# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

# FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

## CARRERA DE COMUNICACIÓN

### TRABAJO DE TITULACIÓN

**TEMA:**

---

Narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer en los selfies en Instagram

---

Trabajo de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación


**AUTOR:**

María Belén Tustón Landa

**TUTOR:**

Dr. Walter Viteri


**AMBATO**

**2025**

## APROBACIÓN DEL TUTOR

Que la señorita María Belén Tustón Landa , portadora de la C.C. 1805220181 habilitado para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; sobre el Tema: "NARRATIVAS REPRESENTATIVAS Y EL SURREALISMO DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN LOS SELFIES EN INSTAGRAM", previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación; por lo que, en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico de la autenticidad del mencionado Trabajo, y de haberle orientado durante todo el proceso.

Ambato, 15 de enero de 2025



Dr. Walter Francisco Viteri Torres Mg.
CC. No. 1802008118
**PROFESOR/TUTOR TRABAJO DE TITULACIÓN**

## AUTORÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, María Belén Tustón Landa declaro que el trabajo de integración curricular designado "NARRATIVAS REPRESENTATIVAS Y EL SURREALISMO DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN LOS SELFIES EN INSTAGRAM" es de mi autoría contribuyendo un trabajo original y único certificando que las ideas, conceptos, procedimientos, resultados y conclusiones presentados en el presente documento son de mi exclusiva responsabilidad.

Ambato, 15 de enero de 2025



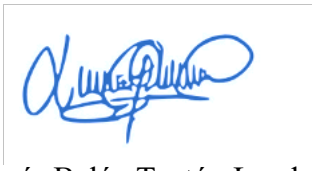
María Belén Tustón Landa
CC. 1805220181
**AUTORA**

## DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato para que pueda utilizar esta tesis como un documento disponible para la lectura, consulta y proceso de investigación según las normas de la institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi tesis con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis dentro de las regulaciones de la Universidad siempre y cuando esto no suponga una ganancia económica y se respete mis derechos de autora.

Ambato, 15 de enero de 2025



María Belén Tustón Landa
CC. 1805220181
**AUTORA**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación: "NARRATIVAS REPRESENTATIVAS Y EL SURREALISMO DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN LOS SELFIES EN INSTAGRAM" presentado por la señorita María Belén Tustón Landa, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato. Autorizando su presentación ante los organismos correspondientes.

Ambato, ……2025

Para constancia firman:

.....
**PRESIDENTE**

.....
**MIEMBRO**

.....
**MIEMBRO**

## DEDICATORIA

Este trabajo de integración curricular en primer lugar va dedicado con todo el amor para mí, pues considero que el Dios vivo que habita en mi corazón me ayudó y fortaleció durante las múltiples circunstancias que se atravesaron en el camino para culminar este sueño tan profundo de mi vida, pues realmente fue un continuo trayecto de esfuerzo, aprendizaje y resiliencia tanto a nivel profesional como personal.

A Oswaldo Landa, mi abuelito, al ser quien figura en mi vida como el pilar para alcanzar mis metas sin descanso y con ánimo constante, la luz de mis ojos, mi guía, la inspiración y ejemplo de que el amor lo puede todo, mi querido papitos este es el regalo que más he tardado en conseguir y con todo mi corazón es para usted.

A mi ángel en el cielo Nelson Cahuasquí, quien desde el primer instante se encargó de darme su voto de confianza y sembrar una semilla de superación en mí para convertirme en su anhelado orgullo, porque sin duda alguna el pudo visualizar este triunfo y esta es mi manera de corresponder por todo lo que dio por mí, con mucho cariño para usted.

María Belén Tustón Landa

## AGRADECIMIENTO

Mi mayor agradecimiento de este logro es hacia la persona que se comprometió desde el primer hasta el último día para que alcance mi sueño, mi ángel, mi compañero y maestro de vida, Darío Chávez, pues sin él esto no sería posible porque en los momentos donde nada parecía tener solución (no solo en lo académico sino en lo personal) con todo su apoyo además de sus grandes destrezas, así como habilidades me motivó para avanzar peldaño a peldaño con éxito.

Asimismo, a Tannia Yanzapanta, mi querida tía y a quien he podido sentir como a una segunda madre en el día a día porque a través de su exquisita labor culinaria conocí la mano amiga de un ser que entrega el amor a la carta, el calor de un dulce hogar y la voz del sí se puede.

A Walter Viteri, mi catedrático y amigo porque con su gran sabiduría (académica y moral) supo brindarme su guía en situaciones difíciles y depositó su confianza en mí.

A Tecnipan S.A., mi segundo hogar porque desde que inicié este viaje de aprendizaje me abrió sus puertas y coadyuvó para que pudiera continuar mi desarrollo profesional con compresión, ánimo y flexibilidad.

Y finalmente a la Universidad Técnica de Ambato, institución que me brindó la oportunidad de formarme académicamente, quisiera expresar mi agradecimiento a los profesores, con quienes pude forjar lazos amistosos basados en el respeto mutuo.

María Belén Tustón Landa

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA ..... i
APROBACIÓN DEL TUTOR ..... ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR ..... iii
DERECHOS DE AUTOR ..... iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO ..... v
DEDICATORIA ..... vi
AGRADECIMIENTO ..... vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS ..... viii
ÍNDICE DE TABLAS ..... x
ÍNDICE DE IMÁGENES ..... xi
RESUMEN EJECUTIVO ..... xii
ABSTRACT ..... xiii
**CAPÍTULO I** ..... 1
MARCO TEÓRICO ..... 1
1.1 Antecedentes investigativos ..... 1
1.1.1 Fundamento teórico ..... 8
1.1.1.1 Comunicación ..... 8
1.1.1.2 Comunicación digital ..... 9
1.1.1.3 Aldea global digital ..... 10
1.1.1.4 Formas y medios de comunicación digital ..... 11
1.1.1.5 Redes sociales ..... 12
1.1.1.6 Red social Instagram ..... 13
1.1.1.7 Narrativas ..... 14
1.1.1.8 Narrativas representativas ..... 15
1.1.1.9 Surrealismo ..... 15
1.1.1.10 Selfies ..... 17
1.1.1.11 Género y mujer ..... 18
1.1.1.12 Imagen de la mujer ..... 19
1.1.1.13 La imagen de la mujer en las Industrias Culturales ..... 21
1.1.1.14 Análisis del discurso en la representación surrealista de la imagen de la mujer 23
1.2 Objetivos ..... 23
**CAPÍTULO II** ..... 25
METODOLOGÍA ..... 25
2.1 Materiales ..... 25
2.2 Métodos ..... 25
2.2.1 Enfoque cualitativo ..... 26
2.2.2 Modalidad de investigación ..... 28
2.2.3 Tipo de investigación ..... 28

2.2.4 Unidad de análisis ..... 29
2.2.5 Técnicas e instrumentos ..... 31
**CAPÍTULO III** ..... 33
RESULTADOS Y DISCUSIÓN ..... 33
3.1 Análisis y discusión de resultados ..... 33
3.1.1 Análisis e interpretación de datos sobre los posts ..... 36
3.2.1 Análisis final de los posts ..... 81
3.3.1 Análisis e interpretación de datos de la entrevista grupal ..... 83
3.4.1 Análisis final de la entrevista grupal ..... 102
3.5.1 Análisis e interpretación final de los posts y la entrevista grupal ..... 108
3.6.1 Análisis e interpretación nube de palabras Atlas. Ti ..... 110
3.7.1 Discusión ..... 110
3.2 Verificación de Hipótesis ..... 113
**CAPÍTULO IV** ..... 114
4.1 Conclusiones ..... 114
**MATERIALES DE REFERENCIA** ..... 115
Referencias Bibliográficas ..... 115
Anexos ..... 121
Anexo 1. ..... 121
Anexo 2. ..... 122
Anexo 3. ..... 124

# ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz basada en la ficha de análisis fotográfico de Demetrio Brisset ..... 30
Tabla 2 Tabla de tres los posts expuestos en el grupo focal..... 34
Tabla 3 Matriz explicativa sobre los campos iconográficos..... 35
Tabla 4 Matriz de recolección de datos..... 36
Tabla 5 Matriz resumida de los tres posts ..... 75
Tabla 6 Matriz explicativa sobre el análisis final de los tres posts..... 81
Tabla 7 Matriz de la guía de entrevista ..... 83
*Tabla 8 Matriz resumida de la entrevista grupal*..... 102
Tabla 9 Tabla de análisis final..... 108

# ÍNDICE DE IMÁGENES

Ilustración 1 Captura del post 1 en Instagram ..... 34
Ilustración 2 Captura del post 2 en Instagram ..... 34
Ilustración 3 Captura del post 3 en Instagram ..... 34
Ilustración 4 Captura Nube de palabras Atlas. Ti..... 110

## RESUMEN EJECUTIVO

Cuando se aborda la representación del selfie en la praxis cotidiana se considera, la inventiva que tiene esta actividad como un modelo o un patrón social en la contemporaneidad (basada en la construcción de la imagen de la mujer que se ha moldeado sigilosamente), pero también de la presencia latente de las industrias culturales en la era virtual (surrealismo) siendo esto un reflejo de la comunicación y la cultura a través de una nueva identidad.

Es por esto que, la presente investigación se centra en describir las narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer, es decir estudiar los discursos que de forma inconsciente emergen de las jóvenes a la hora de generar y colgar un selfie en Instagram (reconocer cómo se identifican, con qué propósito se proyectan de una determinada manera, y cómo son percibidas).

La metodología utilizada en este campo fue cualitativa debido a que se desarrolla un enfoque subjetivo al analizar a cinco participantes en un grupo focal, donde el alcance del estudio dictamina que, de manera inconsciente se producen y reproducen imágenes de forma masiva proyectándose preponderantemente a través de los cánones de la belleza y el empoderamiento de la mujer para alcanzar los estándares sociales y culturales de la época, debido a la presencia de las industrias culturales.



**Palabras clave:**

Imagen de la mujer, selfies, narrativas representativas, surrealismo, industrias culturales.

## ABSTRACT

The analysis of selfies in everyday life reveals this practice as a form of creative expression that serves as a contemporary social model. It reflects the subtle evolution of the female image over time and highlights the significant impact of cultural industries in the digital age, often characterized by surreal elements. These factors illustrate how communication and culture contribute to the formation of new identities.

This study aims to explore the narratives and surreal qualities tied to how women are represented in selfies. It focuses on the unconscious messages young women communicate when taking and sharing selfies on Instagram. The research delves into how they see themselves, the motivations behind their self-presentation choices, and how others perceive them.

Using a qualitative approach, the study employed a subjective methodology, including a focus group of five participants. The findings indicate that women unknowingly create and replicate images at a large scale. These images often reflect societal beauty standards and ideas of female empowerment, shaped by cultural and social expectations and heavily influenced by cultural industries.



**Keywords:** Female image, selfies, representative narratives, surrealism, cultural industries.

# CAPÍTULO I
# MARCO TEÓRICO

Al reconocer que en la era digital contemporánea, la construcción de la imagen de la mujer se lleva a cabo a través de fotografías al colgarlas en la web, más aún tras la aparición de las selfies como una nueva forma de comunicarse, resulta importante conocer cuáles son las concepciones actuales que las mujeres desarrollan ante este hecho social dado que, también se visibiliza el surrealismo en las imágenes, es decir la distorsión de la realidad, en este caso específicamente de las redes sociales por el uso de filtros.

Y es que, al considerar que los autorretratos encierran discursos semióticos, psicológicos entre otros; identificar qué es lo que realmente se enuncia a través de los selfies y el surrealismo cuando se publica una fotografía con filtros en la red social Instagram (una de las más populares para comunicarse mediante contenido como fotografías o videos cortos) permite a la presente investigación entender cuáles son las nuevas formas de narrativas visuales así como el impacto que ejerce la tecnología en la auto-representación virtual.

Pues cuando se reconoce que, en el ciberespacio, la construcción, así como la proyección de las personas se modifica, se evidencia una transformación en su representación, especialmente de las mujeres porque son las que tienen mayor presencia en las redes sociales por decisión propia (Oliván, 2023); y a causa de esto es posible describir las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo en las selfies en Instagram (objetivo principal del estudio).

## 1.1 Antecedentes investigativos

Ángel Rabadán Crespo en el 2016 aborda una investigación sobre "Selfie y la impronta visual: el autorretrato 3.0 representación, presentación, corpo-realización", con el objetivo de reflexionar sobre el selfie para la presentación de la persona en los contextos sociales de interacción y como práctica socio-técnica creativa, lúdica o auto-reflexiva sobre sí, el cuerpo y la identidad personal a través del dispositivo móvil, aplicando una metodología cualitativa, donde se estipula en sus resultados principales que hoy la red y los teléfonos móviles con cámaras implementadas han alterado significativamente las formas de obtención, manipulación y difusión de las fotografías, abriendo un nuevo espacio en el ejercicio de una la experiencia fotográfica; además que el selfie tiene mucho que enseñarnos sobre el papel omnipresente de la fotografía en la vida cotidiana, pues la estructura temporal de la imagen fotográfica es desafiada por la movilidad de los nuevos aparatos tecnológicos y los diversos marcos proporcionados por las aplicaciones y web sociales para la presentación de la persona en los nuevos contextos de interacción, volviendo a inscribir continuamente acerca de uno mismo,

desde lo cotidiano a lo espectacular; por lo que a esta investigación aporta para considerar que el usar selfies en las plataformas digitales le permiten construir al sujeto una nueva identidad, al exponer en la red una fotografía manipulada por el uso de nuevas tecnologías, pues lo que se puede obtener en una imagen es un yo ideal desde un yo real para posteriormente difundir una fotografía en la web acorde a las exigencias de los actores sociales, es decir presentar retratos diferentes con los avances que brindan las ciencias aplicadas y las exigencias sociales, por tanto, la experiencia de la selfie introduce al individuo a un ejercicio fotográfico que lo presenta con una nueva imagen ante el mundo, es decir, con una máscara que sea aceptable para las situaciones que se efectúan en el tiempo y que son relevantes colectivamente; sin embargo, para lograrlo debe ser pensada con antelación sin dejar de ser entretenida.

