la información, formando comunidades digitales movilizadas por intereses y formas de pensar, que son acordes con los medios de producción. homogeneizar y basar sus canales publicitarios en las emociones. Instagram como medio de información e

interacción social masiva, ejerce una forma de control social, condicionando de cierta manera las expresiones corporales y posiciones personales respecto de ideologías establecidas en diferentes grupos sociales a través de movimientos de censura. Los prejuicios y estereotipos también se convierten en una forma de aprobación y aceptación basada en el contenido de las publicaciones a través de las redes sociales, lo que en algunos casos lleva a la cancelación de cuentas; dando lugar en ocasiones a críticas de los usuarios y rechazo al contenido publicado. Es **relevante** porque revela que Instagram desempeña un papel significativo en la percepción social de la imagen corporal de la mujer, con impactos tanto positivos como negativos. El entendimiento crítico de estas dinámicas es esencial para abordar los desafíos asociados y trabajar hacia un entorno en línea que celebre la diversidad y fomente una autoimagen saludable. La conciencia colectiva y las acciones a nivel individual y de la plataforma son clave para moldear una cultura en línea más positiva y equitativa.

❖ El trabajo **titulado** ¿Cómo afectan los filtros de Instagram a la autoestima de los jóvenes? **Elaborado por** Laura Torras Ferrando (2020) planteó como **Objetivo** analizar el impacto y consecuencias que tienen el uso de los filtros de Instagram a la autoestima de los jóvenes. Uso una **metodología** cualitativa y cuantitativa En primer lugar, se han realizado entrevistas en profundidad a expertos en la materia, por otro lado, realizaron encuestas a un amplio grupo de personas con el fin de extraer algunas conclusiones acerca del impacto que tienen los filtros de Instagram a la autoestima de los jóvenes. Su principal **conclusión** es que, gracias a una perspectiva psicológica y sociológica, que el uso de estas nuevas tecnologías puede alterar completamente el ámbito interpersonal. La insatisfacción corporal no se trabaja desde el punto de vista del cuerpo, sino de la imagen que se tiene del mismo y como cada individuo actúa frente a él. Cómo yo me percibo frente al espejo condicionará totalmente la forma en que me relaciono con el exterior. Es **relevante** Los filtros de Instagram, al ofrecer la posibilidad de suavizar la piel, alterar rasgos faciales y aplicar efectos de embellecimiento, contribuyen a la creación de estándares de belleza inalcanzables. Esto puede generar una brecha entre la imagen retocada digitalmente y la realidad física, generando expectativas poco realistas. La disponibilidad de filtros sofisticados puede ejercer presión sobre las jóvenes para que se ajusten a ciertos estándares estéticos. La percepción de que la belleza está vinculada a la aplicación constante de filtros

puede generar ansiedad y una búsqueda constante de perfección. El uso frecuente de filtros puede contribuir a una desconexión con la realidad. Las jóvenes pueden perder la capacidad de apreciar y aceptar su apariencia natural, ya que la imagen mejorada digitalmente se convierte en la norma.

Análisis

En un mundo donde la presión por cumplir con ciertos ideales de belleza y éxito es constante en las plataformas en línea, la autenticidad y la autoaceptación emergen como pilares fundamentales para el bienestar individual. Amar y aceptar quiénes somos implica celebrar la diversidad en todas sus formas. Hay que reconocer que cada persona es única, con sus propias características físicas y emocionales, nos libera de la necesidad de encajar en estándares estandarizados que a menudo no reflejan la riqueza de la realidad humana. El amor propio se ve amenazado cuando nos comparamos constantemente con los estándares poco realistas que las redes sociales pueden perpetuar. Aceptar nuestras imperfecciones y reconocer que la comparación es el enemigo del amor propio nos permite abrazar nuestra singularidad. La autenticidad es un acto revolucionario en un mundo digital donde la perfección parece ser la norma. Amar y abrazar tu autenticidad, tanto en línea como fuera de ella, contribuye a la construcción de una imagen propia basada en la realidad y no en la idealización. Al practicar y promover el amor propio, contribuimos a un cambio cultural. Inspirar a otros a abrazar su autenticidad y valorar su bienestar emocional crea una comunidad más empática y compasiva.

8. Marco Teórico

8.1. Belleza

Según Aristóteles la belleza es lo que es valioso por sí mismo y a la vez nos agrada, lo que es apreciado por si mismo (no por su utilidad) y nos proporciona placer o admiración.

Los pintores y escultores pueden definir un tipo de belleza, mientras que los escritores y poetas pueden definir otro. El concepto de belleza femenina alabado en la poesía griega antigua puede haber sido considerado vulgar en su momento, pero siglos después fue explotado y materializado por artistas y escultores. Un objeto considerado bello

en una cultura puede considerarse poco atractivo en otra. Si echamos la vista atrás en la historia, veremos que en una misma época podían convivir distintos tipos de belleza. Un ideal coherente de belleza puede persistir durante mucho tiempo.
(Bookey 2023)

Umberto Eco dice que la Belleza no es un pálido reflejo de un universo celestial que a duras penas divisamos y reproducimos imperfectamente en nuestras obras: la Belleza es ese factor de organización formal que logramos obtener de las realidades que manejamos cada día. En su texto *La Historia de la Belleza*, Umberto Eco revela el interés de diversos artistas y filósofos por tratar de definir la idea de belleza, señalando que la importancia de la belleza radica en que siempre tendrá un propósito constante y un significado profundo (Eco, 2004). En primer lugar, el autor ofrece un panorama de las diversas definiciones dadas a la idea de belleza y concluye que la idea puede definirse como una facultad sensorial que nos permite disfrutar de algo tal como es en sí mismo (Eco, 2004). Sin embargo, el escritor comenta el principio de variabilidad y dependencia, al que apela el concepto de belleza, señalando que esta no es una idea absoluta, ya que se transforma cuando cambia la idea de su contrario (Eco, 2004).

En la cultura Grecia la belleza no estaba muy presente en su cultura ya que no se detenían al pensamiento estético, en ese entonces la belleza se aliaba con la pureza ética o moral, Aunque en aquella época no existía una definición de belleza, los poetas llevaban tiempo evocando el concepto. La *Ilíada* ofrece una justificación oculta para la Guerra de Troya: la irresistible belleza de Helena de Troya. En “Elogio de Helena”, el sofista Gorgias también escribe que la belleza de Helena la libera del crimen de causar un gran sufrimiento. Cuando Troya cae, Menelao corre hacia su infiel esposa para matarla, pero finalmente deja caer su espada, impresionado por la belleza del encantador cuerpo de Helena.

Para los arcaístas la belleza era todo aquello que naturalmente les agradaba, despertaba su admiración o llamaba su atención. Por tanto, podemos ir un paso más allá y sugerir que los antiguos griegos tenían una comprensión formativa de la belleza. Sin embargo, su comprensión de la belleza estaba ligada principalmente a la expresión del arte y no existía

como una idea independiente. Los artistas de la época de Pericles enfatizaron la belleza del cuerpo humano; Sintetizaron todo tipo de cuerpos vivos según el ideal de belleza que armoniza cuerpo y alma. En otras palabras, luchaban por la belleza psicofísica: la bondad del alma expresada en la belleza de las formas. (Eco, 2004).

Los griegos preferían la vista y el oído a otras formas de percepción sensorial, por lo que describían como bellas sólo las formas visibles, aunque reconocían que la música, una forma invisible, expresa la esencia destructiva del alma. En este esquema, tanto la música como el caos equivalían a una sombra de armonía, de ahí el reinado de Dioniso.

El sentido común puede considerar que algo proporcionado es bello. Así lo pensaban los antiguos griegos y más tarde los romanos. Su definición de belleza era que lo agradable del color siempre corresponde a la proporción correcta. Por ejemplo, Pitágoras estudió las proporciones matemáticas de los sonidos musicales, es decir, las proporciones en las que se basan los intervalos y la relación entre la longitud de la cuerda y el tono de la nota. En realidad, en la Antigua Grecia, la idea de proporción en la música estaba estrechamente relacionada con las leyes aplicadas en la creación de la belleza. (Eco, 2004).

La estética del siglo XVIII enfatizó los aspectos subjetivos e indefinibles del gusto. Esta tendencia se encuentra en la obra maestra de Immanuel Kant, *La crítica del juicio*. En este libro, Kant sostiene que la base de la experiencia estética es el placer desapasionado que se deriva de la contemplación de la belleza. La belleza es algo que se gusta objetivamente, sin derivar ni atribuirse a ningún concepto; El objeto de este placer es lo que llamamos belleza. Para definir algo como bello, Kant afirma que nuestro juicio debe tener valor universal. Sin embargo, para que los juicios de gusto sean universales, no deben estar vinculados a concepciones extrínsecas de valor. Por tanto, la universalidad de la belleza es subjetiva. A la hora de juzgar si una pintura es bella, no se debe confiar en la inteligencia y la razón, como en los campos cognitivo y moral, sino que se deben seguir las reglas de la imaginación y descubrir la “belleza inherente” y la “belleza libre”. Estas cosas son inexplicables y están exentas de ley moral.

El arte nos permite demostrar el interés de los pensadores y artistas clásicos por representar y definir la idea de belleza. El deseo de describir todo lo que nos atrae y nos da placer llevó al surgimiento de la palabra *kalon*, que, según el autor, puede traducirse incorrectamente como "hermoso", o más precisamente como "lo que nos gusta, lo que causa admiración". y atrae." mirar" (Eco, 2004).

Una de las primeras clasificaciones de la belleza fue en al menos tres categorías estéticas: Belleza Ideal: que representa la naturaleza a través del ensamblaje de sus partes; Belleza Espiritual: Expresar el deber a través de la mirada y la belleza utilitaria o funcional.

8.1.1 La Belleza Ideal:

La categoría estética de Belleza Ideal se sumerge en la aspiración hacia la perfección mediante la representación de la naturaleza a través de un montaje meticuloso de sus partes. Este enfoque artístico busca capturar la esencia sublime y armónica de la realidad a través de la combinación y disposición cuidadosa de elementos. Los artistas que abrazan esta perspectiva seleccionan y ensamblan componentes específicos para formar una visión estilizada de la naturaleza que trasciende sus formas individuales.

En la pintura, la escultura y otras formas visuales, la Belleza Ideal puede manifestarse a través de composiciones cuidadosamente equilibradas que desafían las limitaciones de la realidad tangible. En lugar de replicar la naturaleza de manera fidedigna, los artistas aspiran a crear una versión idealizada que resuene con la armonía y la perfección estética. Este enfoque ha sido característico de movimientos artísticos a lo largo de la historia, desde el clasicismo griego hasta el Renacimiento, donde se buscaba la proporción y la simetría como expresiones de la Belleza Ideal. (Eco, 2004).

8.1.2 Belleza Espiritual:

La Belleza Espiritual se adentra en la expresión del deber a través del ojo, buscando comunicar ideas abstractas, valores éticos o aspectos espirituales mediante la estética visual. Más allá de la simple apreciación estética, esta categoría implica la capacidad del arte para transmitir mensajes profundos y significativos. Los artistas que abrazan la Belleza Espiritual no solo buscan cautivar visualmente, sino también provocar reflexiones sobre cuestiones más trascendentales.

Esta perspectiva estética puede encontrarse en diversas formas de arte, desde pinturas que representan escenas morales hasta esculturas que encarnan principios éticos. La Belleza Espiritual se convierte en un medio para comunicar valores fundamentales, explorar dilemas éticos o evocar emociones y reflexiones más allá de la apariencia superficial. A menudo asociada con movimientos artísticos que buscan trascender lo meramente visual, la Belleza Espiritual refuerza la idea de que la estética puede ser un vehículo poderoso para la expresión y la contemplación más allá de lo material. (Eco, 2004).

8.1.3 Belleza Útil O Funcional:

La Belleza Útil o Funcional fusiona la estética con la funcionalidad, destacando la idea de que la belleza puede coexistir armoniosamente con la utilidad práctica. Esta categoría se manifiesta en el diseño de objetos cotidianos, la arquitectura y otros campos donde la forma y la función convergen para crear una experiencia estética y práctica simultánea.

En el diseño industrial y arquitectónico, la Belleza Útil no se limita a la ornamentación superficial; más bien, la estética se integra directamente en la funcionalidad del objeto. Un edificio no solo debe ser visualmente atractivo, sino también ergonómico y eficiente en su propósito. Los objetos de uso diario, desde sillas hasta dispositivos electrónicos, buscan no solo satisfacer necesidades prácticas sino también ofrecer una experiencia visualmente agradable y estéticamente equilibrada. Así, la Belleza Útil abraza la idea de que la estética puede enriquecer y mejorar la utilidad de un objeto, creando una síntesis armoniosa entre forma y función. (Eco, 2004).

La estética es la disciplina que estudia la belleza y las diversas formas de crearla. comprender y crear realidades que se consideran admirables si la belleza entiende aquello que despierta una sensación peculiar en una persona, agrado. A la luz de la etimología, esta palabra proviene de *aesthetikos*, que se refiere a lo que se percibe a través de las sensaciones. Así, la estética es responsable del estudio de la belleza; normas y métodos de su estudio. Comprendiendo por belleza, idea de la perfección de las cosas. También la

estética se puede definir como un conjunto de percepciones sensoriales generadas por la contemplación de un objeto y la reacción de agrado y placer que surge en el observador.

(Alvarado et al. 2011)

La belleza es una construcción social influenciada no sólo por el paso del tiempo, sino también por la religión, la moral, la cultura y la naturaleza misma. (Velázquez y Ramos 2007). Ser bella es verse atractiva según el juicio y la aceptación de ambos sexos; esto significa ser delgado, lucir joven, mantener un cuerpo fuerte, una figura esbelta y una apariencia saludable. Sin embargo, ser bella parece una meta inalcanzable, hay ansiedad constante y sentimiento de insatisfacción, pues siempre puede verse mejor; es decir, aunque los estereotipos de belleza pueden ser revalorizados y adaptados a la realidad, representan una demanda que las mujeres jóvenes no pueden cumplir. (Piñón y Cerón 2007)

En las sociedades modernas, el culto al cuerpo se ha consolidado como una práctica social predominantemente femenina. Es un problema casi universal, al menos en el contexto urbano, que afecta a todos los sectores y clases sociales (Piñón y Cerón, 2007). Conforme con Cáceres (2008) la edad parece ser una causa de susceptibilidad ante las modelos publicitarias: las mujeres jóvenes, principalmente menores de 30 años se vinculan con los estereotipos de los medios de comunicación, encuentran bastante agrado asemejarse a las modelos, les parecen atractivos los cuerpos de los anuncios, especialmente valoran el ideal el cuerpo esvelto, sin defectos, seductor y joven. Entre tanto las mujeres mayores de 30 años son las que rechazan notablemente los cuerpos que venden los medios, y aprecian lo saludable, se distinguen por primar otros aspectos relativos a la apariencia exterior del cuerpo, como, por ejemplo, un cuerpo natural, cuidado y saludable, sin embargo, el afán por seguir luciendo joven sigue persistiendo. La belleza es un concepto subjetivo y multidimensional que ha sido objeto de estudio y reflexión por parte de varios teóricos a lo largo de la historia.

8.1.4. Imaginario Social

El concepto de imaginario social ha asumido un papel relevante en el campo de las ciencias sociales, especialmente en el contexto contemporáneo; Ha permitido revivir los debates teórico-conceptuales y metodológicos que en un momento determinado estaban

estancados en el pensamiento social y aparece como una “herramienta de interpretación y conocimiento de la realidad social, inicialmente utilizada a nivel individual”.

(Arribas, 2006, p. 18)

El imaginario surge como un problema individual, pero hay que aclarar que se vuelve social cuando es compartido y aceptado por la sociedad, hasta el punto de volverse común dentro de grupos específicos. Lo imaginario es parte de lo que se acepta como real; construir y dar forma a realidades socialmente institucionalizadas (Carretero, 2004); Se basa en un orden de experiencia alternativo al paradigma racionalista dominante. Un paradigma que prioriza el trabajo científico por encima de elementos como la imaginación; Cornelius Castoriadis puede identificarse como uno de los principales intelectuales que acudió en su rescate.

(Falleti 2006) afirma que el imaginario social introduce una perspectiva sociohistórica desde la cual se estudia el surgimiento de significados imaginarios, es decir, se refiere a la creación de nuevos significados, lo que ofrece la posibilidad de estudiar el curso de la transformación de los significados que una sociedad atribuye, así como las prácticas de estos significados derivados. Es un término que nos permite examinar la acción, ya que los significados sociales imaginarios se definen como las formas de ser, pensar y actuar de las personas.

Castoriadis cuestiona esta idea de “imagen” porque convierte la teoría en una “visión” de lo que es. Por ello evita llamar teoría a su trabajo y prefiere llamarlo “explicación”, entendida como “el trabajo mediante el cual las personas intentan pensar lo que hacen y saber lo que piensan”. Esta es una de sus primeras consideraciones, ya que Castoriadis sugiere que cualquier "aclaración" es de naturaleza histórico-social y no puede pretender ser integral ya que la teoría ha sido tradicionalmente justificada. Por tanto, cualquier conocimiento es un proyecto histórico y político.

El texto de castoriadis "La institución imaginaria de la sociedad" supone que todo lo dado en lo histórico-social está invariablemente conectado con lo simbólico. Por supuesto,

las acciones reales, individuales y colectivas, entendidas como consumo, amor, guerra, no son directamente símbolos; pero tampoco pueden existir fuera de la red simbólica. Cada objeto y cada acción tiene su propia existencia en función de nuestra percepción, aunque su existencia depende principalmente del tejido simbólico en el que se insertan. Una silla es, por supuesto, una silla, pero puede simbolizar poder si corresponde a un trono real. Tiene este significado incluso sin un rey sentado sobre él, lo use siempre o no: los atributos simbólicos se desarrollan en la imaginación histórico-social. (Cegarra 2012)

En la visión de Castoriadis, la sociedad no se limita a un entramado de instituciones y prácticas preexistentes. Más bien, sostiene que las sociedades son fundamentadas por un tejido imaginario, un conjunto de significaciones compartidas que la comunidad ha creado y continúa creando. Este imaginario social es la expresión de la creatividad colectiva, donde las personas imaginan e instituyen formas sociales, normas y valores. Es crucial entender que, para Castoriadis, "imaginario" no se refiere simplemente a fantasías individuales o ilusiones. En cambio, aborda la capacidad de la sociedad para imaginar y recrear sus propias instituciones y significados. Este imaginario no es pasivo ni estático; es dinámico, impulsando la evolución constante de las formas sociales. (Cegarra 2012)

En el núcleo de su pensamiento está el concepto de autonomía. Castoriadis aboga por la autonomía individual y social, argumentando que las sociedades tienen la capacidad de reflexionar sobre sus propias creaciones y, lo que es más crucial, cambiarlas conscientemente. La autonomía implica la capacidad de autolegislación, donde la sociedad participa activamente en la formación y reformulación de sus instituciones. La creatividad social es otro elemento esencial del imaginario de Castoriadis. Esta creatividad no es solo la facultad de producir novedades, sino también la libertad de cuestionar y redefinir constantemente las estructuras existentes. En este proceso creativo, la sociedad tiene la capacidad de romper con las formas establecidas y forjar nuevos caminos. (Cegarra 2012)

El imaginario social, según Castoriadis, desafía la noción de estructuras preestablecidas y fomenta una mirada crítica sobre las instituciones sociales. Es un llamado

a la reflexión constante y a la participación activa en la creación de significados y formas de vida. La sociedad no está sujeta a un destino inmutable, sino que tiene la capacidad de determinar su propio curso.

Según el autor, existen dos tipos de imaginación social: por un lado, está la imaginación social efectiva o institucionalizada, que incluye un conjunto de significados que consolidan lo ya establecido, por ejemplo las tradiciones y costumbres de una sociedad; Por otro lado, la imaginación social radical o institucionalizada, que se manifiesta en hechos históricos y en constituciones importantes del universo, como nuevas formas de ver y pensar la realidad, la moda, el cambio, etc.

El primero está predeterminado, generado a lo largo de la historia; la segunda es una nueva posibilidad. Lo institucionalizado se aleja del significado de las acciones humanas, determinando qué está permitido y qué está prohibido, qué es legal y lo ilícito. Organiza y regula las relaciones y acciones dentro de una sociedad, manteniéndola unida y cohesionada. A esto se le llama "segunda imaginación", que es especular, meramente reproductiva, imitativa o combinatoria. Se trata de un pensamiento heredado, que Castoriadis (1975) denomina pensamiento de identidad conjuntivo.

El instituyente, en cambio, opera con lo que no está. Crea una ruptura en el orden establecido e implica transformación social. Con el término “radical” enfatiza la capacidad de la psique para inventar y crear. Le permite a este último generar y formular ideas que no existen, ya que la psique humana se caracteriza por la autonomía de la imaginación, ya que genera un flujo representacional que no está sujeto a ningún propósito específico.

En la obra de Bourdieu, el imaginario social no se limita a las creencias o imágenes colectivas, sino que abarca la manera en que las sociedades construyen su realidad simbólica. Este proceso implica la internalización de valores, normas y prácticas culturales que contribuyen a la formación de identidades individuales y colectivas.

Central en la teoría de Bourdieu es el concepto de habitus, entendido como un conjunto de disposiciones incorporadas que guían las prácticas individuales y colectivas. El imaginario social, en este contexto, contribuye a la formación del habitus al internalizar las estructuras sociales y las relaciones de poder. Bourdieu introduce la noción de "dominación simbólica", destacando cómo el imaginario social refuerza y perpetúa las desigualdades sociales al legitimar ciertas prácticas y marginalizar otras. (Capdevielle 2011)

En su influyente obra "La Distinción", Bourdieu explora cómo el imaginario social moldea las percepciones estéticas y contribuye a la formación de distintas clases culturales. Argumenta que las preferencias culturales no son simplemente expresiones individuales, sino que están arraigadas en el imaginario colectivo que asigna valor simbólico a ciertas prácticas culturales. Esto crea jerarquías culturales que reflejan y refuerzan las jerarquías sociales más amplias. (Ruiz de Elvira 1988)

El imaginario social también desempeña un papel crucial en la reproducción cultural, según la teoría de Bourdieu. Las estructuras simbólicas internalizadas por los individuos a través del imaginario social son transmitidas de generación en generación, contribuyendo a la reproducción de las desigualdades sociales y culturales. Esto se manifiesta en la transmisión de capital cultural de padres a hijos, consolidando las ventajas o desventajas de determinados grupos sociales. Bourdieu, aunque enfatiza la reproducción cultural a través del imaginario social, también ofrece una perspectiva crítica y potencialmente transformadora. Aboga por la toma de conciencia de estas estructuras simbólicas y la posibilidad de desafiarlas. A través de una conciencia reflexiva, la sociedad puede cuestionar y cambiar las representaciones y valores internalizados que perpetúan la desigualdad. (Capdevielle 2011)

La flexibilidad del imaginario social no funciona como un concepto definido, rígido, permanente y estable. La flexibilidad es aplicable a sociedades como la que vivimos hoy, que se caracterizan por la volatilidad, el dinamismo y la transformación; por así decirlo, debido al caos y el malestar social. La imaginación "permite y busca realizar continuos microajustes para incrementar su utilidad práctica" (Arribas, 2006, p. 22).

La realidad social no debe ser conceptualizada sólo por investigadores y/o pensadores, académicos, especialistas, etc., sino que debe tener en cuenta la comunidad de laicos que la viven en su vida diaria. De esta manera, puede mostrar poder en la configuración o fortalecimiento de la conciencia colectiva de los sujetos (Arribas, 2006). Esto evidencia que las interpretaciones sobre la vida en el grupo social necesitan ser confirmadas para que alcancen un nivel importante de legitimidad, y que no sean impuestas por quienes tienen la última palabra en una situación.

Es la fuente de la creación de posibilidades alternativas de la realidad; a través de su irre realidad descompone lo que se considera real, se vuelve controversial como alternativa. (Carretero, 2004).

a. Instagram

Instagram es una red social donde los usuarios tienen la oportunidad de compartir historias, recuerdos y momentos de sus vidas mediante el uso y el intercambio de fotografías capturadas instantáneamente. Estas imágenes publicadas en una red social pueden recibir me gusta o ser comentadas por los seguidores del usuario que las publicó. En los últimos años, la plataforma virtual ha sido identificada como una de las redes con mayor presencia digital. Una de las claves del éxito puede ser que se trata de una app cuya magia reside en su sencillez e instantaneidad. (Nixon 2020)

“Instagram es una forma divertida y peculiar de compartir tu vida con tus amigos a través de una serie de imágenes. Toma una foto con tu teléfono móvil, selecciona un filtro para transformar la imagen. A través de fotografías imaginamos un mundo más conectado” (Instagram, 2015). Instagram fue una de las redes sociales que se dio cuenta de que Internet es principalmente una herramienta visual, siendo una de las aplicaciones más importantes basada principalmente en imágenes. Al permitir el acceso a través de dispositivos móviles, se cree, como se señaló anteriormente, que su simplicidad atraerá a un público más joven. Photos es la red social de mayor crecimiento de la historia y la mayor evolución de la

fotografía en los últimos 30 años” (Sastre, 2013).

El funcionamiento de Instagram existe elementos claves del funcionamiento de esta red social, Una de las herramientas más utilizadas por su audiencia y que ha hecho mundialmente famoso a Instagram es el uso de filtros. En su artículo “Filtros y efectos: ¿trampa fotográfica o recurso expresivo?”, Óscar Colorado Nates, crítico, analista, impulsor de la fotografía y catedrático de fotografía avanzada de la Universidad Panamericana de la Ciudad de México, inicia el debate sobre si existe tal cosa. Existe “miedo por agregar 'filtros' a las fotos, o algún tipo de fraude alterando la imagen original” (Colorado Nates, 2014) Autor de Instagram, el ojo del mundo, fotografía documental social, fotografía artística contemporánea y El mejor fotógrafo del mundo, Colorado Nates afirma que los filtros son “procedimientos de software que cambian la apariencia de una imagen o parte de una imagen cambiando las sombras. y colores de los píxeles de una forma u otra. (Colorado Nates, 2014)

Todo comenzó con la llegada de una aplicación para teléfonos móviles en 2010 que permitía a los entusiastas de la fotografía tomar y editar fotografías utilizando las herramientas que ofrecía la propia aplicación y subirlas instantáneamente a su perfil. Con el tiempo, sus usuarios comenzaron a crecer rápidamente, al igual que las funciones de esta aplicación, y se convirtió en una de las redes sociales más populares del mundo. Es uno de los canales de comunicación más utilizados por muchos a través del cual se comunican con otros usuarios e incluso lo visitan para obtener información; ya sea para obtener información sobre otras personas o sobre la actualidad en general. Además, la aparición de publicidad y marcas en Instagram ha impactado significativamente las decisiones de compra de muchos consumidores. Y es uno de los principales sitios para buscar enlaces y opiniones de otros usuarios sobre productos y servicios. (Cabrera 2019)

La cantidad de tiempo que la gente pasa en línea se está recuperando, mientras que en las redes sociales se mantiene por debajo del promedio del año pasado. En total, pasamos 6 horas y 41 minutos en Internet cada día (+4 minutos respecto al año pasado), un tercio de ello en las redes sociales, un total de 2 horas y 24 minutos al día (-4 minutos

respecto al año pasado). Finalmente, en el ranking de redes sociales según el tiempo de uso mensual, encontramos a TikTok en primer lugar, seguida de YouTube y Facebook.
(We ar social 2023)

Sin embargo, si nos fijamos en el consumo de medios, el tiempo diario ha disminuido en 10 minutos respecto al año pasado. En concreto, los medios (online y físicos) recibieron 22 minutos menos, la televisión 13 minutos menos y las redes sociales 4 minutos menos. El número de usuarios activos de redes sociales sigue creciendo a un ritmo más rápido que el trimestre anterior, alcanzando los 4.950 millones a principios de octubre. En España el 83,6% de la población utiliza las redes sociales. En lo que respecta a los medios pagos, se ha observado que los anuncios de Tiktok llegan a nivel mundial a más hombres (56,1%) que mujeres (43,9%). En Instagram ocurre lo mismo, llegando al 50,3% de los hombres y al 49,7% de las mujeres. Además, Meta recientemente prohibió a los anunciantes utilizar la orientación granular para audiencias de entre 13 y 17 años, lo que ha provocado una disminución en el alcance de los anuncios de Instagram y Facebook en este grupo de edad.
(We ar social 2023)

Las métricas de Instagram son fundamentales a la hora de tener una empresa en la red social Instagram, o simplemente para querer medir la interacción con el público, que tanto se impacta realmente en la red social, que tanta importancia tenemos con el público que nos sigue.

Al acudir a la pestaña de métricas que ofrece Instagram, se verá el rendimiento de las publicaciones que se realiza en el feed. **Alcance**, Esta es una de las métricas de Instagram más importantes. Esto se refiere a la cantidad de personas que han visto la publicación. ¿Qué tan eficiente es la estrategia detrás de cada publicación? Si se promociona con dinero el alcance será mayor, pero hay cosas que se puede hacer para aumentar estas métricas sin pagar un dinero. En esta estrategia está el uso de contenido que sea relevante con hashtags que se haya conocido y que tenga impacto en la audiencia; esto aumentará el alcance de cada una de las publicaciones

Impresiones, Las impresiones son la cantidad de veces que se vio la publicación; Esta métrica será mayor que el alcance porque los usuarios pueden ver la publicación más de una vez. **Compromiso**, el compromiso es una de las métricas de Instagram que mejor describe los esfuerzos. Se trata de cuántos me gusta y comentarios tiene cada publicación; también cuántas veces se ha guardado y compartido. Esta es la métrica más importante para la empresa porque si no se tiene un engagement se volvería irrelevante y será muy difícil alcanzar los objetivos.

El engagement en Instagram y redes sociales es una métrica o indicador que sirve para medir la capacidad de interacción entre una marca y sus distintos canales de comunicación y los usuarios, seguidores o consumidores de la marca. Puede traducirse como “participación” o “interacción”. Es uno de los indicadores clave de rendimiento (KPI) de cualquier canal, no sólo de las redes sociales, que nos permite medir el nivel de engagement de los usuarios con nuestra marca y evaluar la relación con nuestros clientes midiendo cómo se interactúa con ellos, lo que en última instancia determinará el éxito como empresa.
(Muñoz 2022)

El engagement es uno de los términos más populares en el marketing de redes sociales y sirve para medir el nivel de interés, compromiso o interacción que tiene una marca con sus seguidores. Además, esto es importante en Instagram, donde la interacción entre usuarios es una prioridad y, por tanto, importante a la hora de analizar el alcance de nuestra marca, la fidelidad de los usuarios y el potencial de conversión. (Muñoz 2022)

Tasa de engagement se mide de la siguiente manera, (Interacciones / Número total de seguidores) * 100

Suponiendo esto significa que su cuenta tiene 3500 seguidores y crea una publicación que obtiene 300 me gusta, 18 comentarios, se ha compartido 3 veces y se ha guardado 4 veces.

Esto significa que las interacciones totales para esa publicación son $300 + 18 + 3 + 4 = 325$.

$$(325/3500) * 100 = 9,28$$

9,28% es una tasa de participación notoria, ahora bien, es posible que esos números no digan nada, por eso es importante tener el conocimiento que una “buena tasa de participación” no es la misma para todas las cuentas, los siguientes datos si afirma cuales son:

1 – 9,999 seguidores > 8%

10.000 – 49.999 > 5,7%

50.000 – 99.999 > 2,4%

100.000 – 499.999 > 1,7%

(Esparta Digital 2023)

Métricas de las historias de Instagram

Las historias son una forma de conectarse con la audiencia y generar una participación. Por tanto, no están excluidos de tener en cuenta las métricas de Instagram. **Seguir**

Esta es la cantidad de veces que las personas vieron una historia que se creó y tocaron la pantalla del lado derecho para ver la siguiente historia. **Devolver** Son las veces que alguien vio la historia y, una vez terminada, tocó el lado izquierdo de la pantalla para verla nuevamente. **Pasar la cuenta**, las veces que las personas vieron una historia deslizaron el dedo (arrastraron el dedo de derecha a izquierda en la pantalla) para ver la historia de otra cuenta.

Abandonar, son los momentos en los que un usuario ve la historia y, sin completarla, abandona la historia. **Respuesta**, la cantidad de personas que respondieron directamente a

la historia. **Interacción**, con las nuevas opciones proporcionadas por Historias, es importante medir cuántas personas responden a encuestas, preguntas y más se configura específicamente para generar participación. (Esparta Digital 2023)

Un selfie es una fotografía destinada principalmente a su distribución en redes mediante un teléfono móvil, iPad o cualquier otro dispositivo, y está relacionada con el llamado vídeo selfie: una producción audiovisual en la que el autor suele mostrarse mirando a la cámara y hablando con Se pretende un espectador que estará presente y escuchará sus mensajes al revés, ya sea desde un punto de vista de entretenimiento o profesional. (Sosa 2014)

Al estudiar el fenómeno de los selfies, uno se sorprende de la codicia y la perseverancia con la que algunas personas toman una fotografía para lucir su imagen y la ponen en circulación, incluso a riesgo de que se escape de su control y se difunda masivamente en Internet. La imagen tiende a moverse a través de un sistema de pantallas al alcance de un gran número de internautas, propios o ajenos, pequeños grupos o grupos heterogéneos que requieren imágenes y representaciones. (Sosa 2014)

b. Comparación social

La teoría de la comparación social (1954) fue propuesta originalmente por el psicólogo social León Festinger y afirma que las personas evaluamos nuestras propias opiniones, capacidades y destrezas comparándolas con las opiniones de los demás. También parece ser especialmente cierto en situaciones de incertidumbre, donde puede resultar difícil medir objetivamente nuestras capacidades. Por tanto, esta teoría se basa en la creencia de que existe un impulso dentro del individuo que lo motiva a realizar autoevaluaciones rigurosas. Además, la teoría de la comparación social intenta explicar cómo los factores sociales influyen en el autoconcepto. (Ruiz 2019)

En 1954, el psicólogo Leon Festinger planteó la hipótesis de que las personas se comparan con los demás para satisfacer un deseo humano básico: la necesidad de autoestima. A este proceso lo llamó teoría de la comparación social. En el centro de su teoría está la idea que las personas aprenden sobre sí mismas, sus habilidades, éxitos y personalidad comparándose con los demás. Estas comparaciones se pueden dividir en dos categorías principales. (Garcia y Halldorsson)

En una categoría, consideramos las normas sociales y las opiniones de los demás. En concreto, comparamos nuestras propias opiniones y valores con los de los demás cuando nuestra autoevaluación no está clara. Por ejemplo, es posible que no esté seguro de su posición sobre un tema muy debatido, como la legalidad del aborto. O bien, es posible que no esté seguro de qué sucursal usar primero en un lugar con varios cursos. En casos como este, las personas tienden a mirar a los demás, hacer comparaciones sociales y ayudar a llenar el vacío. (Garcia y Halldorsson)

La segunda categoría de comparación social se refiere a nuestras habilidades y desempeño. En este caso, la necesidad de autoevaluación está impulsada por otro deseo subyacente: desempeñarse cada vez mejor; como lo expresó Festinger (1954), “un impulso unidireccional hacia arriba”. En esencia, comparamos nuestro desempeño no sólo para evaluarnos a nosotros mismos sino también para comparar nuestro desempeño en relación con el de los demás. (Garcia y Halldorsson)

La comparación social es un fenómeno bidireccional en el que podemos compararnos con personas que están en mejor situación que nosotros, una “comparación ascendente” (o peor que nosotros), una “comparación descendente”. Hacer comparaciones con cualquiera de estas dos dimensiones del desempeño puede influir en nuestra autoevaluación. Por un lado, las comparaciones al alza en dimensiones relevantes pueden amenazar nuestras autoevaluaciones y dañar la autoestima (Tesser 1988).

La comparación social es un hecho natural. Los humanos somos incapaces de resistir el impulso gravitacional de compararnos con los demás. Esto sucede porque somos

organismos relacionales y gregarios. El comportamiento de los demás actúa como una guía que sienta las bases de cómo percibimos e interpretamos el mundo.

Hay varias formas en las que podemos generar información sobre nosotros mismos. La primera es sacar conclusiones sobre nuestro comportamiento. Según la teoría de la autopercepción de Bem, construimos modelos mentales de cómo somos a través de atribuciones de nuestro comportamiento. Es decir, nos damos rasgos y etiquetas que explican las causas de nuestro comportamiento, por ejemplo: pasé esta difícil prueba porque soy inteligente. (Jiménez 2023)

De alguna manera hay un impulso dentro de nosotros que nos obliga a tener una autoevaluación precisa. Para lograrlo, nos ponemos frente a un espejo tal como nos perciben los demás y nos comparamos en términos de nuestras creencias, opiniones y capacidades. El objetivo es doble: por un lado, reducir la incertidumbre que puede surgir por la falta de autoconocimiento en algún aspecto y, por otro, aumentar la precisión con la que nos definimos. (Jiménez 2023)

c. Identificación de Cuerpos Naturales y Modificados Quirúrgicamente

En la actualidad, las mujeres parecen haber desarrollado una notable habilidad para distinguir entre cuerpos naturales y aquellos que han pasado por cirugías plásticas, un fenómeno impulsado en gran medida por la creciente exposición a las imágenes filtradas y modificadas en redes sociales como Instagram. Investigaciones recientes sugieren que esta capacidad es, en parte, consecuencia de los ideales de belleza promovidos por influencers y celebridades que han normalizado los procedimientos estéticos, haciendo más evidente la diferencia entre lo natural y lo intervenido quirúrgicamente.

Según un estudio publicado en Plastic and Reconstructive Surgery (2019), la creciente popularidad de las cirugías plásticas y los retoques estéticos ha llevado a una percepción más aguda de las intervenciones entre los usuarios de redes sociales. Los investigadores encontraron que las mujeres jóvenes, en particular, son más propensas a detectar modificaciones estéticas debido a su constante exposición a imágenes idealizadas de cuerpos y rostros femeninos. Esta "sensibilidad estética" se refuerza por el hecho de que los cuerpos intervenidos tienden a compartir ciertas características comunes, como labios más voluminosos, cinturas estrechas y curvas exageradas, que difieren de las proporciones naturales del cuerpo.

Por otro lado, un informe de American Society of Plastic Surgeons (2021) destacó que las cirugías plásticas han aumentado significativamente en las últimas décadas, lo que refuerza la idea de que el acceso a estos procedimientos es cada vez más normalizado. Este acceso facilita que los cuerpos modificados quirúrgicamente se vuelvan más visibles en la sociedad y en las plataformas digitales, lo que permite a las mujeres identificar patrones estéticos comunes y contrastarlos con los rasgos naturales.

En este contexto, se podría argumentar que las mujeres han desarrollado una especie de "ojo crítico" para identificar las señales de las cirugías plásticas, influenciadas por la exposición constante a estas imágenes en los medios y redes sociales. Esto, sin embargo, también plantea preguntas sobre los estándares de belleza contemporáneos y la presión social que recae sobre las mujeres para cumplir con un ideal físico que, en muchos casos, no es alcanzable sin intervenciones quirúrgicas.

9. Metodología

La presente investigación adopta un enfoque **cualitativo** que se centra en comprender a fondo las experiencias, percepciones y significados de los participantes involucrados en el estudio, utilizando métodos como entrevistas, observaciones y análisis de imagen para obtener datos ricos y detallados. Al privilegiar la calidad sobre la cantidad, este enfoque permite capturar la diversidad de perspectivas y contextos, ofreciendo una comprensión profunda y contextualizada del tema investigado.

Báez (2009) describe el enfoque cualitativo como una metodología de investigación que se basa en la obtención de descripciones a partir de observaciones que pueden incluir entrevistas, relatos, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audio y video, registros escritos, fotografías, películas y artefactos. En consecuencia, la investigación cualitativa se enfoca en identificar en los fenómenos todas las cualidades, características y aspectos relevantes que permitan al investigador reconstruir la realidad observada. Este proceso se realiza mediante diversas técnicas de recolección de datos que se presentan en la investigación, procurando que sea lo más objetivo posible para garantizar la veracidad de la información obtenida.

10. Técnicas De Investigación:

Para el desarrollo de este proyecto se utilizarán tres técnicas de investigación:

a. Revisión documental:

Según Hurtado (2008) afirma que una revisión documental es una técnica en donde se recolecta información escrita sobre un determinado tema, teniendo como fin proporcionar variables que se relacionan indirecta o directamente con el tema establecido, vinculando esta relaciones, posturas o etapas, en donde se observe el estado actual de conocimiento sobre ese fenómeno o problemática existente.

En el transcurso del desarrollo de este trabajo se muestra los pasos de esta investigación, ya que no solo se puede ver el progreso en un perfil de investigación, sino que también muestra cómo van desarrollándose y cómo se puede seguir su evolución, lo cual es una característica tanto de la investigación en formación como de la investigación aplicada. Por lo tanto, este trabajo consistió en la búsqueda de diferentes bases de datos bibliográficas, artículos de investigación, repositorios institucionales sobre el tema.