"Adri Vainilla. Cómo se construye el capital social en redes sociales" es el tema de estudio desarrollado por Víctor Omar Vite León en el 2017, con el propósito de comprender la construcción del capital social en el espacio digital, dado que las redes sociales están inmersas en la cotidianidad de los usuarios, aplicando una metodología cualitativa con un enfoque etnográfico que enfatiza la observación participante propuesta por el sociólogo Howard Becker, que encontró como principal resultado que el selfie dejó de ser una práctica minoritaria y perdió su significado original (ser una tendencia) para formar parte de una cultura popular tras la publicación de una selfie de la comediante estadounidense Ellen DeGeneres en la entrega de los Oscar en el 2014. Es así, que al reconocer que el selfie ha dejado de ser una actividad de moda ejecutada únicamente por jóvenes para construir su identidad, se abre un espacio para una nueva forma de auto-imagen colectiva porque la imagen de la mujer en los selfies ahora no solo refleja su identidad individual, sino que también muestra una integración más amplia en la cultura popular y una expresión de pertenencia a un grupo social más amplio dado que, este fenómeno destaca cómo las mujeres utilizan los selfies no solo para presentarse a sí mismas, sino también para participar en una narrativa colectiva que redefine la auto-representación en la era digital.

Por otro lado, Nancy Paola Calderón Gómez y Jorge Eliécer Caro Vargas hicieron una investigación sobre "La Cultura Tras el Fenómeno Selfie", con el objetivo de identificar los elementos culturales de la contemporaneidad y la cotidianidad presentes en la fotografía selfie y su incidencia en la cultura visual de este tiempo, con una metodología cualitativa y un enfoque etnográfico virtual, encontró como resultados principales que la selfie plantea un nuevo estilo para comunicar desde lo visual que encuentra en las redes sociales un lugar común para publicar la cotidianidad, donde se expresa la percepción del mundo y la forma en que se habita el universo digital; además que se define la red como un nuevo mecanismo para la

invención de lo cotidiano y afirma que las mediaciones de la cultura digital han logrado generar una forma privilegiada de la imagen que se convierte en mirada y cultura visual a través de la selfie. De esta forma la investigación aporta al tratar las selfies que exponen los usuarios en el espacio digital como un medio para transmitir sus narrativas de identidad puesto que, se proyectan desde su percepción del mundo, es decir los estándares que demanda la sociedad en el día a día; así como también la invención de lo cotidiano emitiendo la idea de que los selfies pueden presentar nuevas imágenes que vayan de acuerdo a la conveniencia de su realidad visual, determinando que las selfies como una práctica cultural definen cómo las mujeres se describen y/o representan en el campo digital, por lo que las mediaciones pueden convertir las imágenes en algo surrealista mediante el uso de las herramientas que brinda la tecnología.

Según el artículo publicado por Carolina Emilia Di Próspero "Tecnologías infocomunicacionales y reconfiguraciones de los espacios de significación en la vida cotidiana. Usos de la red social Facebook en jóvenes de la Ciudad de Buenos Aires", con el objetivo de indagar los modos por lo cuales el uso de las redes sociales, en particular Facebook, redefine o construye nuevas formas de sociabilidad y subjetividad entre sus usuarios, bajo un enfoque metodológico cualitativo, obtuvo como conclusiones principales que las redes sociales permiten exponer aspectos de la vida personal de los involucrados sin tener que desarrollar encuentros o comunicaciones personales, o bien complementándolos; además que permiten una mayor espontaneidad y menor formalidad en la comunicación entre sujetos que se consideran amigos, conocidos o "contactos", más aún las redes apelan al reencuentro o el contacto con personas conocidas o parientes de los usuarios pero que no tienen contacto asiduo, propiciando un nuevo tipo de lazo social entre los miembros. Coadyuvando para el presente estudio al visibilizar las dinámicas que crean las redes sociales donde la imagen de la mujer es importante y cómo las selfies se presentan entre los usuarios pues, al tratar una comunicación espontánea e informal en los espacios digitales la identidad de los usuarios se puede construir de manera distorsionada (uso de los filtros) y de esta manera reconocer que las representaciones visuales pueden proyectarse como un vehículo para desarrollar interacción y relevancia social porque son vínculos que sostienen relaciones desde su autoexpresión previamente dibujada.

Según Henar Pérez Martínez (2019) en la Universidad de Cádiz de España, realizó una investigación sobre "Subjetividades otras en las manifestaciones artísticas en redes sociales: ficciones y realidades", con el objetivo de analizar las argucias que ofrecen las redes sociales para subvertir y reflexionar acerca de prácticas muy extendidas entre los usuarios de las plataformas sociales en internet, con metodología cualitativa basada en la reflexión crítica y la argumentación teórica, halló como resultado central que al igual que en la alegoría de la caverna

de Platón, la realidad actual podría ser solo un reflejo distorsionado de la verdad, especialmente en el contexto de la tecnología y las redes sociales puesto que, las personas proyectan y construyen sus identidades a través de modelos ideales de representación que pueden llevarlos a una homogeneización, donde la identidad se ajusta a estándares sociales predefinidos. Por lo que al vincularlo al presente tema de investigación contribuye desde la existencia el espacio digital en el cual el individuo puede alterarse, es decir el sujeto puede proyectarse de una manera diferente a la real, porque se producen y consumen fotografías con ideas que se ajustan a las normativas y expectativas sociales.

Según Carolina Emilia Di Próspero (Argentina), quien hizo un estudio con el tema "Autopresentación en Facebook: un yo para el público", con el propósito de analizar cómo se constituye una subjetividad mediática a través de la auto- presentación del yo en la, hoy por hoy, más exitosa red social, en términos de cantidad de usuarios, utilizó la metodología cualitativa para conseguir como resultados finales de la investigación que las situaciones de auto-presentación en interacciones presenciales, como las analizadas por Erving Goffman, presenta desafíos significativos debido a la posibilidad de contradicciones y confusiones. Sin embargo, en el contexto de las redes sociales, como Facebook, estos desafíos pueden mitigarse o evitarse. Además, en estas plataformas, los usuarios tienen herramientas para controlar y editar su imagen pública, facilitando una presentación más ordenada y menos traumática de sí mismos. Entonces al tratarla con el tema de estudio conecta con la idea de considerar que en la actualidad las redes sociales brindan herramientas donde se puede manipular y controlar cómo se presentan las imágenes en este caso de las mujeres, pues se puede construir una imagen ideal o surrealista de acuerdo a los paradigmas globales del momento. Además, con las nociones de Goffman aborda cómo la autogestión de la imagen en las redes sociales puede contribuir para exponer una imagen pública ideal, siendo una nueva manera de retar las expectativas de la comunidad y más bien generar alternativas presentaciones de su identidad.

Manuel Canga Sosa en el 2015 aborda una investigación sobre la "Introducción al fenómeno del selfie: valoración y perspectivas de análisis", con el objetivo de analizar el fenómeno del selfie en las redes sociales para explorar cómo estos articulan la creatividad, comunicación, procesos de identificación e interacción social, mediante un estudio teórico desde un enfoque interdisciplinar y con una metodología cualitativa. El análisis obtuvo como resultados centrales que con carácter provisional, la tecnología se ha puesto al servicio del Yo y que la práctica del selfie acentúa la visión imaginaria que los usuarios tienen de sí mismos; el Psicoanálisis ilustra acerca del deseo que motiva las acciones humanas y los procesos de identificación visual, la relación imaginaria establecida

entre el Yo así como el otro y el Yo podría ser pensado como una instancia defensiva que el individuo posee para desenvolverse en sociedad; la figura sobre la que se organizan las identificaciones imaginarias, llamadas a configurar al "Yo ideal", bien distinto del "Ideal del Yo". Que aporta al estudio planteado a través de la visión imaginaria que proporciona la selfie, es decir las narrativas representativas que los usuarios expresan en sus fotografías personales proyectando la construcción de un yo ideal para ser apreciado como se desea. Además de los procesos de identificación visual que muestran cómo las mujeres forman identidades personales ajustándose a los estándares sociales y culturales porque se puede alterar la realidad, edificando al yo construido con una intención previa. Entonces al combinar la Semiótica, la Psicología y la Filosofía se comprende qué sucede al momento de usar los selfies, es decir conocer cuáles son los pensamientos y comportamientos que surgen a partir de este hecho social que conlleva los aspectos ideológicos, subjetivos y contemporáneos en las plataformas digitales.