En ese sentido entonces se consultaron 8 investigaciones de la red de revistas científicas, Redalyc, 3 tesis de grado de la plataforma Scielo, 1 acta académica sin fines de lucro proveniente de Argentina, 3 trabajos de grado de la universidad de Antioquia, 2 investigaciones de grado provenientes del repositorio de la universidad Técnica de Ambato del país de Ecuador, 1 trabajo de grado del repositorio de la universidad Javeriana, 1

investigación profunda sobre la teoría de la selfi en el repositorio de la universidad de Rosario Argentina, 3 tesis de investigación en la biblioteca digital Scribd, 1 trabajo de investigación del repositorio Riunet de la universidad Politécnica de Valencia, 1 noticia en la plataforma El Periódico sobre “La obsesión por los filtros de Instagram amenaza la autoestima de los usuarios”, 1 noticia en la página web El Tiempo sobre “Así afectan los filtros de Instagram nuestra percepción de belleza”, 1 noticia en la BBC News mundo sobre “Los filtros que Instagram censurará para prevenir efectos negativos en la salud mental”, 1 noticia en la página web 20 minutos sobre 'Influencers' 2.0: cuando las redes se dedican a promover el amor propio, 1 noticia en la página web de noticias La república sobre “Radiografía del consumo de las redes sociales en el mundo, las personas y empresas”.

b. Entrevistas:

Se sostiene que la entrevista supera al cuestionario en eficacia al proporcionar información más detallada y exhaustiva, además de ofrecer la oportunidad de aclarar dudas en tiempo real, lo que garantiza respuestas más útiles.

La entrevista resulta particularmente beneficiosa en estudios descriptivos y en etapas exploratorias, así como en la creación de instrumentos de recolección de datos. En la investigación cualitativa, la entrevista se distingue por varios elementos clave: su objetivo es obtener información específica sobre un tema determinado; se busca precisión en la información recopilada; se pretende capturar los significados que los entrevistados atribuyen a los temas discutidos; el entrevistador debe mantener una participación para interpretar continuamente el discurso del entrevistado y lograr una comprensión profunda.

“La entrevista es uno más de los instrumentos cuyo propósito es recabar datos, pero debido a su flexibilidad permite obtener información más profunda, detallada, que incluso el entrevistado y entrevistador no tenían identificada, ya que se adapta al contexto y a las características del entrevistado.” (Díaz-Bravo et al., s. f.)

Sofía Jaramillo, edad 18 años, estudiante de maquillaje artístico, Universidad IA

Daniela Cubillos, edad 21 años, estudiante de ingeniería química, universidad Nacional

Laura Cristina, edad 22 años, estudiante de comunicación social, universidad Santo Tomás sede principal.

Paula cruz, edad 20 años, emprendedora, modelo, y especialista en el área de estética y belleza.

Gabriela guzmán, edad 23 años, estudiante del idioma inglés intensivo.

Mariana Estévez Iregui, edad 20 años, estudiante de diseño de comunicaciones

María Paula Muñoz espinosa edad 23 años, estudiante de dirección y producción de cine y televisión

Anyella Tatiana Chaparro Gonzales, edad 26 años, estudiantes de comunicación social y periodismo, universidad de la CUN

Yesica Lorena Hernández Alayon, edad 23 años estudiantes de estética y belleza especialista en diseño de uñas

Fase 1

- ¿Qué tipo de poses suelen utilizar en las selfies o fotos que publican en Instagram?
- ¿Qué sueles destacar en tus selfies o fotos, como la luz, filtros que usas?
- ¿Cómo eligen los fondos o entornos para sus selfies o fotos en función de la estética que desean transmitir?
- ¿Qué elementos consideras que podría reflejar la belleza ideal en las selfies o fotos que publicas en redes sociales?
- ¿Piensas que lo que compartes en tus selfies puede influir en cómo tus seguidores ven la belleza ideal de Instagram?

Se escogió esas 5 chicas ya que todas cumplen con el rango de edad que requiero para esta investigación. Así mismo cada una desempeña carreras profesionales diversas dado que esto ayudará a que la investigación tenga un mayor rango de conocimiento y diferentes perspectivas frente al tema que se va a tratar.

Diego Alejandro Palomino Aguilar: Edad 19 años, estudiante de Finanzas, Fintech y comercio exterior de la universidad Sergio Arboleda

Jorge Canales: Edad 21 años, Estudiante de Finanzas, Fintech y comercio exterior de la universidad Sergio Arboleda

Henry Gamba: Edad 20 años, Estudiante de ingeniería industrial en el país de Alemania.

Se escogió a 3 chicos del mismo rango de edad que se requiere en la investigación, puesto que es interesante e importante saber y conocer el punto de vista masculino, y cómo perciben todo el tema de las redes sociales y la belleza ideal que impone la plataforma Instagram.

- ¿Cómo percibes las expectativas de belleza en mujeres que se muestran en Instagram? ¿Creerías que estas expectativas son realistas o poco realistas para la mayoría de los hombres? ¿Y por qué?
- ¿Qué opinas sobre cómo las imágenes de belleza ideal en mujeres en Instagram impactan la percepción de la belleza netamente natural: ¿sin filtros, ni retoques?
- ¿Qué piensas sobre si la representación de la belleza en Instagram refleja de manera fiel y natural la diversidad de mujeres que existen en la sociedad?
- ¿Qué papel crees que juegan las influencers y las celebridades en la definición de la belleza ideal en Instagram?
- ¿Qué impacto te generaría al descubrir que la belleza en X mujer no es la que muestra en Instagram?
- ¿Consideras que el ideal de belleza que un hombre busca en una mujer debe limitarse únicamente a los estándares presentados en Instagram?

c. Análisis de imagen

Para esta técnica se analizarán dos selfies y dos fotografías de cuerpo completo de dos influencers reconocidas a nivel nacional, Gabriela García y Carolina Gómez con la finalidad de Identificar los patrones y características comunes de las selfies y fotografías publicadas por mujeres influenciadoras en la plataforma Instagram.

Interpretar una imagen implica examinarla minuciosamente y examinar los elementos que la conforman. Es esencial cuestionarse qué información transmite la imagen

y de qué manera lo hace. También es importante considerar la intención del fotógrafo para poder apreciar el resultado final.

La interpretación de una imagen puede involucrar varios niveles de análisis. Estos niveles se dividen en dos partes: lo que se denota (qué se muestra y cómo se muestra) y lo que se connota (por qué se muestra y qué significado tiene la forma en que se muestra). En otras palabras, se realiza un análisis de lo que se observa (perceptivo) seguido de un análisis del significado que los elementos podrían tener (comprensivo) (Academia de Artes Visuales, 2018).

El análisis de la imagen puede abordarse desde diversos niveles perceptivos:

Nivel compositivo: Al analizar la composición, es esencial evaluar elementos como el encuadre, la perspectiva y la distribución de elementos visuales. ¿Desde qué punto de vista se capturó la fotografía? ¿Se tomó a la altura de los ojos o desde ángulos alternativos (frontal, picado, cenital, contrapicado, nadir)?

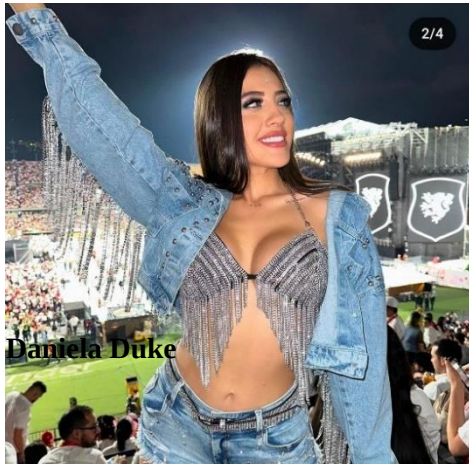
Nivel técnico: Es importante considerar los aspectos técnicos relacionados con la captura de la imagen, como el enfoque, la apertura del diafragma, la velocidad de obturación, la profundidad de campo y el balance de blancos. Estos elementos influyen en la calidad y la estética de la fotografía.

Nivel narrativo: ¿Qué historia se cuenta a través de la imagen? ¿Cuáles son los elementos narrativos clave que dan forma a esta historia visual? Es fundamental analizar la expresión y el mensaje que la imagen transmite, así como identificar los elementos que contribuyen a la narrativa visual.

(Academia de Artes Visuales, 2018)

A partir de ello, se mostrarán las selfies y las fotografías escogidas de las dos influencers reconocidas para hacer el análisis de imagen.

Gabriela García



Ellas dos fueron elegidas como influyentes reconocidas a nivel nacional debido a su gran número de seguidores en todas sus plataformas, especialmente en Instagram, donde la mayoría de sus seguidores son mujeres, Gabriela García tiene 873.000 seguidores y Daniela Duke tiene 3.900.000 de seguidores. Ambas han recurrido a cirugías plásticas y retoques en sus fotos, así como al uso de filtros que alteran su apariencia natural de cierta manera. Daniela Duke ha compartido abiertamente haberse sometido a múltiples procedimientos estéticos. Durante una entrevista reciente con Camilo Pulgarín, reveló que su primera cirugía tuvo lugar a los 16 años, cuando optó por un aumento de busto. Desde entonces, ha pasado por varios procedimientos adicionales, incluyendo una rinoplastia, una liposucción

y una segunda operación de aumento de senos. En total, ha experimentado cinco intervenciones quirúrgicas relacionadas con su apariencia física. Que ella ha publicado

Gabriela García, una influencer conocida, ha compartido abiertamente en múltiples ocasiones las cirugías plásticas que se ha sometido. Estos detalles han sido revelados tanto en sus propios videos en redes sociales como en publicaciones colaborativas con la clínica Cliniqreal, donde la influencer ha mostrado su agradecimiento y colaboración. En un video publicado por Cliniqreal, Gabriela detalló las cirugías plásticas que tenía programadas, entre las cuales se encontraban una mamoplastia y una laserlipólisis. Además de estos procedimientos, mencionó que también había optado por un diseño de sonrisa y la colocación de pestañas postizas, todo esto hace algún tiempo.

Son consideradas como modelos a seguir en la búsqueda de esa belleza ideal que proyectan en Instagram, puesto que, en la era digital y especialmente en las redes sociales como Instagram, ciertas personas se destacan por su apariencia física y su capacidad para proyectar una imagen de belleza ideal.

Ellas dos suelen ser influenciadores o personalidades públicas que han cultivado una audiencia significativa a través de sus publicaciones en línea. Lo que los distingue es su habilidad para crear contenido visualmente atractivo que refleje los estándares de belleza predominantes en la sociedad actual. Esto incluye aspectos como la apariencia física, el estilo de vida, la moda y la actitud. El contenido que ellas publican incluye videos de maquillaje, rutinas de ejercicio, colaboraciones con marcas de belleza, cuidado fácil, colaboraciones con clínicas de retoques estéticos, videos bailando, mostrando su cuerpo, videos mostrando su rostro con filtros o muy maquilladas.

A medida que comparten sus fotos y videos, establecen un estándar de belleza al que otros aspiran. Muchas personas los ven como modelos a seguir y buscan emular su apariencia, estilo y comportamiento para sentirse más cercanos a esa imagen de perfección que proyectan.

Se llevará a cabo un análisis de imagen con las mujeres que serán entrevistadas, utilizando las siguientes preguntas:

Fase 2

Preguntas Técnicas

¿Cuál fue el objetivo detrás de la captura de esta imagen?

¿Fue una toma espontánea o cuidadosamente planificada?

¿Cuál era la intención principal del fotógrafo al tomarla?

¿Qué mensajes percibes de esta imagen?

¿Qué historia crees que cuenta?

Fase 3

Preguntas Narrativas

¿Qué emociones surgen al contemplar la representación de una belleza ideal en estas imágenes?

¿Te sientes presionada o influenciada de alguna manera por estas imágenes?

¿Crees que estas imágenes promueven una idea realista de la belleza femenina?

¿Consideras que estas representaciones contribuyen a la aceptación de la diversidad y la autenticidad en la belleza?

11. Resultados E Interpretación

Pregunta	Respuesta	Interpretación
¿Qué tipo de poses suelen utilizar en las selfies que publican en Instagram?	Daniela Cubillos Normalmente no subo muchas selfies; prefiero subir videos porque me siento más bonita en movimiento, que en una foto. Para que me guste una foto, tengo que tomar muchas. Sin embargo, si hablamos de ángulos, me gusta más mi perfil izquierdo. Por eso, casi siempre me	En esta primera pregunta se evidencia que las 5 chicas, prefieren tomar diferentes formas u ángulos que les favorezca en su belleza, como girar el rostro para hacerlo parecer más estilizado o curvado, generar ángulos en el cuerpo, como tomar fotos hacia abajo, de un lado, o de otro, con la cámara horizontal y diagonal, donde logren

	inclino un poco hacia un lado o pongo una mano en la cintura para darle más dinamismo a la foto. Paula Cruz Sinceramente, me gusta que en las fotos se vean mis glúteos, más que todo por inercia. Muchas personas que me siguen no lo aprueban, ya que piensan que se ve vulgar o exagerado, pero en mi opinión, no tiene nada de malo. En cuanto a las fotos de mi rostro, prefiero que se vea mi perfil derecho, siempre con una leve inclinación, nunca de frente. Además, cuanto más blanca y brillante salga en las fotos, mejor me siento, ya que me veo más luminosa y limpia, ocultando imperfecciones como poros abiertos o granitos. Laura Cristina Cuando voy a subir una foto, lo primero en lo que pienso es en el lugar: tiene que ser un spot bonito, preferiblemente con un fondo que tenga un paisaje lindo. Lo siguiente es mi outfit; me gusta usar algo que me haga sentir poderosa. También me interesa que mi perfil de Instagram y mis fotos sean muy coloridos. En cuanto a la pose, prefiero que se me vea el rostro de frente a la cámara, no en un espejo. Si subo una foto en traje de baño, la pongo en la segunda imagen en el post y me esfuerzo en mostrar mi cuerpo de la mejor manera, por ejemplo, posando con los glúteos ligeramente hacia afuera y el abdomen contraído. Sofia Jaramillo Suelo utilizar ángulos con la cámara horizontal, mostrando el mejor perfil que	distorsionar la realidad, es decir agrandar o disminuir alguna parte de su cuerpo con la que no se sientan cómodas, una de las más comunes, parecer que tienen glúteos más grandes, abdomen más tonificado, y un rostro estilizado.
--	---	--

me favorezca, como el izquierdo. Cuando es una foto de cuerpo completo, me gusta de espaldas que se me vean los glúteos y también de frente girando al lado izquierdo para visualizar más curvas.

Gabriela Guzmán

Mis selfies suelen ser muy casuales y divertidas. Me gusta hacer caras tiernas y sexys, usar filtros de Instagram que únicamente le pongan color a mi rostro, mas no que lo modifiquen, soy muy segura de mis facciones de rostro, me gustan bastante, entonces no me interesa añadirle ni quitarle nada a mi rostro. A menudo, tomo selfies con mi mascota, porque siempre recibe muchos likes. Me encanta tomar fotos al aire libre y de viaje, especialmente en lugares con mucha naturaleza. Prefiero poses simples, como sonriendo y girando mi cabeza hacia mi perfil izquierdo. Siempre intento capturar mi personalidad y alegría en cada selfie.

Mariana Estévez

Casi nunca me tomo fotos de cuerpo completo, ni frente al espejo como hacen muchas mujeres. Normalmente, me enfoco en que salgan solo mi rostro o el pecho hacia arriba, pero evitar fotos de perfil es algo que hago casi siempre. La verdad es que no me gusta mi nariz, y me encantaría tenerla más respingada, como la típica nariz de Barbie. Creo que al ver esas fotos en Instagram, con esos rostros perfectos, casi como de princesas, no puedo evitar compararme más. Es difícil no caer en esa comparación cuando las redes sociales están llenas de imágenes idealizadas.

María paula Muñoz

Cuando me tomo fotos de rostro, prefiero que sean más de perfil derecho, ya que siento que ese ángulo resalta mejor mis facciones. Siempre trato de encontrar la luz adecuada y girar ligeramente la cabeza para destacar mi mandíbula y darle más definición a mi rostro. Además, noto que este perfil le da un toque más estilizado a mis fotos y me hace sentir más segura de cómo me veo en las imágenes.

Cuando son fotos en el espejo, tengo una técnica que me encanta utilizar: saco la pierna derecha ligeramente hacia adelante para que se vea más la cadera. Esto no solo ayuda a crear una figura más curvilínea, sino que también le da elegancia a la pose.

Anyella Chaparro

La verdad es que no me encanta tomarme fotos de cuerpo completo, como que no me siento tan cómoda mostrando todo. Prefiero mucho más las fotos que van de los muslos para arriba, porque siento que así se ve más lo que quiero resaltar y puedo controlar mejor la pose. Además, como que puedo jugar más con cómo coloco las manos, el torso, y hasta el cabello para que la foto tenga más estilo. Cuando es de cuerpo entero, siento que se pierde un poco el foco y no siempre logro que la pose salga como me gusta.

Chanel Santacruz

Las poses que por lo general uso en las fotos que me tomó son poner mi mano en la cintura, cruzar mis pies, podría decir que, por lo general, estas posas aquellas

	que son sencillas y me hacen sentir cómoda. Yesica Hernández No soy muy de fotos, pero cuando me tomo una que otra, es del rostro, pero sin sonreír porque no me gusta la forma de mis dientes, es una gran inseguridad mía, y del cuerpo no me siento comida mostrando porque no tengo mucho conocimiento de poses entonces pienso que me podría ver ridícula.	
¿Qué sueles destacar en tus selfies o fotos, como la luz, filtros que usas?	Daniela Cubillos Sí, me gustan los filtros, pero no aquellos que modifican mi rostro, como cambiar la nariz, los labios, los pómulos o el color de los ojos. Prefiero filtros que solo añadan un poco de rubor y labial, para no verme tan pálida. En cuanto a la iluminación, ya sea de día o de noche, siempre procuro tener buena luz, porque así las fotos se ven más nítidas y de mejor calidad. Paula Cruz Claro que uso filtros, aunque no siempre. Me parecen muy lindos, siempre y cuando no distorsionen mi belleza natural. Como casi siempre estoy maquillada en mi día a día, suelo usar más el filtro natural de Instagram, que solo suaviza la foto. Sin embargo, cuando no estoy maquillada y quiero dar la impresión de que sí lo estoy, uso filtros que añaden detalles como pestañas largas, un poco de rubor, labial rosado y cejas bien definidas. Me encantan esos filtros que solo crean la ilusión de maquillaje. Laura Cristina	En esta pregunta, la mayoría de las entrevistadas coincidieron en que no les gustan los filtros que alteran sus rasgos faciales, ya sea añadiendo o quitando algo de su rostro. Sin embargo, existe una diferencia en cómo cada una aborda su imagen en Instagram. Algunas prefieren estar maquilladas, mientras que otras optan por utilizar filtros que las maquillen digitalmente. Esto sugiere que, en general, ninguna se muestra completamente al natural en Instagram, es decir, sin maquillaje ni filtros. La iluminación emerge como un aspecto crucial para casi todas ellas. La importancia de una buena iluminación radica en su capacidad para resaltar sus facciones y complementar el maquillaje. Una iluminación adecuada puede transformar una foto, haciéndola más atractiva y profesional. Las entrevistadas valoran cómo la luz puede destacar sus mejores atributos, proporcionando un brillo y una claridad que realzan su apariencia general.

	A veces uso filtros, pero sinceramente no me gusta cuando agrandan los labios, perfilan los pómulos, marcan la mandíbula, contornean la nariz o intensifican las cejas y el labial. Prefiero los filtros que cambian el color de la foto, como a blanco y negro, o los que añaden más iluminación, haciendo que parezca que estamos bajo el sol. Sofia Jaramillo Sí, uso filtros, pero prefiero los más naturales; no me gusta ver una foto donde no me sienta auténtica. Cuando me tomo fotos, me aseguro de que tengan mucha iluminación; para mí, es imprescindible estar bien iluminada, ya sea con luz natural o artificial, como aros de luz, linternas o la luz de las habitaciones. Si veo una foto con mala iluminación y el filtro muestra algo que no es real, simplemente no la publico. Gabriela Guzmán Mis selfies a veces tienen una iluminación brillante, también me gusta la oscuridad un poco. Uso filtros coloridos de Instagram, y con figuras, como los que añaden efectos de arcoíris o brillos. Los detalles como las pecas o el brillo en los ojos los realzo ligeramente con edición. A veces añado stickers o marcos divertidos para hacer la foto más entretenida. Las sombras suaves y el contraste equilibrado son esenciales para mí. Mariana Estévez	Este énfasis en la iluminación y en la presentación cuidada, ya sea mediante maquillaje real o filtros, refleja una preocupación común por mantener un estándar de belleza en sus publicaciones. La luz no solo mejora la calidad de la imagen, sino que también juega un papel fundamental en la autoexpresión y en la forma en que desean ser percibidas por sus seguidores. En una plataforma visual como Instagram, donde la imagen es clave, estas decisiones sobre maquillaje y filtros, junto con la búsqueda de la iluminación perfecta, demuestran el esfuerzo constante por proyectar una versión idealizada de sí mismas.
--	---	---

	Siempre busco que mis selfies y fotos tengan la mejor luz posible, y para mí, nada le gana a la luz natural del sol. Siento que la luz del día les da ese toque mágico a las fotos, hace que todo se vea más fresco y vibrante. Si no tengo sol, al menos necesito una buena iluminación, porque sé que una foto mal iluminada no tiene el mismo impacto. Es casi como una regla personal, la luz lo es todo. En cuanto a los filtros, soy bastante simple con las selfies. cuando se trata de fotos más trabajadas, ahí ya me pongo en modo perfeccionista. Utilizo filtros saturados para que los colores se vean súper intensos y con más vida. Es una maña que tengo por mi carrera de diseño de comunicación, porque estoy muy acostumbrada a corregir el color de las imágenes. Maria Paula Muñoz Sí, utilizo filtros, pero siempre busco que sean naturales. Me gusta que le den un toque de color a mi rostro, como si fuera un maquillaje ligero, algo que me haga ver con buena cara sin que parezca demasiado falso. No me gustan esos filtros que te cambian completamente, solo busco uno que resalte un poco los tonos de la piel, como si tuviera un rubor suave o un poquito de brillo en los labios, algo sutil Anyella Chaparro Me encantan los filtros que me ayudan a resaltar mis pestañas, como si estuvieran súper definidas y largas, dándole un toque más intenso a la mirada. Siento que unos buenos ojos bien marcados hacen que la foto se vea muchísimo mejor, porque todo el foco se va directo a la expresión del	
--	---	--

	rostro. También me gustan esos filtros que te dan un contorno suave, como si estuvieras perfectamente maquillada, con los pómulos más definidos y una línea de mandíbula más marcada. Ah, y si de paso ayudan a disimular la papada, mejor todavía. Chanel Santacruz Cuando tomo fotografías honestamente nunca hizo filtros, excepto que sea necesario por temas de luz, por otro lado, lo que suelo destacar en las fotos es mi rostro o facciones, sin embargo, podría decir que cuando me tomo fotografías no busco destacar algo de mi rostro ni cuerpo en específico, busco que la fotografía que me tomó se vea bien. Yesica Hernández No suelo ser una chica que tome en cuenta la luz o esas cosas de gente que, si sabe, y filtros si me gustan que me den maquillaje mas que todo, porque no se me maquillar y también me da pereza hacerlo, entonces eso me hace ver mas linda y no sin maquillaje que sabemos que no se ve tan bien como con algún filtro que te mejore el rostro de alguna manera.	
¿Cómo eligen los fondos o entornos para sus selfies o fotos en función de la estética que desean transmitir?	Daniela Cubillos Elijo fondos que complementen mi estilo personal y el mensaje que quiero transmitir. Siempre busco un fondo que no distraiga demasiado y que tenga colores que armonicen con mi ropa. A veces, uso interiores minimalistas y ordenados para un toque más elegante.	El uso de fondos en las fotos que suben las chicas a sus redes sociales revela diferencias interesantes en cómo cada una percibe y presenta su imagen. Algunas chicas prefieren planificar cuidadosamente el entorno de sus fotos, buscando fondos estéticamente agradables, como edificios bonitos,

	Paula Cruz En ese aspecto soy muy detallista. Si me voy a tomar una foto, tiene que ser en un lugar bonito, con un cielo despejado y soleado. Si no es posible, prefiero un fondo completamente blanco. Si veo que el fondo no es atractivo, no me tomo la foto. Por ejemplo, en un autobús, una panadería, un baño, o un supermercado, siento que la foto no tendrá el nivel que quiero, más allá de cómo me vea yo. Los fondos neutros también son mis favoritos porque resaltan mi outfit y mis expresiones. Cuando quiero un toque sofisticado, opto por lugares con arquitectura moderna o interiores de diseño. Laura Cristina Los fondos de mis selfies suelen reflejar mi estilo de vida activo y saludable. Elijo gimnasios, parques o senderos naturales para mostrar el gusto por lo fitness y la naturaleza. Busco que el entorno sea limpio y bien iluminado para que la atención se centre en mí. Si quiero transmitir un ambiente relajado, elijo un fondo con paisajes tranquilos, como un lago o una colina. Como ya mencioné anteriormente me gusta que mis Fondos de las fotos sean de mis viajes o en ocasiones especiales, utilizo decoraciones temáticas o fondos relacionados con el evento. Sofia Jaramillo	parques pintorescos o fondos blancos. Este enfoque meticuloso refleja un deseo de transmitir una imagen más elevada y profesional. Para estas chicas, el fondo no es solo un complemento, sino una extensión de su identidad y estética personal. Un fondo bien elegido puede añadir valor a la foto, resaltando su estilo y la dedicación puesta en cada detalle. Por otro lado, hay chicas que prefieren la espontaneidad y se toman fotos en cualquier lugar donde se sientan bien consigo mismas. Para ellas, el enfoque principal está en capturar el momento y su belleza natural, sin importar demasiado el entorno. Este enfoque refleja una actitud más relajada y auténtica, donde la prioridad es la autoexpresión y la comodidad, en lugar de la perfección visual. Estas chicas confían en que su presencia y confianza personal son suficientes para que la foto sea atractiva, independientemente del fondo. Ambas perspectivas tienen su valor y reflejan diferentes formas de interactuar con las redes sociales y de presentar la propia imagen. Mientras que la planificación detallada del fondo puede mostrar una dedicación a la estética y una atención al detalle, la espontaneidad puede destacar la autenticidad y la confianza personal.
--	--	--

	Cuando subo una selfie a mis historias, realmente no me importa mucho el fondo. Si me veo bien, en cualquier lugar está bien. Sin embargo, cuando se trata de una foto más planificada y profesional, suelo buscar fondos o lugares estéticos, como edificios bonitos, parques pintorescos o fondos blancos para lograr un aspecto más elevado y profesional. Gabriela Guzmán Disfruto de entornos naturales, como campos de flores o playas, que dan una sensación fresca y vibrante. Los fondos temáticos, como decoraciones navideñas o festivas, también me encantan. Siempre busco que el entorno refleje mi creatividad. También me gusta mucho tomar muchas fotos en viajes que haga con mi familia o amigos. Mariana Estévez Mis fondos siempre trato de que se vean bien, no importa el lugar, desde que se vea bien todo está bien. Maria Paula Muñoz Me gusta que el fondo sea complemente lo que estoy usando o el estilo que quiero transmitir en la foto. Puede ser una pared con una textura interesante, un paisaje bonito o incluso algo más sencillo, pero siempre limpio. Claramente, si el fondo es algo como un bote de basura o algo que se vea desordenado o feo, no voy a tomar la foto ahí. Anyella Chaparro	
--	--	--

	No soy de las que hace fotos súper públicas o llamativas, pero igual me gusta que el entorno esté bien pensado. Siempre busco un lugar que sea bonito, tranquilo, y, sobre todo, que no esté lleno de cosas que distraigan. Chanel Santacruz Cuando pienso que tomarme una fotografía suelo pensar en fondos de paisaje, quizás al aire libre o que tenga de fondo algo que cuente una historia o que quiera transmitir cultura. Yesica Hernández En esto si trato de que el fondo sea de un paisaje, en viajes con mi familia, o un fondo que se vea ordenado y no extraño.	
¿Qué elementos reflejan tu idea de belleza ideal en las selfies que publicas en redes sociales?	Daniela Cubillos Yo creo que no existe una belleza ideal, como dice el dicho, "para los gustos, los colores". Claro, hay mujeres que pueden ser más atractivas para el género opuesto debido a su rostro simétrico. En mi caso, no me considero ni fea ni la más hermosa, pero cuando subo selfies recibo muchos elogios de mis seguidores, y no es gracias a los filtros, porque no distorsiono mi belleza. Creo que ahí es donde surge la verdadera belleza ideal: en la belleza natural de cada mujer. Paula Cruz La belleza ideal en mis selfies se refleja en una apariencia cuidada pero no exagerada. Prefiero un maquillaje suave que resalte mis ojos y labios. La piel luminosa y bien	En este apartado, es importante mencionar que las entrevistadas coinciden en que la belleza ideal radica en ser auténticas y reales. Aunque reconocen que los rostros perfectos de las famosas e influencers pueden parecer atractivos, tienen claro que no son representaciones genuinas, ya que muchas han pasado por procedimientos estéticos y recurren a retoques digitales. Estas imágenes son creaciones del ser humano, no resultados naturales de nacimiento. Las entrevistadas se sienten más atractivas al natural, prefiriendo mostrar en sus selfies una seguridad y criterio propio que no se dejan influenciar completamente por los estándares irreales de belleza. Han reiterado en varias ocasiones que, aunque los filtros pueden ser bonitos,

	hidratada es clave, por eso cuido mucho mi rutina de skincare. Me gusta usar filtros que suavicen la imagen sin cambiar mis rasgos. La ropa que uso en mis selfies también juega un papel importante, siempre elijo outfits que me hagan sentir segura y elegante. La combinación de todos estos elementos es lo que para mí representa la belleza ideal. Laura Cristina En mis selfies, la idea de belleza ideal se enfoca en la salud y el bienestar. Me gusta mostrar mi piel cuidada y mi cabello brillante, lo cual refleja un estilo de vida saludable. La expresión de mi rostro es importante, siempre trato de sonreír de manera natural. Prefiero fondos que resalten mi estilo de vida activo, como el gimnasio o la naturaleza. Uso maquillaje que acentúe mi mirada y mejillas, pero que sea sutil. Creo que la belleza ideal es estar en armonía con uno mismo y eso es lo que intento transmitir. Sofia Jaramillo La belleza ideal en mis selfies se basa el maquillaje y lo natural. Me encanta jugar con la luz y las sombras para crear efectos interesantes que realcen mis rasgos. Utilizo maquillaje en tonos neutros para mantener una apariencia fresca y limpia. Considero que la edición debe ser mínima, solo para resaltar los colores y mejorar la claridad. Para mí, la belleza ideal es una mezcla de simplicidad y creatividad. Gabriela Guzmán La belleza ideal en mis selfies es una combinación de empoderamiento y belleza	cuando alteran las facciones ya no representan una belleza ideal, sino una belleza falsa. Más allá de lo superficial y físico, las entrevistadas también valoran la exposición de emociones auténticas como la alegría, la ternura y la diversión. Consideran que mostrar estas emociones refleja quiénes son realmente: personas transparentes y genuinas. El cuidado de su cuerpo y piel es fundamental para ellas, no para cumplir con estándares impuestos, sino como una expresión de amor propio y bienestar. En este contexto, no solo valoran una "cara bonita", sino también la autenticidad en la forma en que presentan sus vidas. No fingen tener una vida perfecta, sino que se esfuerzan por ser transparentes con su belleza tanto interna como externa. Este enfoque demuestra una belleza real que va más allá de la apariencia física y se basa en la integridad y la sinceridad.
--	--	--

	natural. Prefiero un look juvenil y radiante, por lo que uso maquillaje que resalte mis ojos, con tonos oscuros. La piel debe luminosa, no seca, ni grasosa, así que me aseguro de tener una buena iluminación. Los fondos coloridos complementan mis selfies, a veces, uso filtros que añaden un toque de fantasía sin cambiar demasiado mi apariencia. Mariana Estévez mi ideal de belleza es algo más natural, no me gusta todo eso que parece súper plástico o artificial. Prefiero que mi look sea más real, donde se vea que soy yo, con pequeños retoques que solo mejoren lo que ya tengo, sin cambiar mi esencia. Maria Paula Muñoz La verdad es que yo no soy de esas personas que sigue a influencers todo el tiempo. No es algo que me atraiga mucho ni estoy pendiente de lo que publican. Claro, de vez en cuando me topo con algún anuncio o alguna publicación y si veo una chica linda que se ve súper arreglada o con una vida que parece perfecta, sí me pasa por la mente algo como: ¡Ush, ¡qué chévere sería estar así!, pero hasta ahí llega. Anyella Chaparro No soy de las que cambia totalmente su rostro con filtros, prefiero que los retoques sean sutiles, algo que mejore lo que ya tengo sin exagerar. En general, mi idea de belleza es algo más relajado y auténtico, sin tanto esfuerzo por seguir lo que está de moda.	
--	--	--

	Chanel Santacruz Considero que en la actualidad hay mujeres muy bellas en redes sociales, lo cual no está mal, sin embargo, considero que está mal cuando las personas que ven a esas mujeres bellas anhelan esa perfección que en algunos casos no es real. Entonces, siento que la belleza al tomarse una fotografía no debería estar en la cantidad que muestro a nivel físico ni en la perfección que muestro, sino en mostrarse como realmente somos, y esto no quiere decir en mostrarse mal arreglados o descuidados o acciones de ese tipo, sino en creer que la belleza de una foto está en que lo que muestro es real y que lo que estoy mostrando me genera autoestima y me empodera, porque cuando anhele esa foto perfecta en redes pero detrás de esa pantalla solo me está destruyendo por no tener lo que anhele toda la belleza que se tiene se pierde. Yesica Hernández La verdad pienso que los filtros son una manera donde se refleja la belleza “ideal” porque precisamente con ellos nos muestran que podemos ser mas bellas modificando el rostro o tener maquillaje, cuando se sabe que una mujer no se despierta con un maquillaje tan perfecto, entonces si es una presión bastante fuerte porque se puede decir que yo caí en ella, ya sin esos filtros no me podría ver bella en una foto para publicar en mis redes.	
¿Crees que las selfies que compartes pueden afectar cómo tus	Daniela Cubillos Sí, yo me muestro tal cual soy en mis redes, no me gusta modificar nada. Sin embargo, muchas mujeres, incluyéndome,	Todas las entrevistadas reconocen la presión de los estándares de belleza idealizados en Instagram, pero abogan por la autenticidad. Algunas admiten usar filtros

seguidores ven la belleza real?	tendemos a compararnos con otras, y eso es un problema. La otra vez tuve una conversación con mi pareja sobre cómo me siento al entrar a Instagram y ver a esas mujeres, especialmente con cuerpos tan "perfectos". Pero sé que la mayoría es artificial. Recuerdo una vez en el gimnasio, vi a una mujer con piernas que parecían trabajadas, pero sus senos y rostro no eran naturales. Y ahí me pregunté, ¿por qué nos comparamos con algo que no es real? Paula Cruz Yo creo que la mayoría de mis fotos en Instagram son muy limpias y nítidas, probablemente tiene que ver con la calidad de mi cámara, pero como ya lo dije, yo mantengo maquillada casi siempre, entonces por eso casi nunca uso filtro para que no se vea recargado, sin embargo a mí no me molesta ponerme un filtro que me ponga un poco más linda la nariz, o las pestañas más largas o los ojos más rasgados, así que yo siento que mis seguidores siempre me ven bella, y así trato de mostrarme siempre, muy de vez en cuando un filtro. Laura Cristina´ Claro, a veces cuando hablo con amigos, me dicen que me veo mejor en persona que en las fotos. Subo fotos con la intención de que me vean linda tal como soy. Mis seguidores prefieren verme al natural, en lugar de con filtros que saben que no reflejan cómo me verán en persona. Además, me daría vergüenza usar filtros	de manera moderada, mientras que otras prefieren mostrarse al natural. La seguridad en uno mismo y el amor propio son temas recurrentes. Las entrevistadas destacan que sentirse bien con su apariencia es fundamental y que esto se construye con el tiempo y la autoaceptación. Existe una conciencia sobre cómo sus fotos pueden influir en la percepción de belleza de sus seguidores. Hay un esfuerzo consciente por promover una imagen realista y accesible. La iluminación es un factor crucial para todas, ya que resalta sus rasgos y mejora la calidad de las fotos sin necesidad de filtros excesivos. estas respuestas reflejan una tensión entre la autenticidad y las expectativas sociales en las redes sociales. Las entrevistadas buscan un equilibrio entre mostrarse reales y presentarse de manera atractiva, promoviendo al mismo tiempo una visión más diversa y positiva de la belleza. Este análisis subraya la importancia de la autoaceptación y la influencia de las redes sociales en la percepción de la belleza.
--	---	--

	que crean estándares de belleza ideal, porque no soy tan perfecta como esos filtros sugieren. Sofia Jaramillo Considero que la belleza ideal es cómo cada mujer se vea y se sienta, no necesariamente lo que muestran las influencers o los filtros de Instagram. Si me siento linda y perfecta, esa es la belleza ideal para mí, con mi rostro y mis facciones. Me esfuerzo para verme bien y para que cada foto me guste a mí misma. No está mal decir que mis facciones son mi belleza ideal. Obviamente, se necesita mucha seguridad y amor propio, algo que no se crea de la noche a la mañana, sino que ha sido un proceso diario. Hoy en día, cuando subo una foto, pienso que soy una chica perfecta, y no está mal pensar así en esta sociedad. Gabriela Guzmán Sí, pienso que mis selfies pueden influir en la percepción de belleza de mis seguidores. Al compartir fotos quiero transmitir una imagen de belleza que es divertida y accesible. Uso filtros que no alteran mis rasgos y me gusta mostrar mi personalidad a través de mis selfies. Espero que al ver mis fotos, mis seguidores se sientan inspirados a ser ellos mismos y a encontrar belleza en la autenticidad. Creo que es importante promover una visión positiva y diversa de la belleza. Mariana Estévez	
--	---	--

	A veces pienso que la gente puede creer que no soy la misma persona que ven en mis redes sociales. Me da miedo conocer a alguien nuevo y que, al verme en persona, se lleve una impresión totalmente distinta. María Paula Muñoz La verdad, no me veo como alguien a quien los demás puedan tomar como referencia. No me siento lo suficientemente segura de mí misma, así que no creo que alguien me considere un ejemplo en temas de belleza o algo por el estilo. Anyella Chaparro Creo que todo depende mucho de la actitud y la confianza que una mujer tiene en sí misma. Si una mujer tiene una autoestima alta, eso es lo que va a proyectar al mundo. La gente lo nota y la empieza a ver como alguien segura, como un referente en lo que sea, ya sea belleza, estilo, o lo que haga. Pero si tiene la autoestima baja, por más que trate de mostrarse de otra manera, el público no la verá como un modelo a seguir o como una fuente de inspiración. Todo empieza desde cómo nos sentimos por dentro. Chanel Santacruz Claramente sí, no soy una influenciadora ni la persona que más tiene seguidores, pero si lo pienso desde esa perspectiva donde quizás fuese una figura pública que siguen muchas personas, en especial mujeres, jovencitas y adolescentes y publicará fotografías donde me vea perfecta, quizás sin ningún defecto físico y mencionará diariamente la importancia de	
--	--	--

	la belleza y de verse perfecto generaría una falsa idea de lo que como persona claramente no soy y de lo que como sociedad muchas no somos, entonces pienso que generar contenido de la mujer perfecta si influye en su mayoría de veces acciones negativas como bajo autoestima, rechazo, inseguridad, tristeza, cirugías que pueden costar la vida de personas, y en muchos casos el suicidio en jovencitas que anhelan una falsa idea de la belleza. Yesica Hernández Obviamente, no tengo muchos seguidores, pero si yo comparto una selfie o fotografía con retoques y filtros, estoy diciendo o estoy incitando que hagan lo mismo para que se vean lindas, y es un círculo así con todas las mujeres y con las próximas generaciones de niñas.	
--	---	--

12. interpretación de los objetivos planteados

En esta primera sección de las entrevistas a las 10 chicas seleccionadas, se cumple el primer objetivo específico: **explorar las percepciones de mujeres universitarias sobre las selfies de influenciadoras y su impacto en la construcción de la imagen corporal y la autoestima.** A través de entrevistas cualitativas, se busca comprender cómo estas imágenes afectan la percepción de la belleza personal y real de la mujer.

Durante las entrevistas, se logró profundizar en las percepciones de estas cinco chicas acerca de la belleza ideal que las influenciadoras presentan en Instagram. Se recopiló información valiosa sobre sus pensamientos, opiniones, percepciones y sentimientos respecto a cómo ellas mismas publican una selfie, qué accesorios agregan o eliminan, y qué tipos de ángulos utilizan para alterar la visualización de sus cuerpos o rostros. Además, se investigó si ellas consideran que

promueven una belleza ideal entre sus seguidores y cuáles son los elementos que creen que definen esa belleza ideal. Las entrevistas también revelaron sus opiniones sobre el uso de filtros, las condiciones en las que los utilizan y los diseños que prefieren.

Como resultado se comprendió y se exploró que la presión de los estándares de belleza idealizados en Instagram impone, pero abogan firmemente por la autenticidad. Algunas admiten usar filtros de manera moderada, mientras que otras prefieren mostrarse al natural. La seguridad en uno mismo y el amor propio son temas recurrentes en sus respuestas, subrayando que sentirse bien con la propia apariencia es fundamental y que esta confianza se construye con el tiempo y la autoaceptación.

Las entrevistadas son conscientes del impacto que sus fotos pueden tener en la percepción de belleza de sus seguidores y hacen un esfuerzo consciente por promover una imagen más realista y accesible. Todas destacan la importancia de una buena iluminación, que resalta sus rasgos y mejora la calidad de las fotos sin necesidad de filtros excesivos.

Estas respuestas reflejan una tensión constante entre la autenticidad y las expectativas sociales en las redes sociales. Las entrevistadas buscan un equilibrio entre mostrarse reales y presentarse de manera atractiva, promoviendo simultáneamente una visión más diversa y positiva de la belleza. Este análisis subraya la importancia de la autoaceptación y destaca cómo las redes sociales influyen en la percepción de la belleza.