"Estudio sobre el fenómeno de las selfies en las redes sociales y sus implicaciones para el marketing", es la investigación ejecutada por Karla Barajas Portas, Julieta Mercado González, Esteban Salinas Mercado y Pável Reyes Mercado en el 2017, con el objetivo de profundizar en las descripciones de las representaciones que las "selfies" tienen para los consumidores jóvenes, donde al desarrollar un estudio cualitativo se analiza la relación entre la selfie y personalidad de marca, mediante entrevistas de profundidad y metáforas para construir mapas mentales de comportamiento de acuerdo con los sentimientos, emociones así como pensamientos profundos del entrevistado y de esta manera reconocer el papel que comprende el marketing como una de las narrativas por la cual los individuos publican una selfie, es decir considerar una de las construcciones que guarda aspectos interesantes para abordar el tema planteado en la investigación especialmente porque se desarrolla dentro de las plataformas digitales.

Javier Gayet Valls en el 2015 aborda un estudio sobre "Los orígenes adolescentes del selfie contemporáneo y su representación en el arte", con el objetivo de reconocer el rol que tiene el selfie en el medio cibernético, aplicando una metodología cualitativa, estipula en sus resultados principales que el self shot (y su continuidad en el selfie) ha sido y es un fenómeno extendido, en auge y en constante crecimiento. Es una práctica así como un ejercicio especialmente creativo y en su mayoría completamente libre contemporánea que, casi con total certeza, será recordada ya que es fruto de una época. Por lo que a esta investigación aporta reconocer la evolución así como la representación del selfie en la praxis cotidiana, se habla de la inventiva que tiene esta actividad cuando se ejecuta pero también de las imágenes modeladas

(patrones de belleza sociales) que se proyectan como un resultado de la contemporaneidad; además de visibilizar selfie como una expresión libre y de imaginación que puede llegar al surrealismo, donde finalmente representa un producto cultural, es decir un objeto de estudio porque son imágenes que conllevan significados de discursos e identidades visuales.

"Cambios en la representación de la autoimagen a partir del fenómeno del selfie", es el tema de estudio desarrollado por Pilar San Pablo Moreno en el 2018, con el propósito de analizar y comprender el impacto del selfie como una forma de representación visual en la era tecnológica, aplicando una metodología cualitativa, se encontró como principales resultados que esa vuelta de la cámara hacia el autorretrato que representa el selfie, es también una metáfora de un cambio de perspectiva; entonces, los selfies hablan con claridad de un giro icónico, se inscriben en el momento en el que vivimos y pueden ser equiparados a un giro copernicano que el ser humano realiza para renovar su forma de mirar el mundo y de mirarse a sí mismo en el mundo pues la tecnología se lo permite y a partir de ahí, la mirada se recrea.

Por otra parte, José Manuel Susperregui hizo una investigación sobre "La fotografía como medio de comunicación de las masas", con el objetivo de analizar el impacto del uso social de la fotografía como técnica moderna de producción de imágenes., con una metodología cualitativa, encontró como resultado principal que el uso de la fotografía se ha transformado en una práctica cotidiana, accesible y socialmente aceptada, cuyo valor reside en la cantidad de imágenes y su función social, más que en la calidad o técnica fotográfica. De esta forma la investigación aporta al tratar que actualmente los selfies cumplen una función social dado que las mujeres construyen un discurso de sí mismas y que las representan en los espacios digitales donde es más relevante la cantidad de fotografías que se exponen que su calidad; por lo que se visibilizan cómo las narrativas visuales se generan a través de la producción masiva de imágenes con diversas facetas o identidades proyectadas en este contexto.

Según el artículo publicado por Beatriz Múnera Barbosa "Fotografía y comunicación: un espejo, una imagen, un ojo", con el objetivo de reflexionar sobre el papel de la fotografía como documento social y narrativo, bajo un enfoque metodológico cualitativo, obtuvo como conclusiones principales que la imagen sigue ocupando un lugar destacado en la vida de todas las personas funge como testigo, evidencia, recuerdo y memoria. Paradójicamente, en la caverna de Platón, en la que seguimos inmersos, vemos sin ver, consumimos sin entender. El fluir del tiempo y de la vida discurre frente a nuestros ojos, un tiempo metafórico que en imágenes podemos manipular. Coadyuvando para el presente estudio al comprender que en la actualidad las selfies son una muestra de los discursos visuales que emiten las mujeres en las plataformas sociales cuando registran sus identidades y experiencias del día a día. Por otra

parte, cuando Platón aborda el “ver sin ver” también se relaciona con la idea de una imagen producida o manipulada, es decir se puede ver una distorsión de la realidad; es así que, al alterar en el tiempo las fotografías (específicamente los selfies) para construir una narrativa visual ideal crean una interpretación de la realidad congelada.

Jaime Cuenca en el 2019 aborda una investigación sobre la “El selfie como performance de la identidad". Explorando la performatividad de la auto-imagen desde el arte de acción”, con el objetivo de arrojar a la luz sobre la capacidad subjetivadora del selfie, conciliando diversas aportaciones teóricas procedentes de disciplinas como la teoría del arte, la sociología ordinaria, la filosofía política o los performance studies, con una metodología cualitativa. El análisis obtuvo como resultado que la eficacia constructora de identidad que es propia del selfie en las redes sociales confluyen entonces con la performatividad de la imagen documental de la acción artística, tal y como la analiza Auslander; un mismo gesto queda así atrapado en la confluencia de dos esferas que tratan de situar en lógicas divergentes y que apelan, con distinta finalidad, a diferentes públicos. Que aporta al estudio planteado a través de la amplitud que arroja el selfie a la hora de desarrollar una identidad, es decir una autoimagen, pues es sin duda una muestra del desempeño que se emana en torno al arte. Además, se habla sobre dos nociones del selfie, pues por una parte se concibe el área personal, es decir el espacio donde se edifica su identidad y por otra una esfera de creación artística.

“La imagen corporal en los medios de comunicación masiva” es el tema de estudio desarrollado por Claudia Iris Bazány Rosinella Miño, con el propósito de analizar los efectos de la difusión mediática de dicho ideal estético/saludable, que contribuye a la construcción de una mujer sujeta a inagotables exigencias; aplicando una metodología cualitativa, hallaron como principal resultado que los medios contribuyen fuertemente a la construcción de los valores y expectativas sociales, tanto de modo positivo como negativo. Sin embargo, su influencia no es tan directa. Su ascendiente dependerá de aspectos personales, físicos, psicológicos, así como del entorno familiar y laboral, por mencionar algunos de los más significativos. Por eso, los esfuerzos deben dirigirse al análisis de los medios y sus consecuencias en la subjetividad y en la sociedad como conjunto. Es así, que al reconocer que la influencia que los medios tienen a la hora de configurar la imagen es uno de los factores por los que actualmente el individuo se presenta de una manera u otra determinada puesto que, se modelan consciente e inconsciente los modelos a proyectar y por lo tanto se considera este aspecto relevante para enmarcarlo con el estudio planteado porque se usan actualmente los filtros en las plataformas digitales como parte de la edificación de la imagen del individuo, es decir su presentación dentro de los medios que en este caso específico son los espacios digitales.

### 1.1.1 Fundamento teórico

#### 1.1.1.1 Comunicación

Según la Real Academia Española (RAE, 2023), la comunicación es el acto de comunicar, que a su vez significa expresar, enunciar o dar a conocer algo a alguien; es decir compartir una idea o argumento entre uno o más interlocutores para de esta manera intercambiar información.

Sin embargo, este acto va más allá de transmitir cierta información a alguien (con una previa intención) porque es una dinámica que está implícita en la cultura pues: "la comunicación al ser un proceso sociocultural que atraviesa toda actividad y práctica social está presente en la vida cotidiana" (Barajas, 2009, p.287), es decir en la praxis de la sociedad porque en esta actividad se hace visible la manera en cómo el individuo mira el mundo y por tanto de esta forma comunica.

Ahora bien, Díez (como se citó en Herlinda Ortiz, 2006, p.101) considera que la comunicación es "un proceso bilateral, un circuito en el que interactúan y se interrelacionan dos o más personas, a través de un conjunto de signos o símbolos convencionales, por ambos conocidos"; que en el caso de estudio presentado se establece una participación de un lado al otro mediante fotografías, en otras palabras, se conocen formas de pensar u opiniones a partir de una visión semántica.

Sin olvidar que para que se efectúe dicha comunicación según el modelo matemático abordado por Shannon y Weaver (1948) existen cinco elementos base que son: la fuente, el transmisor, el canal, receptor, destinatario y el ruido (uno de los factores más importantes para transmitir información) considerado este último como la esencia de su teoría porque allí se puede tergiversar el mensaje debido a diversas causas.

Por lo que, Lasswell afirmó que en la comunicación "por tanto, basta elaborar con cierto cuidado los mensajes y tener claridad sobre la intencionalidad que se desea, para incidir de manera directa en esa audiencia" (1974, p.28), pues bajo el concepto de la aguja hipodérmica aporta sobre la importancia que tiene la comunicación en la vida social de las personas y cómo los argumentos que se enuncian persuaden a las personas para actuar sin darse cuenta, demostrando que el mensaje es directamente proporcional al poder de convencimiento.

Incluso más en las plataformas virtuales porque elaboran netamente la postura de comunicación de masas de Lasswell dirigida al accionar y que sobre todo mantiene a la sociedad controlada por el medio (la tecnología), es decir por un el factor que marca las decisiones en el comportamiento de las personas; y esto se debe a la fuerza que produce la información por medio de la mágica envoltura moderna (en este caso el uso de filtros como

una mejora) que autónomamente induce a la colectividad a ser parte de una estructura funcionalista.

Así que, al abordar a la comunicación como un proceso en el cual se transmite un mensaje mediante un emisor y un receptor de tal manera que se desarrolla un diálogo continuo e irreversible, permite conocer a esta investigación qué expresan los discursos de la imagen de la mujer en espacios sociales en línea.

> Más aún en la praxis cotidiana, donde el arte de generar un diálogo permite conocer la cultura, construir relaciones, transmitir información, tomar decisiones y resolver conflictos, entre tantas otras funciones que cumple la comunicación. Además de reflexionar sobre el papel crucial que tiene en la sociedad, pues se puede decir que es la encargada de sostener la organización, así como la función colectiva, y "por esa razón, la comunicación es el fenómeno fundacional de todo sistema social" (Aguado, 2004, p. 47).

Lo que considera a la idea de comunicación como el eje de partida para entender qué expresan los discursos de la imagen de la mujer en la era digital o, dicho de otro modo, averiguar qué pensamientos se emiten en sitios digitales donde los individuos se manifiestan de manera informal y por ende se difunde información con significado (es decir se visibilizan ideas muchas veces inconscientes).

#### 1.1.1.2 Comunicación digital

Ahora bien, al considerar que desde la aparición de la tecnología (como una herramienta que brinda apoyo a la humanidad en diversas actividades en la actualidad) la comunicación también evolucionó dado que:

> En la segunda mitad del siglo XX los avances tecnológicos en el campo de los microprocesadores, la difusión capilar de las redes de intercambio de datos y el desarrollo de nuevas interfaces generaron un cambio radical en la vida humana similar al que, dos siglos antes, había producido la máquina de vapor. Si la máquina inventada por James Watts dio lugar a la Revolución industrial, las interfaces de Steve Jobs y las redes de Tim Berners-Lee abrieron el camino de la Revolución Digital. (Scolari, 2012, p. 337)

Por lo que se entiende a la revolución de las telecomunicaciones con el argumento de que: "los seres humanos evolucionan porque se comunican" (Evans, 2011, p. 6), es decir la forma en que los individuos interactúan o transmiten sus ideas se ha trasladado a la era digital

(porque son los nuevos escenarios de diálogo y recolección de ideas), como a la fecha sucede con las plataformas sociales.

Entonces considerar que la innovación cibernética no solo es un instrumento que ha coadyuvado con las nuevas maneras de narrar discursos, sino que:

> Las tecnologías facilitan la comunicación y el proceso de transmisión de información por medios electrónicos, con el propósito de mejorar el bienestar de los individuos. Esta definición alude al amplio rango de estas tecnologías que van desde la radio y la televisión hasta la telefonía, computadoras y el uso de Internet (Molina et. al, 2015, p. 486).

Es decir, asimilar a la comunicación digital como una herramienta transformadora a la hora de entender las nuevas dinámicas sociales que demanda interpretar otras formas de comunicarse entre los individuos de hoy y por ende su interacción en los entornos cibernéticos (que son los sitios que la sociedad actual utiliza).

#### 1.1.1.3 Aldea global digital

En relación a la aldea global, término preconizado en 1964 por Marshall McLuhan (teórico de la comunicación quien centró sus postulados en el impacto tecnológico y su trascendencia) se afirma que "el término Aldea Global se refiere a las consecuencias socioculturales de la comunicación, inmediata y mundial de todo tipo de información, a partir de las posibilidades que nos brindan los medios electrónicos de comunicación" (McLuhan y Zingrone, como se citó en Berardi, 2021, p.75).

Dado que, sin importar el tiempo, ni el espacio, las aldeas globales a la fecha permiten una comunicación inmediata como resultado de una sociedad que ha cambiado debido al uso de la tecnología y sus bondades (por lo que como parte de ello se efectúa la comunicación en el ciberespacio).

Es por esto que podemos imaginar a la aldea global en 2021, con acceso a internet y a tecnologías como el smartphone, como un organismo dinámico, heterogéneo que influye y es influido, y que a su vez genera pequeñas aldeas conectadas entre sí. (McLuhan, como se citó en Berardi, 2021, p. 75)

Por lo que se puede señalar que la idea de McLuhan ya tenía una visión amplia desde su tiempo de lo que viviría la sociedad en la praxis cotidiana actual, puesto que ahora se cuenta con una conexión tecnológica a nivel mundial desde cualquier tipo de dispositivo (lo que se podrían llamar aldeas) que trasciende cualquier barrera física y más aún permiten la interconexión social.