Además, se evidencia un compromiso por parte de las entrevistadas de usar su influencia para fomentar una visión de belleza que sea inclusiva y alcanzable.

13. Resultados E Interpretación Del Análisis De Imagen

Pregunta imagen de Daniela Duke y Gabriela García	Respuestas	Interpretación
Preguntas técnicas		
¿Cuál fue el objetivo detrás de la captura de esta imagen?	Daniela Cubillos <u>Gabriela García</u> Primero que todo, es importante reconocer que las mujeres, en general, sienten la necesidad de captar la atención de sus seguidores. Está claro que una	Las respuestas reflejan una visión crítica y variada sobre las imágenes de influencers y mujeres famosas. En general, se percibe que estas imágenes buscan

	foto que muestra el cuerpo tiene mayores probabilidades de obtener más "me gusta" y visualizaciones en comparación con una que solo muestra el rostro. En esta imagen específica, se puede percibir una doble intención: por un lado, expresar su felicidad por estar en un evento, y por otro, asegurarse de mantener la atención al resaltar sus atributos físicos. <u>Daniela Duke</u> El objetivo detrás de esta imagen parece ser mostrar una versión idealizada de la famosa. Las cirugías plásticas se utilizan para alcanzar ciertos estándares de belleza que la sociedad ha impuesto. Creo que quieren proyectar una imagen de perfección y juventud eterna, lo cual puede atraer más seguidores y mantener su relevancia en el mundo del espectáculo. Esta imagen está cuidadosamente diseñada para resaltar sus mejores rasgos y ocultar cualquier imperfección. Al final, buscan que su apariencia refleje éxito y glamour. Paula Cruz Creo que el objetivo detrás de la captura de estas dos imágenes es mostrar un contraste claro entre dos etapas de la vida y	captar la atención mediante la exhibición del cuerpo y la idealización de la belleza, utilizando herramientas como cirugías plásticas y retoques estéticos. Aunque algunas respuestas reconocen una intención positiva de transmitir felicidad y confianza, la mayoría coincide en que estas representaciones no promueven una idea realista de la belleza femenina. En lugar de fomentar la diversidad y la autenticidad, estas imágenes suelen perpetuar estándares de belleza inalcanzables y cuidadosamente diseñados para mantener la atención y relevancia en un entorno altamente visual y competitivo.
--	---	---

	cómo la cirugía estética ha jugado un papel importante en la apariencia de ambas mujeres. Al ver a la influencer más joven, parece que la intención es destacar cómo las cirugías estéticas se han convertido en una tendencia común entre las nuevas generaciones, buscando alcanzar ciertos estándares de belleza desde una edad temprana. La imagen de la influencer mayor, por otro lado, parece querer enfatizar el recorrido y la evolución que ha tenido su apariencia a lo largo de los años debido a los múltiples procedimientos estéticos. Laura Cristina En esta chica lo primero que vi fue el concierto de RBD y realmente es simple, pienso que fue en plan de mostrar su felicidad del concierto, y sería una foto que yo también subiría, también siento que el objetivo era mostrar su cuerpo porque no es un outfit que tape mucho. En síntesis, pienso que el objetivo de ella era postear contenido sobre el concierto. Pienso que la intención detrás de esta imagen es cumplir con los estándares de belleza extremos que se esperan de las celebridades. Las cirugías plásticas y el Photoshop se	
--	--	--

	utilizan para crear una apariencia más refinada y juvenil. Esto puede ser una estrategia para seguir atrayendo la atención del público y los medios, asegurando que siempre luzcan impecables. Además, este tipo de imágenes pueden establecer tendencias de belleza y moda. Es una forma de mantenerse competitivos y relevantes en una industria muy visual. Sofia Jaramillo <u>Gabriela García</u> El objetivo de esa foto pienso que fue lucir su outfit, y el concierto donde se encontraba. <u>Daniela Duke</u> El objetivo de esta foto considero que fue mostrarse sensual y lucir su cuerpo con la ropa interior y lo bien que le luce. Gabriela Guzmán La primera imagen, de la influencer en un concierto con un outfit muy lindo, feliz y mostrando su cuerpo con algunos retoques estéticos, parece querer transmitir una sensación de alegría, libertad y confianza. Esta imagen busca inspirar a sus seguidores a sentirse bien con ellos mismos y	
--	--	--

	a disfrutar de los momentos especiales. Esta imagen busca inspirar a sus seguidores a sentirse bien con ellos mismos y a disfrutar de los momentos especiales. Mariana Estévez Cuando una mujer decide mostrar su outfit, está mostrando más que solo ropa; está mostrando su estilo, su personalidad, y cómo se siente consigo misma. Algunas chicas también se sienten cómodas enseñando partes de su cuerpo, como su abdomen o sus piernas María Paula Muñoz Daniela quería mostrar su cuerpo, y lo bien que le queda con el conjunto, seguramente quiere vender esa ropa interior, lo que no sabe es que no a todas las mujeres se le vera así. De Gabriela es únicamente mostrar” su belleza” porque realmente no me parece belleza si no más bien algo artificial, una belleza construida por el ideal que ella también seguramente piensa que solo es la belleza para una mujer. Y también hacer ver que está en un concierto muy feliz Anyella Chaparro	
--	---	--

	Dani Duke sencillamente quiere mostrar su sensualidad, y como se le ve el tipo de ropa de interior. En la de Gabriela se ve linda, pero siento que se ve muy mostrona, uno puede ser linda pero elegante, con clase, y la clase no significa tener dinero. Chanel Santacruz Creo que esta pregunta va de acuerdo con la perspectiva que le ponga, una visión mía me muestra que la primera fotografía está tomada en un evento el cual la persona quiere publicar para mostrar a sus seguidores de redes sociales lo que está haciendo. La segunda que es un estado de Instagram puedo decir que busca verse bella, en una pose que resalte sus atributos porque claramente ese es su contenido y para ellos trabaja. La tercera, es una fotografía normal, donde Daniela Duke está haciendo fotos para una marca de ropa interior, misma foto que es tomada porque trabaja en ese medio y ese es su trabajo. Por lo que, considero que las fotografías tienen por un lado se toman porque son el medio y contenido con el cual trabajan y, por ende, el tipo de pose, el	
--	---	--

	tipo de ropa, entre otros factores. Yesica Hernández Yo creo que el objetivo de las dos fotos era verse lindas, y que se les notara el cuerpo que tienen, con ese cuerpo el ultimo objetivo que tendrían es esconderlo.	
¿Fue una toma espontánea o cuidadosamente planificada?	Daniela Cubillos <u>Gabriela García</u> Para que esa foto se vea tan perfecta, con el cuerpo, el ángulo, la sonrisa y la iluminación adecuadas, probablemente se tuvo que tomar al menos 20 veces. Una foto tomada a la primera rara vez resulta tan nítida y profesional. Además, es posible que se hayan realizado ajustes en la edición, como mejorar la iluminación, la nitidez y la saturación de colores. Por lo tanto, considero que fue una fotografía cuidadosamente planificada. <u>Daniela Duke</u> Pienso exactamente lo mismo de esta fotografía y mucho más, es decir la planificación si debió tener hasta días de preparación y edición, es una foto que no una chica cualquiera se tomaría tan espontáneamente, y mucho peor que a la primera foto tomada fuera mandada a publicación. Las famosas suelen	Ellas coinciden en que las imágenes reflejan una cuidadosa planificación y producción. Se resalta la importancia de aspectos como la iluminación, el ángulo, el maquillaje y el fondo, así como la posible intervención de un equipo profesional para asegurar la perfección visual de la fotografía. Este enfoque meticuloso sugiere una intención clara de presentar una imagen idealizada y pulida. Analizan las imágenes desde la perspectiva de resaltar los atributos estéticos y el atractivo físico de las protagonistas. Se observa un esfuerzo consciente para mostrar la imagen de manera atractiva y acorde con los estándares de belleza actuales. Desde poses seductoras hasta detalles como el

	tener equipos de estilistas, maquilladores y fotógrafos que se aseguran de que todo esté perfecto. La luz, el ángulo y el fondo son cuidadosamente seleccionados para resaltar sus mejores rasgos. Todo esto apunta a que cada detalle fue meticulosamente pensado para obtener el mejor resultado posible. Es difícil que algo tan pulido y perfecto sea espontáneo. Paula Cruz Para la influencer joven, la foto parece diseñada para resaltar sus rasgos estéticos recién modificados y cómo estos encajan con los estándares de belleza actuales. La pose, la iluminación y el encuadre sugieren que hay un esfuerzo consciente para mostrar su imagen de una manera que atraiga y mantenga la atención de su audiencia en las redes sociales. En el caso de la mujer mayor, la imagen también parece muy calculada. La sensualidad en su pose y la forma en que exhibe su cuerpo indican que hay una intención clara de proyectar confianza y atractivo, demostrando el resultado de años de procedimientos estéticos. Esta foto probablemente busca desafiar	maquillaje y la ropa interior seleccionada, todo parece estar diseñado para atraer y mantener la atención de la audiencia. las respuestas muestran una comprensión profunda de los elementos técnicos y emocionales detrás de las imágenes de influencers y mujeres famosas. Desde la cuidadosa planificación hasta la captura de momentos espontáneos, cada interpretación resalta diferentes aspectos de cómo estas representaciones visuales contribuyen a la percepción y la construcción de la belleza en la sociedad contemporánea.
--	---	---

	las normas sobre la edad y la belleza, mostrando que ella aún puede ser considerada atractiva y segura de sí misma. Laura Cristina <u>Gabriela García</u> Yo pienso que en esa foto fue más espontánea, si tuvo que haber sido tomada unas 5 veces tal vez, pero no más. <u>Daniela Duke</u> En esta fotografía considero que fue más planificada en tipo modelo, para publicitar ropa interior, es decir, como fue tipo modelo, debió tener toda una organización detrás de ella para que la foto pudiera salir así de profesional Sofia Jaramillo Considero que ambas fotos, fueron cuidadosamente planificadas, porque la de Daniela Duke se nota que fue en un set, con fotógrafo profesional, la producción de su cabello y maquillaje se ven muy producidos, en donde no tiene sentido que todo el tiempo este así en la sala de su casa si no fuese planeado. Y en la de Gabriela García si creo que fue más espontánea, porque se la tomo en un momento donde estaba feliz y no pensaba mucho en la	
--	--	--

	producción de la foto o del ángulo, únicamente expreso que estaba en ese concierto tan anhelado, y así mismo quería proyectarse en la fotografía. Gabriela Guzmán Diría que ambas tienen un enfoque diferente en cuanto a si fueron espontáneas o cuidadosamente planificadas. Mariana Estévez La primera imagen, de la influencer en un concierto con un outfit súper lindo, se ve más espontánea. Aunque seguramente pensó bien en lo que iba a usar, la emoción del momento y la energía del concierto se sienten naturales, como si hubieran capturado el instante tal cual. Además, aunque tiene algunos retoques estéticos, lo que destaca es la vibra del momento. Por otro lado, la segunda imagen, de una mujer famosa modelando ropa interior, tiene un aire mucho más calculado. Se nota que todo está perfectamente planeado: el maquillaje impecable, la postura exacta, la iluminación perfecta, y también los retoques estéticos bien evidentes. Todo en esa foto está pensado para que luzca ideal, nada quedó al azar.	
--	---	--

	María Paula Muñoz En la foto de Gabriela, aunque la foto parece espontánea, seguramente fue planificada. Ella se paró, eligió qué pose hacer y se aseguró de que la iluminación capturara tanto el concierto como a ella misma. Aunque se ve natural, seguramente hubo algo de intención detrás. En cambio, la otra foto se nota que fue para una sesión de fotos más profesional. Ahí hubo todo un equipo trabajando detrás: un fotógrafo dirigiendo, asesoramiento en las poses, la iluminación perfecta... todo súper controlado para que saliera exactamente como lo querían. Siento que la foto de Daniela Duke está mucho más planificada que la de Gabriela. En un concierto no tienes tiempo ni cabeza para pensar tanto en una foto. Es más del estilo "sonríe, muestro un poco de mi cuerpo, y ya, que salga bien lo que salga". Pero en la de Daniela, se nota que todo estuvo pensado: desde las poses hasta los ángulos y la iluminación, todo estuvo bajo control para que la imagen fuera perfecta. Anyella Chaparro	
--	--	--

	Ambas fotos fueron claramente planificadas. En la de Gabriela, aunque parece más casual por el contexto del concierto, estoy segura de que pensó en su outfit, pose y cómo quería verse. En la de Daniela Duke, es evidente que hay una producción detrás: maquillaje, vestuario, iluminación y un equipo trabajando para que cada detalle, desde los ángulos hasta la postura, estuviera perfectamente cuidado. Chanel Santacruz Creo que la fotografía más planeada fue la de Daniela Duke en ropa interior, pues claro está a simple vista que tiene maquillaje y peinado preparado, así como la pose. La otra fotografía del evento creo que está preparada pero más para mostrar y compartir lo que esa persona hace en su vida, entonces creo que si puede tener la intención de por lo general andar muy bien vestida o andar bella para en cualquier momento subir una foto. Yesica Hernández Seguramente ambas fueron super planeadas pero se reconoce que en la foto de Gabriela se ve más “espontanea”, y la de Daniela no cabe duda que hay muchas	
--	--	--

	personas detrás de esa fotografía.	
¿Cuál era la intención principal del fotógrafo al tomarla?	Daniela Cubillos <u>Gabriela García</u> En esta fotografía, siento fue más para ella, quería mostrar tal vez su felicidad de estar en el concierto de RBD, entonces le dijo a su acompañante, “hey tómame una foto así”, entonces creo que el objetivo del fotógrafo era que se viera el concierto, la felicidad de la chica y claramente todo el outfit que ella llevaba para ese día. <u>Daniela Duke</u> La intención de esta fotografía es clara y pareciera que fuera de revista porque prácticamente no hay ningún defecto en la foto y que no es una acción que uno normalmente haría en su día a día. Entonces pienso que la intención del fotógrafo era mostrar seguramente la ropa interior, ya sea lencería o ropa interior normal, y poder captar la sensualidad que ese tipo de ropa genera en las personas. La intención principal del fotógrafo era resaltar la perfección y la belleza de la famosa. Al utilizar cirugías plásticas y Photoshop, se busca crear una imagen idealizada que	En estas respuestas se percibe una variedad de intenciones detrás de las fotografías de influencers y famosas. Por un lado, se destaca el deseo de capturar momentos espontáneos y auténticos, como la emoción de un concierto o la felicidad de estar en un evento. Por otro lado, se observa una clara planificación para mostrar la perfección y la sensualidad, utilizando técnicas como la iluminación, los ángulos y el retoque digital para resaltar los mejores atributos físicos. Los fotógrafos buscan crear imágenes que generen impacto y admiración, ya sea a través de la energía y la naturalidad de la situación o de la cuidada presentación de la belleza idealizada. En definitiva, estas respuestas reflejan la complejidad de las motivaciones detrás de las imágenes, desde la espontaneidad hasta la meticulosa preparación para lograr resultados visuales cautivadores y atractivos.

	capte la atención y admiración del público. El fotógrafo quiere presentar a la celebridad de la manera más atractiva posible, cuidando cada detalle como la iluminación y los ángulos. Esto no solo mejora la imagen de la famosa, sino que también destaca el talento del fotógrafo. En resumen, la intención es mostrar una versión ideal y aspiracional de la celebridad. Paula Cruz Creo que la intención de ambos fotógrafos era crear una imagen que combinara glamour y perfección. Al saber que las mujeres son muy lindas, buscaba eliminar cualquier imperfección y resaltar las mejores cualidades de la famosa. La idea es producir una foto que sea visualmente impactante y que atraiga a los seguidores. El fotógrafo quiere asegurarse de que las influencers se vean impecables y que las imágenes proyecten una sensación de elegancia y sofisticación. Las fotos tienen que ser lo suficientemente llamativa para destacarse en las redes sociales y los medios. Laura Cristina Los fotógrafos probablemente tenían como objetivo principal destacar la imagen perfecta y	
--	---	--

	cuidadosamente construida de las influencers. Al utilizar técnicas como la iluminación, los ángulos y el Photoshop, querían asegurarse de que las chicas se vieran sin defectos y en su mejor versión. La intención es captar una foto que exprese lujo, estilo y belleza inalcanzable para el público común. Sofia Jaramillo <u>Gabriela García</u> El fotógrafo quería capturar que ella está disfrutando el momento donde se encontraba, quería tomársela de un buen ángulo que se viera mucho el panorama del concierto y de su cuerpo bien proporcionado. <u>Daniela Duke</u> El objetivo del fotógrafo en esa foto fue enfocar su mejor ángulo para mostrar o lucir su buen cuerpo y poder conseguir un efecto sensual y sexy que combinara perfecto con el atuendo que llevaba. Gabriela Guzmán En la primera imagen, donde la influencer está en un concierto, creo que la intención del fotógrafo era capturar la autenticidad y la emoción del momento. Quería mostrar la	
--	--	--

	alegría , la energía del evento y la confianza de la influencer en su apariencia. En la segunda foto, la intención del fotógrafo probablemente era destacar la perfección y el glamour. Aquí, el objetivo es resaltar la belleza idealizada, la sensualidad y la sofisticación. Mariana Estévez Creo que, en la primera foto de Gabriela, el fotógrafo quería destacar tres cosas clave: su outfit, su cuerpo perfecto y el ambiente del concierto. Todo está bien equilibrado para que se vea increíble en ese contexto. En la foto de Daniela Duke, la intención del fotógrafo parece más enfocada en vender algo, ya sea su cuerpo o la ropa interior, pero con un toque sensual y muy calculado para captar esa vibra. María Paula Muñoz Yo pienso que ambas tuvieron que ser planificadas, porque una foto de unas mujeres publicas no pueden ser del todo espontaneas ya que sencillamente hasta la iluminación tratan de que sea perfecta. Anyella Chaparro Pienso que la foto de Gabriela fue espontanea porque no creo que tenga mucho tiempo para	
--	--	--

	tomar dos mil fotos, por la gente, el concierto etc. Y en la Daniela Duke claramente se ve que es un estudio fotográfico, uno no está así, yo que se, en la cocina de su casa, entonces TIENE que ser bien planificada para cumplir ese objetivo que tenga el equipo de producción Chanel Santacruz Creo que las cuatro fotografías tenían la misma intención que las 4 mujeres se vieran bonitas, bien maquilladas, bien producidas, porque vuelvo y lo digo esas mujeres viven de las redes sociales y siento que las redes sociales exigen todo el tiempo verse super bien. Yesica Hernández Yo digo que la intención de esas fotos va mas ligada a siempre verse perfectas, es decir la persona que tomo la foto tenía bastante presión, a que la foto quedara perfecta, al fin y al cabo ellas viven del que dirán y de su audiencia.	
¿Qué mensajes percibes de esta imagen?	Daniela Cubillos Quiero opinar de las dos fotografías al mismo tiempo porque el pensamiento es igual y Percibo varios mensajes de estas imágenes. Principalmente, se transmite la idea de que la belleza ideal está	Estas respuestas reflejan una compleja intersección entre la belleza idealizada, la autoexigencia y la autenticidad en la representación visual de

	muy influenciada por la perfección y la juventud. Las famosas parecen estar enviando un mensaje de que, para ser atractiva y exitosa, es necesario recurrir a cirugías plásticas y a la edición digital. También noto un mensaje de alta autoexigencia y estándares inalcanzables, lo cual puede ser desalentador para muchas personas. Además, hay una fuerte demostración de glamour y lujo, sugiriendo que la apariencia perfecta es sinónimo de éxito y prestigio. Paula Cruz El mensaje que percibo de estas imágenes es que la perfección física es altamente valorada y buscada en la industria del entretenimiento. Las chicas parecen estar diciendo que para mantenerse relevante y atractiva, uno debe estar dispuesto a someterse a procedimientos estéticos y usar herramientas digitales. Esto puede transmitir a los seguidores la idea de que la belleza natural no es suficiente. También puede haber un mensaje implícito de que la apariencia es crucial para el éxito, lo cual puede ser perjudicial para la autoimagen de las personas, y mas que todo en nosotras las mujeres.	las mujeres en la industria del entretenimiento y las redes sociales. Se percibe un mensaje predominante de que la perfección física, impulsada por cirugías plásticas y edición digital, es altamente valorada y asociada con éxito y prestigio. Esto puede generar presiones irrealistas y estándares inalcanzables para mantenerse relevante y atractiva, lo cual puede ser desalentador y perjudicial para la autoimagen de las personas, especialmente para las mujeres. Además, se destaca la importancia de la confianza en uno mismo y la expresión auténtica, subrayando que la verdadera belleza radica en cómo te sientes y te expresas, más allá de las expectativas externas de perfección física.
--	--	--

	Laura Cristina Esta imagen me transmite el mensaje de que la belleza se asocia con la perfección sin defectos. Al mostrar una apariencia tan pulida, las mujeres parecen estar sugiriendo que la belleza natural necesita ser mejorada mediante retoques estéticos y Photoshop. Esto puede influir en la percepción de los seguidores, haciéndoles creer que podrían cumplir con estos estándares irreales para sentirse aceptados y admirados, como ellas en cualquier escenario. Sofia Jaramillo Al ver la imagen de esta influencer súper linda, con un montón de seguidores y un cuerpo perfecto, pero que se ha hecho retoques estéticos, percibo varios mensajes. Por un lado, siento que la sociedad pone un valor enorme en la apariencia física y en seguir ciertos estándares de belleza que pueden ser bastante altos y a veces inalcanzables. también me hace pensar en la importancia de tener confianza en uno mismo y en cómo las redes sociales a veces nos muestran una versión editada de la realidad.	
--	--	--

	Gabriela Guzmán me transmite un mensaje de alegría y autenticidad. La energía positiva y la felicidad genuina que emana sugieren que está disfrutando el momento y se siente segura de sí misma. Los retoques estéticos, aunque presentes, parecen secundarios a la emoción del momento, subrayando que la verdadera belleza radica en cómo te sientes y cómo te expresas. En la segunda fotografía de Dani Duke, transmite un mensaje diferente. Aquí veo un ideal de belleza cuidadosamente elaborado, destinado a impresionar y aspirar a la perfección. Los retoques y el maquillaje perfecto destacan el esfuerzo y la dedicación que hay detrás de alcanzar esta imagen idealizada. Mariana Estévez El fotógrafo claramente quería que la modelo se viera espectacular, tanto ella como el fondo, haciendo que todo luzca perfecto con el maquillaje, los ángulos y la iluminación. La idea es que la gente vea esa imagen y piense que así de perfecta se ve siempre. Siento que el mensaje que transmiten las dos influencers es esa imagen ideal e	
--	--	--

	inalcanzable, como si lo tuvieran todo: el cuerpo perfecto, 90-60-90, y un estilo de vida soñado. Lo que percibo es que quieren que uno diga "¡wow, qué cuerpo, qué mujer tan perfecta!" y hacer que esa imagen sea lo que todos admiren. María Paula Muñoz En la primera foto de Gabriela, siento que la intención del fotógrafo era claramente generar morbo en los hombres. Todo está pensado para resaltar su cuerpo de una manera que llame la atención, desde la pose hasta la forma en que la luz cae sobre ella. En cambio, en la segunda imagen, el objetivo parece ser un poco diferente. Aquí querían que Daniela Duke se viera elegante, pero sin perder ese toque sexy. Anyella Chaparro Hablaré por las dos fotos de las dos chicas, y siento que la intención de la persona que está tomando la foto es que sienta que llegó al nivel de esas dos mujeres, captar todo lo que ellas captan en el público, “perfección”. Chanel Santacruz Personalmente no percibo nada negativo, siento que son	
--	---	--

	mujeres que aparte de trabajar en este medio, ya están acostumbradas a siempre verse y sentirse bonitas, a pasar por procesos quirúrgicos, entonces por lo mismo siento que transmiten una imagen de belleza ideal porque ellas mismas anhelan tener la perfección de otras mujeres. Yesica Hernández Es duro, es decir el impacto que esas simples fotos pueden generar en las mujeres, y mas que todo en aquella que no se sientes seguras como son, pero percibo un ideal muy inalcanzable.	
¿Qué historia crees que cuenta?	Daniela Cubillos Las imágenes cuentan una historia de unas famosas que ha invertido mucho en su apariencia para mantener su estatus en la industria del entretenimiento. Parece narrar su viaje hacia la perfección, reflejando una constante búsqueda de aceptación y admiración. Muestra a alguien que probablemente enfrenta mucha presión para cumplir con los estándares de belleza actuales. La historia también sugiere un esfuerzo por reinventarse continuamente para seguir siendo relevante y deseable. En el fondo, podría estar hablando de las	Las respuestas revelan una narrativa común de cómo las famosas se esfuerzan por mantener su estatus y aceptación en la industria del entretenimiento a través de una imagen de perfección y belleza constantemente reinventada. Muestran la presión y las expectativas que enfrentan para cumplir con los estándares actuales de belleza, al mismo tiempo que buscan expresar felicidad, confianza y autenticidad en diferentes

	inseguridades y las expectativas irreales que enfrenta. Paula Cruz La historia que percibo en la imagen de Gabriela García es que sencillamente se encuentra feliz en su concierto y que puede ponerse lo que sea, sabiendo que todo se le vera más bonita, gracias al cuerpo que ha construido hoy en día Y en la foto de Daniela Duke la historia que le puedo encontrar es que quiere mostrar su cuerpo sin da de imperfecciones para muchas personas y que tal vez está promocionando la ropa interior que trae puesta. Laura Cristina La historia que puedo percibir de ambas es que además de ser bellas en cualquier circunstancia, su deber es verse cada vez mejor, y subirles contenido a sus seguidores, para que no las muevan un lado, cumplir con su trabajo de promocionar marcas y reflejar felicidad en todo momento. Sofia Jaramillo La primera imagen, en el concierto, cuenta una historia de libertad y alegría. Parece que ella está disfrutando el momento, viviendo la experiencia al máximo y	escenarios. La historia refleja una dualidad entre la libertad y la autenticidad en algunos momentos, y la aspiración estética y la perfección en otros, mostrando así las diversas facetas de la belleza y la autoexpresión en la industria del entretenimiento.
--	---	--

	sintiéndose segura de sí misma en un entorno lleno de energía y diversión. La segunda imagen, modelando en ropa interior, me dice algo sobre la valentía y la aceptación personal. Ser capaz de posar en ropa interior requiere mucha confianza y comodidad con tu propio cuerpo. Me habla de alguien que está orgullosa de quién es, y que quiere compartir ese orgullo con sus seguidores. Claramente todo es artificial pero aun así muestra ese orgullo de cómo ha logrado verse Gabriela Guzmán La primera imagen muestra una historia de felicidad y autenticidad en un ambiente lleno de energía y alegría, mientras que la segunda imagen cuenta una historia de glamour, perfección y aspiración estética. Ambas reflejan diferentes formas de belleza y autoexpresión, demostrando que la verdadera belleza puede ser tanto espontánea y natural como cuidadosamente trabajada y perfeccionada. Mariana Estévez En la foto de Gabriela, siento que lo que ella quiere transmitir es más que solo su presencia en un concierto. Está contando una historia visual: "Miren dónde estoy, lo bien que me la paso, el	
--	--	--

	outfit que elegí, y lo increíble que me veo". Es como si quisiera decir: "Miren la vida que tengo, lo espectacular que es mi cuerpo, y cómo todo me queda perfecto". También me da la impresión de que, al mostrarse así, está tratando de convencer a todos de que ella es ideal, como si fuera inalcanzable. Con esa ropa interior, es como si dijera: "A pocas les quedará así de bien, pero a mí sí, porque soy perfecta". María Paula Muñoz En la foto de Gabriela, se nota toda la emoción de estar en el concierto de RBD. Quiere mostrar que está disfrutando el momento y, al mismo tiempo, lo bien que se ve con su outfit y su cuerpo, transmitiendo esa sensación de vida perfecta. En la de Daniela Duke, la intención es vender la ropa interior de forma elegante, sin ser vulgar. La imagen tiene una sensualidad cuidada, mostrando que puedes ser sexy sin perder la clase, con todo pensado para resaltar su figura de manera sofisticada. Anyella Chaparro La historia que yo creo que cuenta es lo que logro analizar de las fotografías, y es, unas mujeres que siempre tendrán de	
--	---	--

	objetivo impactar, fotos profesionales, una belleza estandarizada de las redes, y un fondo que todas las mujeres quisieran tener con una foto así de “perfecta”. Chanel Santacruz Creo que se puede evidenciar una historia común que se ve y que vivimos en el mundo actual por el furor de las redes sociales, mujeres que viven de contenido de redes sociales, que viven de su imagen, y que entre más se vean perfectos o con menos defectos otras mujeres las seguirán porque idealizan y vanagloread su imagen virtual. Yesica Hernández La foto de Gabriela creo que cuenta un momento feliz de euforia, y de que tiene el outfit perfecto, y la de Daniela cuenta que solo las mujeres que tengan un cuerpo como ella se les vera así mismo la ropa interior.	
Preguntas Narrativas	Respuestas	Interpretación
¿Qué emociones surgen al contemplar la representación de una belleza ideal en estas imágenes?	Daniela Cubillos Yo siento que estas dos mujeres son muy bellas, aun con todos sus procedimientos estéticos, yo las veo y digo ¡wow! si quisiera tener todo eso, y logran en muy poco porcentaje que yo me compare así sea por un segundo, mi cuerpo con el de ellas. Sin embargo, yo sí me	Las respuestas reflejan una compleja gama de emociones y reflexiones al contemplar la representación de la belleza ideal en estas imágenes. Por un lado, se experimenta admiración por la estética perfecta y

	pongo a pensar, cuanto no les habrá costado todas esas cirugías, seguramente para ellas no fue muy costoso, pero cuando me costaría a mi verme así. Y entonces es ahí donde uno analiza que las mujeres de un estrato medio, se matan y se esfuerzan demasiado, no comen lo que les gusta, o dejan de comer, para lograr verse un poco así, también nos estamos matando en una universidad, nos estamos matando para ser unas personas exitosas y bellas físicamente, y aun así se sabe que las redes mueve mucho dinero, hasta más de lo que gana un médico profesional. Entonces es una triste realidad que nos tocara ver toda la vida. Paula Cruz Sinceramente, es curioso, pero tengo que decirlo. A la primera chica, Gabriela, la seguía mucho porque me parecía muy linda, su personalidad me parecía muy cool, y su cabello es perfecto. Sin embargo, desde hace unos meses dejé de seguirla porque empezó a parecerse a esos prototipos de mujeres en Instagram que todas buscan. Me molesta personalmente que se convierta en lo mismo de siempre. A medida que ha crecido en seguidores y en dinero, se ha	cuidadosamente diseñada de las famosas, lo cual despierta deseos de alcanzar una apariencia similar. Sin embargo, surge también la conciencia de la artificialidad detrás de esta imagen, generando sensaciones de desconexión y una sensación de inalcanzabilidad ante los estándares de belleza actuales. Se observa un contraste entre la fascinación por la perfección estética y la presión implícita de cumplir con estos estándares irreales, lo cual lleva a reflexionar sobre la autenticidad, la esencia personal y los sacrificios asociados con la búsqueda de la belleza idealizada. Estas respuestas evidencian una triste realidad en la que la presión social y los ideales de belleza impactan profundamente en la autoimagen y la percepción de uno mismo.
--	---	---

	vuelto más artificial que natural, perdiendo la esencia que tenía cuando la conocí. Entiendo que los retoques son una cosa, pero es muy diferente crear a otra persona que no es de nacimiento. En cuanto a Daniela Duke, siempre me ha parecido muy normal. Independientemente de que tenga cirugías, a mi gusto no es una chica que me genere algo especial, como muchas otras. Creo que esto también tiene que ver con los gustos personales de cada mujer, ya sea que prefieran una figura más delgada o curvilínea. Laura Cristina Al contemplar la representación de una belleza ideal en estas imágenes, surgen emociones contradictorias. Por un lado, se siente admiración por la apariencia perfecta y la estética cuidadosamente diseñada. Sin embargo, también se experimenta una sensación de irrealidad y desconexión al saber que esta imagen es el resultado de cirugías plásticas y edición. Sofia Jaramillo Al ver la representación de una belleza ideal en estas imágenes, surgen emociones de fascinación y admiración por la	
--	--	--

	perfección estética. Sin embargo, también se experimenta una sensación de inalcanzabilidad y presión al comparar esta imagen idealizada con la realidad. Estas imágenes pueden generar la idea de que la belleza perfecta es un estándar difícil de alcanzar sin la ayuda de cirugías plásticas y retoques digitales. Gabriela Guzmán Al contemplar estas imágenes, me surgen una mezcla de emociones. Por un lado, admiro la confianza y la felicidad que ambas mujeres irradian. Ver a la influencer disfrutando en un concierto con un outfit increíblemente lindo me inspira a ser más segura de mí misma. Mariana Estévez Al ver la foto de la mujer famosa modelando ropa interior, me siento impresionada por su belleza y perfección. Sin embargo, también me hace reflexionar sobre los estándares de belleza que se nos imponen. Sé que muchas veces estas imágenes están retocadas y no representan la realidad. Por ejemplo, esa blusa que tiene Gabriela no me la pondría porque no se me vería igual, pero también pienso que no	
--	--	--

	sería capaz de operarme ni ser sensual, las fotos me dan igual, me dan rabia porque sé que muestran algo que no son, porque sé que necesitaría una cirugía si o si para verme así, mi ideal de belleza no es tan plástico, si no más natural. María Paula Muñoz No me gusta no me atrae ese tipo de fotos porque no me identifico con ese tipo de fotos, es muy imposible que yo llegue a verme así entonces me da un poco de rabia ver una belleza que no es diversa Están creando una sociedad donde todo tiene que ser perfecto y que si no eres así es imposible ser perfecta y pues todos los cuerpos no son iguales hay prototipos diferentes Anyella Chaparro Mentiría si dijera que no me hace pensar en nada, creo que hasta la mujer mas “perfecta” se ha comparado con alguna imagen o fotografía de una chica de redes. No me deprimó como tal porque creo que uno ya se mete en la cabeza que para llegar así hay que tener mucho dinero, pero si me llega ese pensamiento de que “me gustaría verme así” para tener la misma impresión que yo tengo al ver esas fotos tan bellas.	
--	---	--

	Chanel Santa Cruz Personalmente en mí no generan emociones negativas, creo que sí en algún momento me llevan a cuestionar personalmente, pero pienso que es allí donde el ser coherente y fuerte de mente como mujer, y es entender que todo lo que se ve en redes sociales no es como se muestra, hay que dejar de un lado la comparación y empezar a realizar acciones positivas que trabajen aquello que nos genera rechazo o inseguridad, pienso que las redes dejan la enseñanza que no toda la vida se puede vivir de aquello que no es real y, en especial de la belleza que es pasajera. Yesica Hernández Las emociones que puedo llegar a tener al ver estas fotos son de frustración un poco porque claramente quisiera ser así de bella, por eso trato de no ver tantas influencers de ese estilo porque hacen que cada día este menos conforme de mi cuerpo.	
¿Te sientes presionada o influenciada de alguna manera por estas imágenes?	Daniela Cubillos Si totalmente, porque uno se compara mucho con esas mujeres tan perfectas, uno se pregunta porque yo no nací así, o porque yo que me cuido y soy saludable no me veo exactamente así. Y es aún más	Las respuestas muestran una dualidad en la percepción de la belleza idealizada. Por un lado, generan presión e influencia al compararse con figuras públicas que

	complejo en relaciones de pareja, puesto que uno ve cuando la pareja sigue mujeres de ese estilo, ve mujeres tan perfectas y a parte les da like, eso genera mucha inseguridad en nosotras, hasta pensar que en algún momento llegara otra persona así, y uno se mira, y tiene todas las de perder. Sin embargo, ahí entran muchos factores de confianza en la pareja, autoestima y seguridad en nosotras. Paula Cruz No, la verdad es que me llaman más la atención los rostros que son completamente naturales, perfilados y hermosos únicamente por genética. A veces me pregunto por qué no nací así o por qué no tengo esas facciones tan delicadas y simétricas. Sin embargo, cuando veo a mujeres que han pasado por retoques estéticos, pienso que yo también podría lograr eso pagando. No lo veo como algo malo; si una mujer tiene el dinero y decide hacerlo, bien por ella. Pero no siento presión por ser como ellas, porque sé que no es completamente real. Me gustaría hacerme retoques muy mínimos, pero solo para mí, para sentirme más linda. Existen opciones que no son tan	reflejan una perfección inalcanzable. Esto puede desencadenar inseguridades y dudas sobre la propia imagen. Sin embargo, también se observa una resistencia a ceder ante esos estándares irreales, valorando la autenticidad y la belleza natural. Las opiniones reflejan la complejidad de la autoaceptación y la importancia de cultivar una actitud de confianza y amor propio frente a las presiones externas de la sociedad y las redes sociales.
--	--	---

	costosas como las cirugías, como tener pestañas más largas y abundantes, tal vez cambiar el color de mi cabello, o ponerme uñas acrílicas. Algo muy sutil. Laura Cristina No me pasa lo mismo. Por ejemplo, en la foto de Gabriela se le ven los senos, y hay mujeres a las que les gusta mostrar más allá de solo la ropa, pero a mí no. Me considero una mujer voluptuosa de pecho y casi no los enseño en redes. En persona, me gusta usar blusas escotadas porque me parecen lindas, pero en Instagram no. Volviendo a la pregunta, la foto de Gabriela no me influye porque no es algo que yo haría con mi cuerpo, incluso si tuviera el mismo aspecto que ella. En cuanto a la imagen de Daniela Duke y su uso de filtros, como ya mencioné, no comparto ese tipo de filtros, así que tampoco me siento influenciada. Sofia Jaramillo Sí, estas imágenes pueden generar presión e influencia en cómo me veo a mí misma. A veces me siento tentada a querer alcanzar la perfección que se muestra en estas representaciones idealizadas, lo cual puede generar inseguridades. Sin embargo,	
--	--	--

	intento recordar que la belleza real abarca una amplia gama de formas, tamaños y características. Trato de enfocarme en valorar mi apariencia natural y en cultivar una actitud de autoaceptación y amor propio. Gabriela Guzmán Definitivamente, al ver estas imágenes, siento una cierta presión e influencia. Como mujer de 24 años, la apariencia es algo que no puedo evitar considerar. Las fotos de la influencer en el concierto, con un outfit lindo y una actitud tan feliz, y la de la mujer famosa modelando ropa interior de manera perfecta y muy maquillada, me hacen pensar en los estándares de belleza que predominan en nuestra sociedad. Mariana Estévez Si me pasa más, pero con el rostro verme la nariz respingada, los dientes así perfectos super blancos, la piel sin imperfecciones, labios grandes. Pero con el cuerpo no me doy tan duro, de igual manera si quisiera ser más delgada y tener ese abdomen marcado. María Paula Muñoz	
--	--	--

	A veces me siento un poco presionada, porque me pongo a ver fotos o gente en redes y digo: "Ojalá fuera más delgada". Me encantaría que la ropa me quedara de cierta forma, como la veo en otras personas. No es que no me guste cómo me veo, pero hay momentos en los que desearía que todo se ajustara perfecto sin tener que preocuparme tanto. Anyella Chaparro Obvio, es que a esas mujeres les están creando ese prototipo, y claro que pienso "Qué chévere tener ese cuerpo", todo perfecto, y que la ropa les quede increíble sin esfuerzo. Pero, en realidad, no es algo que me cause una frustración' O sea, sí me fijo y a veces me encantaría verme así, pero no es que me obsesione o que me haga sentir mal conmigo misma. Chanel Santacruz No creo que un punto débil de mi carácter no está en anhelar la perfección de otras mujeres, quizás a nivel físico si siento que es necesario pensar como a nivel de salud física me quiero ver al pasar los años y que esa sea una motivación para tener mejor salud y apariencia física. Por otro lado, siento que mi mayor presión de redes sociales radica en como personas más	
--	--	--

	jóvenes que yo han logrado más cosas que a esta edad no he alcanzado. Yesica Hernández La verdad así presionada no, pero si influenciada, claro, puedo decir que es casi imposible no ver esas fotos y no pasarle por la cabeza un “que chévere ser así” entonces si claro que influyen bastante a mi punto de vista, y por eso mas y mas mujeres deciden someterse a procedimientos estéticos dolorosos con tal de llegar a parecerse como ellas.	
¿Crees que estas imágenes promueven una idea realista de la belleza femenina?	Daniela Cubillos Claramente no, ya que simplemente tu sales a caminar y cuantas ves como las de Instagram, además la belleza física femenina está en gustos, lo fundamental es que uno misma se sienta linda, y segura con lo que tiene, y esa seguridad cuando uno realmente se lo cree, tu sales a la calle y la gente te empieza a ver, llamas la atención, te sientes la miss universe, pero precisamente cuando no te sientes así, ni una mosca te va poner atención. La belleza real abarca una diversidad de formas, tamaños y características, y es importante promover una imagen más auténtica y accesible en los medios.	Las respuestas proporcionan una visión crítica y reflexiva sobre cómo se percibe la belleza femenina en las imágenes de las redes sociales y los medios. Se destaca la importancia de la confianza en sí misma y la aceptación personal como elementos fundamentales para sentirse bella, más allá de los estándares artificiales impuestos por la sociedad y la industria del entretenimiento. Se enfatiza que las imágenes retocadas y perfeccionadas crean una