Por ello el conocer el uso adecuado de los recursos digitales que se encuentran al alcance de la mano es crucial, porque desde allí se puede proyectar un Yo tecnológico diferente (que puede ser tan alejado o acercado a la realidad) según sea su intención pues en el espacio digital no es necesario presentar una identidad legítima (Berardi, 2021).

#### 1.1.1.4 Formas y medios de comunicación digital

Hasta hace algún tiempo la comunicación en su totalidad se emitía de modo tradicional, es decir los medios empleados para difundir la información eran la radio, prensa o la televisión (entre los más conocidos), sin embargo, con la participación de la tecnología, así como la reconfiguración de la sociedad (sobre todo a partir de la pandemia) las formas y los medios de comunicación han cambiado (Olmedo, 2023).

Pues con la aparición del internet el estilo de interactuar se transformó de tal manera que las dinámicas sociales de comunicación se tornan globales (acelerando en tiempo y espacio la difusión de mensajes) y por ello Castells explica que: “Las nuevas tecnologías también están fomentando el desarrollo de espacios sociales de realidad virtual que combinan sociabilidad y experimentación con juegos de rol” (2009, p.106).

Por lo que, al transmitir mensajes con la participación del internet la sociedad se ha convertido en una sociedad red y Castells afirma que: “esto se debe a que la sociedad red es global y las redes de comunicación son globales” (2009, p.30), es decir actualmente la colectividad está conectada de manera integral por medio de la red.

Además aclara que, a pesar de que la mayor parte sociedad se mantiene conectada universalmente existen personajes que no quieren acceder a la red a lo que Castells señala:

> La sociedad red es pues una sociedad global. Ello no significa, sin embargo, que las personas de todo el mundo participen en las redes. De hecho, por ahora, la mayoría no lo hace. Pero todo el mundo se ve afectado por los procesos que tienen lugar en las redes globales de esta estructura social. (2009, p. 51)

Entonces esto quiere decir que, aunque no mantengan una comunicación global o se quieran involucrar en la red se ven afectados por todo lo que ocurra dentro de ella, es decir sus bondades, perjuicios o alteraciones.

A causa de ello es importante reconocer que: “en la sociedad contemporánea, en todo el mundo, los medios de comunicación son la forma de comunicación decisiva” (Castells, 2009, p. 261), es decir el papel que juegan los medios de comunicación actualmente es una forma de crear narrativas y percepciones colectivas o dicho de otro modo es construir una nueva realidad social tomando el rol que determina la interacción global.

#### 1.1.1.5 Redes sociales

Como se ha dicho la comunicación y las formas en la que la sociedad contemporánea emite, recibe e interactúa con la información ha cambiado, pues con la llegada del internet se efectuó la comunicación digital y con ello también la aparición de las redes sociales.

Por lo que contemplar la función que cumplen las plataformas sociales en la actualidad tiene un gran sentido a la hora comunicarse globalmente en la sociedad moderna dado que:

> Hoy en día los medios sociales han constituido una gran ayuda en cuanto a la interacción entre humanos de diferentes partes del mundo, generando redes sociales entre aldeas globales, convirtiéndolas en unidades súper conectadas a través del tiempo y el espacio, sabiendo que estamos inmersos. (Berardi, 2001, p.73)

En otras palabras, se rompen las barreras de tiempo y espacio para estar interactuar entre sí al instante tanto a nivel individual como colectivo.

Además, como se ha señalado la manera de interactuar entre las personas se ha re-definido con el uso de las redes sociales y por ende al compartir información en todo momento puesto que:

> Más allá de las definiciones puntuales, de lo que semánticamente representa una red social, lo cierto del caso es que ha sido un espacio creado virtualmente para facilitar la interacción entre personas. Desde luego, esta interacción está marcada por algunos aspectos particulares como el anonimato total o parcial, si así el usuario lo deseara, la facilidad de contacto sincrónico o anacrónico, así como también la seguridad e inseguridad que dan las relaciones que se suscitan por esta vía. (Herrera, 2012, p.123)

Lo que resulta que la comunicación está coadyuvada por los espacios virtuales (en tiempo real) pero no se descartan los inconvenientes que vienen consigo.

Por lo que se debe considerar que las redes sociales "al ser un medio virtual la información puede ser analizada y estudiada por millones de usuarios, y, por 1o consiguiente, puede ser editada y complementada, para el común empleo" (Caldevilla, 2010, p. 58), es decir existe un aspecto interactivo donde el usuario no solo puede consumir información, sino que participa con ella, es decir es posible moldearla (a su conveniencia).

Ahora bien, al reconocer que actualmente las redes sociales comprenden un área de interacción global y que están inmersas en la praxis cotidiana (Castells, 2009) dado que responden a las demandas sociales porque la colectividad se ha reconfigurado, no es otra cosa que comprender cómo la comunicación se ha acelerado y más aún desde la pandemia.

Y es que, a partir de la irrupción del Covid-19 en diversos contextos "se impulsó el uso cotidiano de redes sociales como espacios digitales de interacción social" (Ruvalcaba, Ríos,

Carmona, 2022, p. 1), lo que resultó el hecho de dar un nuevo sentido de vida a los individuos porque a la fecha es posible efectuar una comunicación continua a cada instante.

Pues, si bien es cierto que antes de la pandemia la comunicación ya era fluida y en tiempo real, no todos utilizaban los dispositivos con tanta frecuencia, y esto se debe a que desde hace tres años aproximadamente la sociedad prácticamente es determinante tecnológica, pues hoy el celular o computadora se puede considerar un instrumento o extensión del cuerpo (McLuhan, 1977).

Por lo que además se concibe a las plataformas virtuales como una nueva forma de organización para que la sociedad se organice y funcione en la praxis cotidiana a través de herramientas digitales y de esta manera se efectúe una interacción de manera personal, así como general (Van Dijck, 2016).

Entonces, todo lo dicho hasta aquí quiere decir que hoy la sociedad tiene una estructura global e inmediata de usar la tecnología (porque la usa como una parte de sí misma) e interactuar (mediante plataformas sociales) a todo momento por lo que, conocer el rol que tiene Instagram (entre las redes sociales más populares) es relevante para abordar las narrativas y el surrealismo que emergen de la imagen de la mujer.

#### 1.1.1.6 Red social Instagram

Una de las redes sociales más populares a partir del 2012 es Instagram dado que tiene participación en la web (tras el posicionamiento de Facebook) y que a su vez brinda comunicación a los individuos especialmente con las marcas puesto que:

> Instagram, que fue comprada por Facebook el 09/04/2012 por una cantidad cercana a los 1.000 millones dólares, es una aplicación cuya virtud principal es la capacidad de interacción entre marca y usuario a través de la fotografía (…) La mayoría de las marcas más importantes en Facebook tienen actividad en Instagram, y que dicha actividad es de tipo esencialmente participativo y relevante para las marcas, pues mayoritariamente difunden esta actividad en sus otras redes sociales. (Caerols, Tapia y Carretero, 2013, p.68)

Es así que, se visibiliza el impacto de las redes sociales, específicamente de la red social Instagram en la auto-representación, pues se habla claramente cómo la esencia de la red proviene de una conexión natural entre los individuos y las marcas mediante la imagen, que en primera instancia fue la fotografía (usando la cámara trasera).