	Paula Cruz Obviamente no, se ve a simple vista que no, por más que tu veas a esas mujeres naturales, nunca lo serán, y cada vez que generen más dinero, aun mas procedimientos y arreglos se harán. Entonces claramente no se muestran con su belleza real. Laura Cristina Una imagen está basada en miles de interpretaciones, pienso que, si promueven una imagen, pero no real, es decir yo tengo una perspectiva de Dani Duke si es real o no, no lo sé, porque no la conozco, yo leo más de ellas con sus parejas, cómo son ellos, más que verlas en las fotos, mi idea de las influencers cambio, cuando las veo en redes con otras personas, ya sea amigos o parejas. Sofia Jaramillo En mi experiencia estudiando maquillaje, he aprendido que la belleza es increíblemente diversa y que cada rostro tiene algo único y especial. Las imágenes retocadas y perfeccionadas pueden hacer que parezca que solo hay una forma de ser bella, lo cual no es cierto.	ilusión de belleza que es difícil de alcanzar en la vida real. Esto puede generar presión e inseguridades en las personas al comparar sus propias apariencias con los ideales de belleza artificialmente contruidos. Además, se resalta la diversidad y la autenticidad como aspectos clave de la verdadera belleza, promoviendo una imagen más realista y accesible para todos. La discrepancia entre la belleza presentada en las imágenes y la vida diaria es evidente, lo que plantea un desafío en la percepción de la autoimagen y la autoestima.
--	---	---

	Es importante recordar que la mayoría de estas fotos pasan por muchos procesos de edición y que las personas que vemos en ellas no lucen así en su día a día. La belleza real es mucho más variada y auténtica, y creo que deberíamos celebrar esa diversidad en lugar de intentar alcanzar un ideal inalcanzable. Gabriela Guzmán Honestamente, no creo que estas imágenes promuevan una idea realista de la belleza femenina. La foto de la influencer en el concierto, con su outfit lindo y su actitud feliz, muestra una versión idealizada de la realidad. Aunque me encanta ver a alguien disfrutando y expresando su estilo, sé que muchas veces estas imágenes están retocadas y no reflejan la realidad completa. Las luces perfectas, los ángulos favorecedores y los retoques estéticos crean una imagen que no es alcanzable para la mayoría de nosotras en nuestro día a día. Mariana Estévez La foto de la mujer famosa modelando ropa interior, con maquillaje impecable y una apariencia perfecta, también contribuye a una percepción irreal de la belleza. La mayoría de nosotros no tenemos	
--	--	--

	estilistas profesionales ni editores de fotos para lograr ese nivel de perfección, mucho menos el dinero que conlleva las cirugías, masajes, retoques faciales, etc, como ellas dos. María Paula Muñoz Cero, la verdad, solo están promoviendo cirugías y cambios súper drásticos que ellas tuvieron que hacer para verse así. Es como que tuvieron que transformar por completo lo que eran para alcanzar ese look. Por ejemplo, Dani Duke se ve más natural, todo está como bien proporcionado y acorde a su cuerpo, no se ve exagerado. En cambio, la otra chica, Gabriela, muestra algo que de plano jamás podría ser natural o real. Esas curvas y proporciones son imposibles sin un montón de intervenciones, y te das cuenta de que eso no es alcanzable sin pasar por quirófano o mil retoques. Anyella Chaparro Para mí, la verdad, no me afecta tanto porque siento que todo eso está súper fabricado, no es algo natural. Entonces, te dejan con la idea de que para ser considerada "bella" sí o sí tienes que operarte, y eso es lo que me parece mal. Es como si nos quisieran meter en la cabeza	
--	---	--

	que, si no pasamos por el quirófano, no vamos a estar a la altura de esos estándares. Y siendo realistas, no es así. Primero, no todas tenemos el dinero para andar haciéndonos mil cirugías. Además, como ya lo dije, no todas las mujeres tenemos el mismo cuerpo. Chanel Santacruz Si, creo que muchas mujeres siguen el contenido de estas 2 chicas y muchas de ellas no solo anhelan su belleza sino su estilo de vida, y creo que es allí cuando como mujeres nos sentimos frustradas. Yesica Hernández Realista no, únicamente las mujeres que tienen ese tipo de cuerpo con procedimientos estéticos, es porque tienen mucho dinero o son famosas de resto el cuerpo natural de una mujer es muy diferentes a lo que ellas están mostrando.	
¿Consideras que estas representaciones contribuyen a la aceptación de la diversidad y la autenticidad en la belleza?	Daniela Cubillos Por supuesto que no, yo creo que todos los influencers tiene que mostrar su marca personal y son ellos mismos, entonces tienen que buscar cada día verse mejor, ya que así ganaran seguidores, más dinero, crean plataformas de contenido para adultos, Entonces considero que lo que el público quiere ver es	Las respuestas reflejan una crítica clara y unánime sobre cómo las imágenes de influencers en redes sociales presentan una idea limitada y poco realista de la belleza femenina. Se señala que estas representaciones tienden a

	algo distinto a lo que ya conocen y ven en la realidad o diversidad de mujeres, seguramente muchas de ellas para motivarse o inspirarse pero también muy seguramente para autocriticarse, y restando su valor como mujer. Paula Cruz No, porque la mayoría de estas influencers promueven una imagen de mujer delgada, con nariz respingada y pequeña, curvas perfectas y un cuerpo simétrico en todos los aspectos, con senos y glúteos del mismo tamaño. No me parece que ellas representen realmente la belleza femenina. La realidad es que no nacemos con cuadritos, es natural tener estrías, celulitis y un abdomen flácido. Mostrar que una mujer solo puede ser hermosa si cumple con esos atributos idealizados es una visión muy limitada y poco realista de la verdadera belleza femenina. Laura Cristina Guerrero Claramente no, pero no le veo nada de malo en realizarse cirugías, por ejemplo, yo soy muy fan de Karol G, y ella de joven, antes de ser tan reconocida era muy linda, y	promover estándares idealizados de delgadez, simetría y perfección física, que a menudo son inalcanzables sin intervenciones estéticas y retoques digitales. Esta tendencia no solo crea una imagen artificial de la belleza, sino que también puede fomentar la autocritica y disminuir la autoestima de las mujeres que se comparan con estos ideales. Algunas respuestas subrayan que la diversidad y la autenticidad son aspectos clave de la verdadera belleza, y que la industria del entretenimiento debería reflejar una mayor variedad de formas, tamaños y características.
--	--	---

	ahora con todo lo que se puso, está más linda aún, siento que es decisión de cada mujer proyectar la belleza real de las mujeres, algunas no compartimos muchas cosas, otras si, y cada una con su vida y con sus creencias, pero si me preguntas que si así como son ellas es la diversidad de la mujer es un rotundo NO, todo es artificial. Sofia Jaramillo Creo que estas representaciones no contribuyen mucho a la aceptación de la diversidad y la autenticidad en la belleza. La foto de Gabriela en el concierto, con su outfit súper, es hermosa, pero también es una imagen muy idealizada. Los retoques estéticos y la forma en que se presenta no reflejan necesariamente la realidad de la mayoría de las personas. La otra foto de Daniela modelando ropa interior, con un maquillaje perfecto y una apariencia impecable, también refuerza estándares de belleza muy específicos y a veces inalcanzables. Al estudiar maquillaje artístico, veo que hay tanta diversidad y belleza en diferentes tipos de rostros y cuerpos, y es una lástima que estas imágenes no siempre lo muestren.	
--	---	--

Gabriela Guzmán

En mi opinión, estas representaciones no contribuyen realmente a la aceptación de la diversidad y la autenticidad en la belleza. La foto de la influencer en el concierto, aunque es inspiradora, presenta una imagen bastante idealizada. Sabemos que muchas veces hay retoques estéticos y una cuidadosa selección de ángulos y luces, lo que crea una apariencia que no refleja completamente la realidad. En lugar de promover la aceptación de todas las formas de belleza, tienden a enfatizar un estándar único y a veces irreal.

Mariana Estévez

No, para nada, porque eso solo le haría pensar que tiene que ser como ellas para sentirse bonita o aceptada. Y eso es justamente lo contrario de lo que debería pasar. Creo que, si alguien se siente así, lo mejor sería dejar de seguir a ese tipo de mujeres, porque lo único que muestran es una realidad súper distorsionada.

María Paula Muñoz

Obviamente no, cero total, hay que aprender que los diferentes cuerpos más delgados, más

	gorditos, altos o bajos, son igual belleza, pero con esta generación de” influencers” está muy complicado verlo de esa manera, incluso ellas mismas están metidas en esa presión de que si no se operan no pueden llegar a ser vistas tan bellas como otras. Y está muy mal eso. Anyella Chaparro Es claro que no, únicamente nos están mostrando que, si no somos así, no somos consideradas bellas, con buen cuerpo o rostro, porque el único cuerpo que considerado perfecto es el 60, 90, 60 y creo que eso viene de muy atrás también, entonces es un problema que no creo que haya solución, ya nos toca a cada una ser auténticas y fuertes para no caer en esa locura. Chanel Santacruz No creo que ninguna de estas imágenes y mucho de los contenidos actuales de las redes sociales contribuyen a la aceptación, pues desde que uno entra a redes sociales siempre hay ataques, burlas y bullying hacia aquellas personas que son diferentes físicamente, quizás generen diversidad puede ser, pero para nada generan aceptación, pues su mensaje o código va encaminado a	
--	--	--

	siempre optar por cambiar nuestra imagen para encajar y sentirse bellas delante de otros y no porque realmente sea así que nos guste vernos. Y, por último, el hecho de la perfección de ser mujer ha hecho que muchas otras mujeres pierdan su belleza, esencia y autenticidad que las diferencia de otras. Yesica Hernández Así como ya lo he dicho, todo lo que ellas muestran en cuanto a físico, está muy lejos de esa diversidad o lejos de que las mujeres se acepten como son, tristemente la sociedad solo elogia ese tipo de cuerpo, y claramente a uno le gustaría que le elogiaran el de uno.	
--	---	--

14. RESULTADOS DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS DEL ANÁLISIS DE IMAGEN

En esta sección de entrevistas, se analizaron dos fotografías de dos reconocidas influencers, respondiendo a 5 preguntas técnicas y 5 narrativas sobre su apariencia antes y después de sus retoques estéticos. Se exploró su técnica para tomar fotografías profesionales, lo que agregan o quitan en las imágenes, y cómo las hace sentir el contenido de estas mujeres influyentes en Colombia. También se discutieron los filtros que utilizan constantemente en sus videos y si consideran que lo que reflejan en Instagram demuestra la diversidad de la belleza femenina.

Gracias a este análisis riguroso y profundo, las preguntas técnicas (fase 2) lograron cumplir el segundo objetivo específico de esta investigación; **identificar los patrones y características comunes de las selfies y fotografías publicadas por mujeres influencers en Instagram**. Asimismo, las preguntas narrativas (fase 3) permitieron examinar el contenido asociado con las fotos de las influencers Gabriela García y Daniela Duke,

cumpliendo el tercer objetivo específico; **comprender cómo se percibe y construye el concepto de belleza ideal en la sociedad contemporánea, particularmente entre las mujeres, y cómo estos ideales pueden influir en la percepción de la imagen corporal.**

Las entrevistadas expresaron que, a través de este análisis, se pudo comprender cómo las imágenes de influencers en redes sociales transmiten una visión limitada y distorsionada de la belleza femenina. Estas representaciones tienden a promover estándares idealizados de delgadez, simetría y perfección física, que a menudo son inalcanzables sin intervenciones estéticas y retoques digitales. En su afán de ganar seguidores y mantener su relevancia, los influencers frecuentemente presentan una versión idealizada de sí mismos que no refleja la diversidad y la realidad de la mayoría de las mujeres. Esta tendencia no solo produce una percepción artificial de la belleza, sino que también puede incitar a la autocrítica y disminuir la autoestima de las mujeres que se comparan con estos estándares inalcanzables.

La constante exposición a estos ideales de belleza puede llevar a las mujeres a sentir que no son suficientes, fomentando inseguridades y reduciendo su confianza en su apariencia natural. En lugar de celebrar la diversidad y autenticidad, estas imágenes perpetúan una visión limitada de la belleza, creando una presión innecesaria para conformarse a un modelo que no es realista ni saludable.

PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACIÓN
¿Cómo percibes las expectativas de belleza en mujeres que se muestran en Instagram? ¿Creerías que estas expectativas son realistas o poco realistas para la	Henry Gamba: Respondiendo a la pregunta número 1, definitivamente pues hay que entender que Instagram es para los jóvenes como la carta de presentación, quiere decir que nunca vas a mostrar el peor lado de ti, si es tu carta de	A partir de las respuestas se puede analizar una perspectiva general sobre las expectativas de belleza en las redes sociales. En la red social Instagram, especialmente para los

mayoría de los hombres? ¿Y por qué?	presentación pues hay una tendencia natural a mostrar la mejor versión de ti, sin embargo, las expectativas de belleza han tocado unos niveles ya totalmente irrealistas en los que no solamente existe maquillaje sino que a eso le agregan, edición puede ser Photoshop puede ser lo que sea, le agregan filtros de Instagram, entonces claro es válido y es comprensible entender que las personas quieran mostrar la mejor versión de si mismos, pero lo llevan a un nivel muy irreal y pues se ve realmente injusto que la foto espectacular pero en realidad nada nada que ver ni siquiera cerca. Diego Palomino: Depende de cada mujer y depende del autoestima y la seguridad que cada mujer tenga, si una mujer tiene una seguridad suficiente el autoestima lo suficientemente alto para ella, no necesita exponer su belleza o mostrar una belleza más allá de lo que puede ser un filtro de Instagram, es decir que, la belleza es independientemente de cada uno, es de manera subjetiva, lo que para mí puede ser una mujer linda para otra persona no puede ser, pero lo importante es que una mujer se sienta linda a la hora de subir una foto, considero que no son realistas, todo que son filtros, lo que son cirugías	jóvenes, es una plataforma donde se busca mostrar la belleza idealizada de las mujeres, utilizando maquillaje, edición y filtros que muchas veces terminan creando una imagen irreal. En conjunto, estas prácticas contribuyen a la perpetuación de un estándar de belleza inalcanzable en las redes sociales, especialmente para aquellos jóvenes que están expuestos a estas imágenes de manera constante. Esto puede generar presión para cumplir con estos estándares poco realistas y tener un impacto negativo en la autoestima y la percepción de uno mismo.
--	---	--

	estéticas todo eso que fotografía es alteradas, que el Photoshop, como quieras llamarlo pues claramente ya deja de ser algo alejado de la realidad porque simplemente es una alteración misma de la realidad. Juan Sebastián Bernal: Bueno pues considero que esas expectativas en muchas ocasiones son como muy altas, ya que pues bueno o sea son muchas veces son mujeres que se maquillan demasiado tienen hasta cirugías plásticas pues que les permite verse mejor entonces pues realmente son muy poco realistas pues creo yo que para la mayoría de los hombres o sea cuando uno salía al mundo real es muy complicado para llegar toparse con mujeres así de ese estilo, pues porque básicamente son mujeres que tienen un alto nivel económico y pues por ende pues se les facilita más puedes realizar ese tipo de procedimientos para mejorar su estética.	
¿Qué opinas sobre cómo las imágenes de belleza ideal en mujeres en Instagram impactan la percepción de la belleza netamente natural: ¿sin filtros, ni retoques?	Henry Gamba: El impacto es totalmente negativo ya que la sociedad se acostumbra a otro tipo de belleza, un tipo de belleza de perfección, mas no un tipo de belleza de diversidad, de color, de una simple belleza de autenticidad, por el contrario, asocian la belleza con la perfección, con piel lisa, con sombras perfectas, con pestañas	Con base en las respuestas anteriores, se puede identificar que existe una preocupación compartida sobre el impacto negativo de la idealización de la belleza en las redes sociales, específicamente en la plataforma de Instagram. Adicional a esto, se

	largas con pelo perfecto y pues eso no está bien porque el ser humano pues no es sorpresa para nadie, pero el ser humano no es perfecto. Diego Palomino: Afecta claramente las mujeres, a la autoestima de las mujeres, porque todo el mundo aspira a tener un prototipo de un estereotipo ideal y entre comillas ideal de lo que es una mujer linda en Instagram precisamente por todos esos conceptos de belleza ideal añadida, que las cirugías que los filtros que toda esa vaina, entonces claramente afecta directamente lo que es la seguridad de las mujeres y un estereotipo que realmente o en mi opinión está mal porque no es la realidad. Juan Sebastián Bernal: Yo creo firmemente que pues esas imágenes de belleza q que se muestran en internet pues son netamente comerciales y desafortunadamente pues impactan negativamente la autoestima y la seguridad de las mujeres, hasta el punto en el que algunas dependen constantemente de estar utilizando maquillaje o accesorios para sentirse bonitas, cuando pues la realidad es que muchas veces a los hombres o sea el simple hecho de verla sin maquillaje o cosas por el estilo pues ya nos parece pues muy	señala que estas imágenes comerciales perpetúan una imagen distorsionada de la belleza, que no refleja la diversidad y autenticidad del ser humano. En contraste, se valora la belleza natural y se critica la dependencia excesiva de maquillaje y accesorios para sentirse atractiva.
--	--	--

	atractivo creo que es la mayoría de los hombres siempre vamos más por la belleza natural que se estén sobrecargando de cosas que al final a la larga cuando no las tengan se van a se van a ver quizás mal por la imagen que siempre se está vendiendo y pues básicamente no se aceptan tal cual son.	
¿Qué piensas sobre si la representación de la belleza en Instagram refleja de manera fiel y natural la diversidad de mujeres que existen en la sociedad?	Diego Palomino: Considero que la representación de la belleza en Instagram no refleja de manera fiel y natural la diversidad de las mujeres. Muchas de las fotos subidas a esta plataforma, son imágenes que suelen estar altamente editadas y filtradas, promoviendo así estándares de belleza poco realistas y que son inalcanzables. Henry Gamba: pues los estándares de ellos cambiarían radicalmente y la presión social que algunas mujeres de algunas regiones como Cali o Medellín tiene, por ejemplo, de operarse y demás bajaría y pues claro tendría un impacto totalmente positivo, también se podría relacionar y reconocer en persona mucho más fácil, así que no habría diferencia en su carta de presentación en Instagram, ni su cuerpo en la vida real. Juan Sebastián Bernal: Creo que es la belleza que se muestra en redes pues básicamente en muy pocas ocasiones es diversa ya que pues el propio algoritmo	Las respuestas resaltan la discrepancia entre la representación de la belleza en Instagram y la diversidad real de las mujeres. Se critica la prevalencia de imágenes altamente editadas y filtradas que promueven estándares de belleza poco realistas y excluyentes. Además, se señala que estas representaciones no reflejan la diversidad étnica y cultural, ya que el algoritmo de la plataforma tiende a mostrar contenido afín a los intereses individuales, dejando de lado otras formas de belleza. Se sugiere que un cambio hacia una representación más auténtica y diversa tendría un impacto positivo al reducir la presión social y permitir una conexión más

	te muestra a ti tus gustos y las cosas que te interesan, entonces pues deja de lado muchas etnias u otros tipos de belleza, que simplemente son enfocados hacia lo comercial como lo son las modelos.	genuina tanto en línea como fuera de ella.
¿Qué papel crees que juegan las Influencers y las celebridades en la definición de la belleza ideal en Instagram?	Diego Palomino: Depende del influencer del cual se consume el contenido, si es una influencer que realmente es natural en todo el sentido de la palabra, de su personalidad en su belleza, ósea que se muestre realmente como es en Instagram, pues es persona que simplemente refleja la seguridad, pero si es una mujer que se ha retocado que es una mujer que se utiliza filtros en cada historia, que apenas se levanta esta maquillada, pues refleja en los seguidores y en la sociedad que simplemente no tiene seguridad con ella misma y eso lo refleja a sus seguidores o las personas que son fieles a su contenido. Henry Gamba: Quiero referir a las pequeñas mujeres influencers que dentro de los 16 y los 25 años que se gana seguidores se convierten en populares a punta de su aspecto físico y materializan la sociedad terriblemente e inclinan la balanza de manera totalmente mala, sí es verdad para encontrar una pareja existe un diversos factores por ejemplo puede ser el físico y otro puede ser la	Las opiniones destacan la influencia de los influencers en la percepción de la belleza en Instagram. Se sugiere que aquellos que muestran autenticidad y seguridad en su apariencia pueden transmitir un mensaje positivo sobre la belleza. Sin embargo, se critica a aquellas influencers que recurren a retoques excesivos y filtros, ya que refuerzan estándares poco realistas y pueden generar inseguridad en sus seguidores. De esta forma, se enfatiza la importancia de encontrar un equilibrio entre la atracción física y la conexión emocional en las relaciones, pero se advierte que la sobrevaloración del aspecto físico puede ser perjudicial para aquellas personas que consumen algún tipo de contenido de esos influencers.