#### 1.1.1.7 Narrativas

Según la Real Academia Española (RAE, 2023) el término narrativa se refiere a la acción de narrar, en otras palabras, relatar criterios, argumentos u opiniones sobre algo o alguien, por lo que al abordar el tema de estudio planteado resulta conveniente conocer cuáles son los discursos que los medios de comunicación divulgan en sus mensajes.

Puesto que, los sistemas de comunicación son aquellos que se encargan de crear narrativas (ideas, emociones, sentimientos) es decir, construyen y moldean a sus audiencias (cómo deben actuar) dado que: "los medios de comunicación, han producido su identidad como máquinas narrativas" (Rincón, 2006, p. 43).

Por otra parte al comprender la fuerza comunicativa que tienen los medios de transmisión global al difundir información dado que sus mensajes forman el significado de las cosas en los individuos es considerar que: "los medios de comunicación son las redes esenciales, ya que ellos, organizados en oligopolios globales y sus redes de distribución, son la fuente principal de los mensajes y las imágenes que llegan a la mente de las personas" (Castells, p. 55 , 2009), es decir se reconoce que los grupos minoritarios son los que ejercen el dominio cultural y social.

Por tanto, al administrar (planear, estructurar) la información de forma sigilosa por los sistemas de comunicación se genera la configuración de ideologías o dicho, en otros términos, se efectúa la construcción de realidades pues: "mediante ese concepto es posible plantear el trabajo de los Medios como un discurso sin confundir éste con el mensaje o sus estructuras de significación" (Martín-Barbero, 1978, p. 46).

Y esto como consecuencia de que el comunicar no solo es meramente informar, sino que también el mensaje conlleva una intención que radica en influenciar a sus receptores, por ello Watzlawick, Beavin, y Jackson argumentan que:

> El aspecto referencial de un mensaje transmite información y, por ende, en la comunicación humana es sinónimo de contenido del mensaje. Puede referirse a cualquier cosa que sea comunicable al margen de que la información sea verdadera o falsa, válida, no válida o indeterminable. Por otro lado, el aspecto conativo se refiere a qué tipo de mensaje debe entenderse que es, y, por ende, en última instancia, a la relación entre los comunicantes. (1991, p.31)

Pues como se ha indicado el emitir un enunciado viene de un acto conativo cuando se habla de las canales de comunicación, en este caso de las plataformas sociales donde se pretenden construir de ideologías sociales y culturales.

#### 1.1.1.8 Narrativas representativas

Tras tener claro que las narrativas son enunciados que relatan hechos para formar criterios, argumentos u opiniones (RAE, 2023), se puede abordar los mensajes que identifican a la imagen de la mujer cuando se exponen fotografías (selfie*s* específicamente) en las redes sociales, es decir, cuáles son sus narrativas representativas, pero desde la óptica de los medios digitales (por el impacto tecnológico en la sociedad).

Y es que desde los medios se comprende de dónde surge el comportamiento humano es decir qué es lo se quiere comunicar y qué es lo que se recibe, o en otras palabras cuál es la mediación (influencia del contexto) que hay desde el mensaje que enuncian los medios hacia las audiencias (Martín-Barbero, 1987), por lo que concierne a los selfies en Instagram es reconocer la representación de la mediación cultural (a través del surrealismo).

Un hecho social importante dado que al construir una identidad (con la ayuda de las herramientas cibernéticas) con el fin de figurar en espacios sociales digitalizados, la imagen se aleja de la clásica mirada (real y reflexiva) y es reemplazada por su inmediatez (ficticia y trivial) porque: "la fugacidad favorece su indiferencia respecto a la evocación de la muerte, al contrario que la fotografía tradicional" (Jurgenson, p.110, 2020).

Por lo que, se visibiliza cómo las industrias culturales tienen un papel predominante a la hora producir discursos de representación masivos con fines comerciales (Horkheimer y Adorno, 1994), pues al manifestarse las narrativas visuales en la imagen de la mujer dentro de los espacios virtuales, se encuentran selfies con el uso de filtros y otras armas artificiales.

De ahí que, para conocer lo que expresan las selfies en Instagram este caso, es importante contemplar a los medios porque desde allí se construyen las nuevas concepciones semióticas de auto-representación o dicho de otro modo, se considera a los encargados de crear los discursos latentes que emergen de las mujeres, en vista de que al explorar y analizar las percepciones de las imágenes expuestas en la web se relata su representación (Jurgenson, 2020).

#### 1.1.1.9 Surrealismo

Cuando se aborda "la creencia a una realidad superior de ciertas formas de asociación desdeñadas hasta la aparición del mismo, y en el libre ejercicio del pensamiento" (Bretón, 2001, p.44), se habla de uno de los conceptos pioneros sobre el surrealismo, es decir contemplar percepciones profundas de pensamiento que expresan lo opuesto a lo tradicional o positivista.

Por lo que, cuando se presentan selfies surrealistas (manipuladas con el uso de filtros, efectos, símbolos entre otros) se hace referencia a la construcción de imágenes irreales o

distorsionadas (aunque parezcan naturales), que resultan de la configuración cultural, masiva e inconsciente de la sociedad, pues: “las imágenes surrealistas como las que produce el opio no son evocadas de un modo espontáneo, sino que se le presentan de un modo espontáneo y despótico” (Bretón, 2001, p.56).

Y en esta situación, la virtualidad se torna un lugar óptimo para proyectar porque es un espacio donde se generan recursos (visualizaciones, interacciones entre otros) que posteriormente gozar de ciertos beneficios, en palabras de Van Dijck (2016) "los sitios de redes sociales se han convertido en un espacio fundamental para la acumulación de capital social" (p. 85).

A causa de ello, las nuevas concepciones semióticas comunican un desgaste por su reproducción en masa así como, la destrucción de la imagen por el uso de la tecnología que carece de autenticidad (singularidad), unicidad (el aura irrepetible) y perennidad (no pierde su magia a través del tiempo) (Benjamin, 2003).

Puesto que, la fotografía puede ser manipulada exponiendo una realidad perfectamente edificada pues según Susan Sontag:

> La omnipresencia de las fotografías ejerce un efecto incalculable en nuestra sensibilidad ética. Al poblar este mundo ya abarrotado con su duplicado en imágenes, la fotografía nos persuade de que el mundo está más disponible de lo que está en realidad. (2006, p. 43)

Entonces se puede visibilizar cómo la imagen de la mujer se representa en las industrias culturales a través del surrealismo para obtener capital (que puede ser económico, social, cultural, entre otros porque está maquillado); pues Bourdieu afirma que: “El capital es trabajo acumulado, bien en forma de materia, bien en forma interiorizada o incorporada” (2001, p.131), en otras palabras, es la apropiación de un conjunto de recursos propios o externos (que en las plataformas es posible aparentar).

Es decir, el capital social (la acumulación de recursos) que permite a las industrias culturales posicionarse y cumplir con su objetivo central (manipular a las masas), pues al instaurar el poder (influir) en sus audiencias digitales se ha plasmado el control sobre el individuo convirtiéndose en una disciplina como Han expresa “el poder disciplinario descubre a la población como una masa de producción y de reproducción que ha de administrar meticulosamente” (2014, p.21), porque la imagen puede adoctrinar.

Llegando a este punto, según Michel Foucault el acto de ser percibido como alguien que domine a las masas es lo que se conoce como poder en el sujeto, que en el caso de Instagram equivale a la influencia que tienen las selfies sobre las masas para mostrarse con una imagen

idónea de acuerdo a las realidades sociales aceptadas, es decir imponer sigilosamente una realidad perfecta por la autoridad que le faculta su representación.