	personalidad y la balanza ahí está a mi parecer en la mitad, sí tener una pareja que por la cual sentirse atraído es importante y también a tener una pareja con la cual uno se entiende perfectamente también lo es, pero con este tipo de influencers acostumbran a la sociedad u inclinarse hacia ese lado físico más que a otras cosas que también son mucho más importantes. Juan Sebastián Bernal: Creo que pues si bien hay influencers que a lo mejor pueden dar un mensaje positivo realmente de la belleza, pero o sea bien sustentado de que pues ellas no sobreexplotan el maquillaje o cosas así pero estilo pues para verse más bonita sino que simplemente sea natural y sin filtros pues creo que son muy positivas y de alto valor, sin embargo pues las que están de la otra cara de la moneda, creo que son quizás hasta hipócritas el estar haciendo propaganda de la importancia de la belleza y del amor propio y cosas por el estilo cuando puede que desde el punto de ellas pues no sea de la forma más sincera y genuina.	
¿Qué impacto te generaría al descubrir que la belleza en X mujer no es la que muestra en Instagram?	Diego Palomino: Que tristeza, en el sentido que muestra algo que no es, enseña algo que no es genuinamente, debería mostrarse como es realmente y no me	Las respuestas de los entrevistados reflejan la preocupación por la falta de autenticidad en la representación de la belleza en las redes

	gustaría ver la diferencia entre la imagen idealizada y la realidad. Henry Gamba: La verdad no me sorprendería porque sé que es así, sé que es así realmente la mayoría de las veces, ya una persona no puede ser perfecta, simplemente no lo son y si se muestran muy atractivas y demás se sabe que serán así por un corto periodo de su vida, pero no van a ser todo el día así y pues digamos que yo no me sorprendería. Juan Sebastián Bernal: Creo que sería un impacto pues no positivo, ya que puedes conocer a una persona sin verla antes y simplemente por el tipo de persona que es y ya después hacerte una idea o sea tener clara una conexión, pero digamos que el primer filtro es el visual, el físico, el atractivo y más adelante descubrir que pues simplemente no se ve de esa manera pues a lo mejor uno se podría llegar a sentir como engañado pues porque uno no sabe hasta qué punto esa persona es real y sincera con las cosas que está ofreciendo a uno, con lo que le dice a uno, lo que le muestra uno, entonces yo creo que la confianza ahí se vería pues perjudicada de forma significativa.	sociales, especialmente en Instagram. Se señala la tristeza que provoca el contraste entre la imagen idealizada y la realidad, destacando la importancia de la sinceridad y la transparencia. Se hace énfasis que en la falta de autenticidad puede afectar la confianza en las relaciones interpersonales, ya que el primer filtro suele ser el aspecto físico y este termina siendo idealizado gracias a las alteraciones que ocurren en la red social Instagram.
--	---	--

¿Consideras que el ideal de belleza que un hombre busca en una mujer debe limitarse únicamente a los estándares presentados en Instagram?	Diego Palomino: Insisto en que la belleza es subjetiva y cada hombre tiene estereotipos de belleza totalmente diferente, en mi caso personal simplemente es la naturaleza de la mujer lo que la hace linda en todos sus aspectos, es decir que sea una mujer autentica en su diario vivir. Henry Gamba: En lo absoluto realmente lo voy a aplicar a mi caso personal, encuentro una atracción y una belleza invaluable en la inteligencia, la perspicacia de la persona, yo considero que las personas que saben mucho, que sacan notas muy buenas, que son muy muy pilas son para mí, mujeres muy atractivas, simplemente eso es para mí una especie de belleza que es muy difícil demostrarlo en Instagram o en las redes sociales. Juan Sebastián Bernal: No creo que el ideal del hombre pues debe estar solo sujeto a Instagram, pues si bien muchas veces nos sentimos atraídos a ese tipo de físicos ese tipo de atractivos, pero pues como he respondido antes unos sale al mundo real a la calle consciente de que pues esos son simplemente como casos muy específicos y no comunes que se suelen ver y pues básicamente uno también se enfoca en otro	Las respuestas anteriores enfatizan que la belleza es subjetiva y que cada persona tiene sus propios criterios de atracción, los cuales van más allá de la apariencia física. Se valora la autenticidad, la inteligencia y otras cualidades personales como aspectos atractivos que a menudo son difíciles de transmitir en plataformas como Instagram. Además, se señala que el ideal de belleza masculino no debe limitarse únicamente a los estándares presentados en las redes sociales, ya que en la vida real se valoran aspectos más profundos y significativos de las personas, construyendo las conexiones significativas sobre la base de estas cualidades personales, que a menudo son más valoradas que la mera apariencia física.
--	--	---

	tipo de cosas, como el tipo de ser humano, sus valores, sus creencias y pues ahora sí que depende de cada persona o sea habrá hombres que sí únicamente le interesan mujeres con ese estándar u otros que dejan de lado estándar físico y la apariencia pues por el ser humano que hay pero en sí no considero que ese debe ser el objetivo que siempre va a estar buscando un hombre en una mujer que sea como una modelo de Instagram.	
--	---	--

15. Resultado De Las Entrevistas A Hombres

Se llevó a cabo una pequeña sección dirigida a hombres, en la que se les presentaron seis preguntas sobre la construcción de la belleza ideal en las mujeres influenciadoras de la plataforma Instagram. Las preguntas se centraron en cómo perciben las expectativas de belleza en mujeres en dicha plataforma.

Del análisis de las respuestas, se encontró que la mayoría de los hombres entrevistados enfatizan la importancia de que las mujeres se acepten tal como son. Señalan que esta aceptación genuina debe reflejarse en Instagram y en sus fotos o selfies, independientemente de que usen filtros, maquillaje en exceso o retoques estéticos. Los hombres destacaron que estos elementos externos no proporcionan la seguridad y el amor propio que las mujeres necesitan; es algo que deben cultivar internamente. Asimismo, expresaron que prefieren una apariencia más natural, ya que esto evita una imagen falsa. Muchos hombres hoy en día no están de acuerdo con las cirugías plásticas, argumentando que estas restan originalidad y autenticidad a cada mujer. Les atrae e impresiona más saber que la belleza de una mujer es natural, resultado de su genética, cuidado personal y feminidad innata.

Los hombres también señalaron que muchas fotos de mujeres en Instagram no son reales, y que las diferencias entre imágenes editadas y naturales son notorias. Muchas

influenciadoras se enfocan en verse perfectas mediante edición, filtros o cirugías plásticas, y reconocen que es difícil determinar si una mujer es natural o artificial. Además, este tipo de perfección irreal puede hacer que los hombres se sientan inseguros, ya que perciben a esas mujeres como inalcanzables. Por ello, prefieren a las mujeres naturales y comunes. Sin embargo, reconocen que es decisión de cada mujer realizarse retoques si desean verse mejor, pero subrayan que esto no debería ser resultado de una falta de aceptación personal. Cuanto más seguras se sientan las mujeres, más atractivas resultan, no solo para el sexo opuesto, sino también para todas las personas a su alrededor, generando una presencia imponente y una belleza auténtica.

Esta sección contribuye significativamente a la investigación, proporcionando una visión más amplia sobre las percepciones del sexo opuesto, ofrecen una dimensión adicional que puede ayudar a desmitificar los supuestos beneficios de estas prácticas. Al analizar cómo estas percepciones masculinas influyen la autoimagen de las mujeres, la investigación puede obtener una visión más completa de los factores que contribuyen a la presión social y la necesidad de conformidad con los ideales de belleza.

Estos puntos de vista también ayudan a identificar el impacto emocional y psicológico que los estándares de belleza de Instagram pueden tener en las mujeres. La presión constante para cumplir con un ideal cambiante puede llevar a una disminución en la autoestima y una mayor dependencia de procedimientos estéticos y retoques digitales. Al comprender que los hombres no necesariamente apoyan ni valoran estos estándares artificiales, se pueden desarrollar estrategias más efectivas para fomentar una imagen corporal positiva y auténtica entre las mujeres.

16. Conclusiones

En conclusión, el análisis realizado en esta investigación ha permitido explorar de manera profunda cómo las imágenes de influencers en Instagram, especialmente aquellas que pasan por retoques estéticos y el uso constante de filtros, contribuyen a la construcción de un concepto limitado y distorsionado de la belleza femenina. A través de las entrevistas realizadas tanto a mujeres como a hombres, se ha evidenciado que, si bien estas imágenes pueden generar una apariencia atractiva y popular, en realidad promueven estándares de

belleza inalcanzables que afectan la percepción de la imagen corporal, especialmente en las mujeres.

Los resultados de las preguntas técnicas permitieron identificar patrones comunes en las fotografías publicadas por influencers, mientras que las preguntas narrativas contribuyeron a comprender cómo estas representaciones afectan la percepción social de la belleza ideal. Las respuestas obtenidas reflejan una clara preocupación por la presión social que implica cumplir con estas expectativas, las cuales no solo generan inseguridad, sino que también fomentan la comparación constante con modelos artificiales de belleza.

Por otro lado, la sección dedicada a los hombres aportó una perspectiva valiosa, al evidenciar que muchos prefieren una belleza más natural y auténtica, desestimando los retoques estéticos y filtros como símbolos de inseguridad o falta de aceptación personal. Esto subraya la importancia de fomentar la autoaceptación y la autenticidad, tanto en el entorno virtual como en la vida real.

En definitiva, este estudio resalta la necesidad urgente de repensar los ideales de belleza impuestos por las redes sociales y sus consecuencias en la salud mental y emocional de las mujeres. Las estrategias para promover una imagen corporal positiva deben basarse en la aceptación de la diversidad y la autenticidad, de manera que se pueda contrarrestar la presión por cumplir con estándares de belleza irreales. Esto no solo permitirá una mayor salud emocional, sino que contribuirá a la creación de un entorno más inclusivo y realista en plataformas como Instagram.

17. Recomendaciones

En función de los hallazgos de esta investigación sobre la percepción de las mujeres que recurren a filtros excesivos en sus fotos, cirugías plásticas desmedidas, dietas estrictas y poco equilibradas, y la constante comparación con otras mujeres, es fundamental establecer una serie de recomendaciones dirigidas a promover la aceptación personal, el bienestar integral y la prevención de comportamientos que puedan comprometer la salud física y emocional. Para fomentar una imagen corporal realista, es crucial que las mujeres sean conscientes de los efectos negativos que pueden generar los filtros digitales y la

manipulación excesiva de imágenes en redes sociales. La promoción de una imagen corporal saludable, realista y auténtica puede contribuir a una mayor aceptación de sí mismas, sin la necesidad de ajustar su apariencia a estándares irreales.

Si bien la cirugía estética puede ser una opción válida para mejorar la autoestima, su uso excesivo o sin justificación médica puede tener consecuencias físicas y emocionales graves. Se recomienda que las mujeres que consideren someterse a procedimientos estéticos lo hagan tras una evaluación cuidadosa, informada y con acompañamiento psicológico, para asegurar que la decisión se basa en una verdadera necesidad personal y no en presiones externas.

Las dietas extremadamente restrictivas o desequilibradas, a menudo impulsadas por la búsqueda de un cuerpo ideal, pueden poner en riesgo la salud física y mental. Es fundamental promover un enfoque nutricional equilibrado, basado en el bienestar general y no en la búsqueda de una apariencia específica, evitando caer en conductas alimentarias que puedan desencadenar trastornos. Así mismo la comparación constante con otras personas, en especial en las redes sociales, es una fuente importante de insatisfacción y baja autoestima. Se recomienda generar conciencia sobre la diversidad de cuerpos y muchas experiencias, y enfatizar la importancia de valorar la singularidad de cada persona. Las mujeres deben enfocarse en su propio crecimiento personal y autovaloración, en lugar de medir su valía con base en los estándares ajenos.

Se requiere tomar decisiones basadas en el bienestar y no en las presiones sociales de las decisiones relacionadas con el cuerpo y la apariencia, como el uso de filtros, cirugías o dietas, están motivadas por presiones sociales y no por deseos personales auténticos. Es importante que las mujeres se empoderen para tomar decisiones que prioricen su bienestar integral, y no únicamente para cumplir con expectativas sociales o de los medios.

18. Bibliografía

- Alvarado Steller Valerie, Kristel Sancho Bermúdez (2011). La belleza del cuerpo femenino. Artículo Universitario
- Arribas, L. (2006). El imaginario social como paradigma del conocimiento sociológico. *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 5(1), 13-12.
- American Society of Plastic Surgeons. (2021). 2020 Plastic Surgery Statistics Report. Retrieved from <https://www.plasticsurgery.org/documents/News/Statistics/2020/plastic-surgery-statistics-full-report-2020.pdf>
- Báez J. (2009). Investigación Cualitativa. Editorial ESIC .Libros Profesionales de Empresa.
- Barajas-Portas, Karla, Mercado-González, Julieta, Salinas-Mercado, Esteban, & Reyes-Mercado, Pável. (2017). Estudio sobre el fenómeno de las selfies en las redes sociales y sus implicaciones para el marketing. *The Anáhuac journal*, 17(2), 93-116. Epub 24 de enero de 2022. <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2017v17n2.04>
- Billie Sastre. (2013). El visual marketing con Instagram. Recuperado de <http://billiesastre.com/el-visual-marketing-con-instagram/>
- Cáceres, M. D. (2008). El cuerpo deseado y el cuerpo vivido. La apropiación de los discursos mediáticos y la identidad de género. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 13, pp. 195-212. Extraído el 03 de setiembre, 2010, de la base de datos <http://redalyc.uaemex.mx>
- Carretero, E. (2004). La relevancia sociológica de lo imaginario en la cultura actual. *Nómadas*, 9, 1-9.
- Canaza Rivero, Stefany Virginia (2022). Instagram como escenario de comunicación para el discurso de ruptura del estereotipo de belleza. Trabajo de investigación
- Castoriadis, C. (1975). La institución imaginaria de la sociedad. Tusquets Edires, Barcelona.
- Capdevielle (2011). El concepto de habitus: “con bourdieu y contra bourdieu”. Artículo
- Canga Sosa Manuel (2014). Introducción al fenómeno del selfie: valoración y perspectiva de análisis. *Revista Científica*.

Colorado Nates, O. (6 de Julio de 2014). Filtros y Efectos: ¿Trampa fotográfica o recurso expresivo? [Entrada de blog]. Recuperada de <https://oscarenfotos.com/2014/07/26/filtros-yefectos-trampa-o-recurso/>

Cegarra, J. (2012). Fundamentos teórico epistemológicos de los imaginarios sociales. *Cinta de Moebio*, 43, 1-13. doi: 10.4067/S0717-554X2012000100001

Del Portillo Olivo Susana Valentina, Angela Delgado Ayala (2023). Análisis del impacto que genera el tipo de lenguaje utilizado en los contenidos de belleza de Instagram. caso grupo de mujeres entre los 18 a 21 años de edad, estudiantes del programa comunicación social - periodismo periodo 2023-1 de la universidad autónoma de occidente de Cali. Proyecto de grado

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (s. f.). La entrevista, recurso flexible y dinámico. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009#:~:text=La%20entrevista%20es%20uno%20m%C3%A1s,y%20a%20las%20caracter%C3%ADsticas%20del%20entrevistado.

Duarte Milenka (2023). Validación personal: ¿Cómo influyen las redes sociales en la necesidad de ser aceptados? El comercio.

Eco, U. (2004). Historia de la belleza. Barcelona: Lumen.

Esparta Digital (2023). Métricas de Instagram que debes tener en cuenta.

Falleti, V. (2006). Los problemas de la construcción del conocimiento en las ciencias sociales. Una mirada crítica sobre las nociones clásicas el tipo ideal y la representación. *Universitas Humanística*, 62(62), 71-89. Recuperado de: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/univhumanistica/article/view/2205>

Garcia Estevez Noelia (2019). Instagram. La nueva era del consumo. Análisis de la evolución de la red social. Trabajo de grado.

Henao, D. A. O. (2023, 19 agosto). Radiografía del consumo de las redes sociales en el mundo, las personas y empresas. Diario la República. <https://www.larepublica.co/especiales/redes-la-nueva-vitrina/radiografia-del-consumo-de-las-redes-sociales-en-el-mundo-las-personas-y-empresas-3683815>

Hurtado, J. (2008). Guía para la comprensión Holística de la ciencia, Unidad III, Capítulo 3, PP.

45 a 65 Recuperado de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092769/cap03.pdf>

Henderson, P. W., & Jung, J. Y. (2019). The role of beauty in strategies of influence: A conceptual framework. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 143(6), 1795-1803.

Instagram (2015). Our Story. Recuperado de <https://instagram.com/press/>

Jimenez Pajares Gorka (2023). La teoría de la comparación social. *Muy Salud*. Artículo de la salud.

Larios Gómez Emigdio, López Cadena Zoila (2023). Autoconcepto y autoestima bajo el uso de filtros en instagram en las jóvenes universitarias. *Gestión y Desarrollo de las Organizaciones México – Brasil – Colombia – Ecuador Semilleros de Investigación Latinoamericanos*.

Lugea Ferri Andrea (2022). La influencia de la publicidad en la creación de un ideal de belleza femenino. Trabajo de grado.

Lyu, S. O. (2016). "Travel selfies on social media as objectified self-presentation". *Tourism Management*, 54: 185-195.

Mas de arte punto com (2023). Aristóteles, el arte y la felicidad. *Revista de arte y cultura*

Martín, Teresa; Chaves Vázquez, Beatriz La influencia de instagram en la creación y reproducción del ideal de belleza femenino *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, vol. 15, núm. 1, 2022, Enero-Junio, pp. 1-17 Universidad del Rosario Bogotá, Colombia

Miranda Ospino, E. A. (2014) El imaginario bajo la perspectiva de Cornelius Castoriadis y su proyección en las representaciones culturales de Cartagena de Indias. Universidad de Cartagena. Facultad de Ciencias Humanas. Programa de Filosofía. Cartagena de Indias.

Murolo Leonardo Norberto (2019) Teoría de la selfi. Narrativa y usos de la fotografía digital contemporánea. Proyecto de investigación.

Muñoz Ana (2022). El engagement en Instagram y otras redes sociales: ¿por qué es tan importante?. *Awin*

Nixon Campo Kathleen (2020). Estereotipos y percepción de belleza en Instagram. Trabajo de grado. Universidad Javeriana.

Ortega Ruiz Helena (2020). Los estándares de belleza femeninos en Instagram: El fenómeno influencer. Trabajo de grado.

Perales Lazo Angela Julissa (2022). Influencia de la red social instagram en los estereotipos de belleza de los jovenes universitarios de universidades privadas, lima 2022. Trabajo de grado.

Raffio, V. (2019, 30 noviembre). La obsesión por los filtros de Instagram amenaza la autoestima de los usuarios. [www.elperiodico.com](https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20191130/obsesion-filtros-belleza-instagram-autoestima-cirugia-estetica-efectos-psicologicos-7743564).
<https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20191130/obsesion-filtros-belleza-instagram-autoestima-cirugia-estetica-efectos-psicologicos-7743564>

Ruiz Mitjana Laura (2019). La teoría de la comparación social de Festinger. Psicología y Mente. Artículo científico.

Ruiz Ee Elvira Maria Del Carmen (1988).La distinción criterios y bases sociales del gusto

Santana Enrique Daniela Yuleiby (2023). El cuerpo como medio de comunicación: filtros de embellecimiento facial y reproducción de estándares de belleza femeninos en las Historias de Instagram de tres influenciadoras colombianas. Trabajo de grado. Universidad de Antioquia.

Tamayo Bedoya Katherine (2022). Efecto en la percepción social de la imagen corporal de la mujer a partir de las publicaciones en Instagram. Trabajo de grado

Tesser, A., & Collins, J. (1988). Emoción en situaciones de reflexión social y comparación: Enfoques intuitivos, sistemáticos y exploratorios. Revista de Personalidad y Psicología Social, 55 (5), 695-709.

Umberto Eco (1968) la definición del arte. Ediciones Martinez Roca.

Velázquez, M. A. & Ramos, J. D. (2007). Vestirse bien no es suficiente atractivo. Revista Universidad EAFIT, 43 (145), pp. 9-20. Extraído el 03 de setiembre, 2010, de la base de datos <http://redalyc.uaemex.mx>

Vigarello, G. (2005). Historia de la belleza: el cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días. Buenos Aires: Nueva Visión.

Piñón L., M. & Cerón H., C. (2007). Ámbitos sociales de representación del cuerpo femenino. Última Década, 27, pp. 119-136. Extraído

We are social (2023). Informe digital 2023.

19. Anexos

https://drive.google.com/drive/folders/1LQKyrxsBpFy_68Fh-ekvDrXKMIJq5vx6?usp=drive_link

20. Certificado De Turnitín

tesis			
ORIGINALITY REPORT			
10%	9%	1%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	www.bookey.app	1%	
	Internet Source		
2	hdl.handle.net	1%	
	Internet Source		
3	www.scielo.org.mx	1%	
	Internet Source		
4	bibliotecadigital.udea.edu.co	1%	
	Internet Source		
5	repository.javeriana.edu.co	1%	
	Internet Source		
6	idus.us.es	<1%	
	Internet Source		
7	ddd.uab.cat	<1%	
	Internet Source		
8	revistas.uchile.cl	<1%	
	Internet Source		
9	revistas.usergioarboleda.edu.co	<1%	
	Internet Source		