Y es que, el poder se entiende desde la subjetividad y está presente en la cotidianidad porque es en la producción de un discurso administrado donde se configura al sujeto, por tanto, se controla latentemente a la sociedad en este caso a partir de la emisión de selfies surrealistas donde las masas transmiten narrativas visuales, es decir se manifiestan discursos que se les ha impuesto sigilosamente (coerción imperceptible) (Foucault, 2001).

De ahí que, a partir de allí nace un relato a través de las representaciones sociales que se cuelgan en la web (espacio donde vive el actor) y se desarrollan miles de máscaras (Goffman, 2001) dado que el individuo persigue un objetivo, es decir un interés que se adapta a formas y hábitos de su entorno para generar reciprocidad.

Sin embargo, la aplicación del surrealismo a las selfies en Instagram no debe entenderse como la negación de la realidad sino como una transformación para enriquecer o ampliar lo físico, dado que:

> Lo virtual no es, en modo alguno, lo opuesto a lo real, sino una forma de ser fecunda y potente que favorece los procesos de creación, abre horizontes, cava pozos llenos de sentido bajo, la superficialidad de la presencia física inmediata. (Lévy, 1999, p. 8)

Es decir, el individuo puede coadyuvarse de la tecnología para mejorar pues es una de los beneficios que brinda la cibercultura de los fenómenos (impacto del significado).

#### 1.1.1.10 Selfies

Hace tan solo unos años el registro de imágenes o el sacar fotografías solo se daba con una cámara analógica (no tenía control digital y por ende el fotógrafo no podía salir en el retrato), pero con el avance tecnológico estas representaciones se modificaron puesto que en la actualidad un individuo es capaz de aparecer en una fotografía y dar su visión de la realidad en ella (transmitir su forma de pensar, sentir y actuar), es decir el fenómeno del selfie.

Entonces, en primera instancia por lo que se refiere al *selfie* término inglés (RAE, 2023) se puede concebir como una autofoto, es decir fotografiarse a uno mismo desde un dispositivo móvil (celular, cámara digital, tableta entre otros, frente a un espejo o con la cámara delantera) o en palabras de Barajas, Mercado, Salinas y Reyes se puede definir un selfie como: “una fotografía que se toma uno de sí mismo, típicamente con una webcam o un smartphone” (2017, p. 95).

Y es que, el autorretrato va más allá de congelar una imagen de sí mismo puesto que es un hecho social contemporáneo que tiene un papel central en la representación pues resulta de la construcción de una identidad (para ser visibilizado con una determinada óptica).

Por lo que hay que mencionar que la manera en cómo se presenta el sujeto ante el mundo deviene de las interacciones que se efectúan en su vida tras máscaras por lo que Goffman (2001) afirma que: "El individuo se presenta (…) y controla la impresión que los otros se forman de él, y que tipo de cosas puede y no puede hacer mientras actúa ante ellos" (p.11).

Por otra parte también el selfie es una nueva forma de comunicarse pues, partiendo de la idea de que todo comunica y más aún cuando se habla de los autorretratos dado que, la presentación del sujeto en este espacio se acopla a las escenas que proyecta el otro interactuante, es decir que asume su papel en referencia a las actuaciones que reflejan cada uno de ellos, donde Goffman (2001) asegura que: "El papel que desempeña un individuo se ajusta a los papeles representados por los otros individuos" (p.11).

Entonces, encuadrar los selfies dentro de las actuaciones, se visibiliza cómo los individuos se presentan de acuerdo al contexto que definen cada uno de los participantes en este caso dentro de la web, pues así se crean vínculos cotidianos que permiten conexiones en la representación de la vida, donde Goffman (2001) puntúa que: "Es también muy importante que comprendamos que en realidad no conducimos nuestras vidas, tomamos nuestras decisiones y alcanzamos nuestras metas en la vida diaria en forma estadística o científica" (p.15).

Por consiguiente, la expresión del sujeto se establece de acuerdo a la percepción del otro con directrices marcadas por la costumbre muchas veces puesto que, habitualmente se posee una pauta de acción para cada ocasión que proyecta una imagen en el medio en que se desenvuelven con un fin donde se favorecen los implicados y como un mecanismo de defensa en los este espacio social.

#### 1.1.1.11 Género y mujer

En primera instancia comprender que género es la defensa de un pensamiento crítico sobre la distinción entre sexo que proviene de la biología y la categoría de género, en el cual tras la lucha por la igualdad se han implantado visiones que le dan un nuevo sentido a esta concepción (por sus enormes debates sociales a través del tiempo), resulta ser la deconstrucción de un concepto que ha convertido al hombre (exterior) y a la mujer (interior) culturalmente mediante sus roles por ser aceptados dentro de su entorno.

Por ello, la defensa de derechos y el significado del valor como mujer sin ser discriminadas por una colectividad que aún preserva los viejos paradigmas resulta una de las aristas que en este espacio contempla la eliminación de creencias puesto que, según Lamas (1999):

> El género, como simbolización de la diferencia sexual, se construye culturalmente diferenciado en un conjunto de prácticas, ideas y discursos, entre los que se encuentran los de la religión. También hemos visto, aunque sea someramente, como los procesos de significación tejidos en el entramado de la simbolización cultural producen efectos en el imaginario de las personas. (p.68)

Por tanto, entender que las construcciones sociales en los roles de género desde el nacimiento han impulsado al individuo a comportarse de una manera singular (el hombre es la fuerza y la mujer es cosificada) porque las luchas políticas siguen siendo parte de una narrativa denota la falta de igualdad porque es lo que en la cotidianidad sobresale, cuando se habla de género.

#### 1.1.1.12 Imagen de la mujer

En primera instancia cuando se habla de imagen no solo se aborda una representación visual, sino se trata de un elemento comunicativo que se encarga de transmitir y reproducir discursos mediáticos (Gauthier, 1996), por lo que las selfies de la imagen de la mujer se expresan como un fenómeno que abarca aspectos culturales, económicos, sociales entre otros.

Dado que, se configuran las nuevas narrativas que identifican a las mujeres porque existe una facilidad para manipular las fotografías especialmente digitales, pues Susan Sontag afirma:

La omnipresencia de las fotografías ejerce un efecto incalculable en nuestra sensibilidad ética. Al poblar este mundo ya abarrotado con su duplicado en imágenes, la fotografía nos persuade de que el mundo está más disponible de lo que está en realidad. (2016, p.43)

Es decir, la imagen se muestra como un producto cultural por el uso que se le ha dado al configurar identidades de manera global, es decir se representa desde una determinada óptica donde se hacen visibles sus narrativas.

Sin embargo, cuando la imagen se proyecta para conectar o posicionarse ante la sociedad se habla de un capital que se pretende conseguir pues según Bourdieu: “Cuando agentes individuales o grupos se apropian de capital privada o exclusivamente, posibilitan también, gracias a ello, la apropiación de energía social en forma de trabajo vivo o de trabajo cosificado” (2001, p.131), es decir en los espacios digitales las selfies acumulan capital social

que les permite tener validación social y/o simbólica (ser referentes) para influir sobre las masas.

Esto a partir de la adopción cultural que el individuo (especialmente en Amércia Latina) ha instaurado en el interior de su consciencia basado en los paradigmas tanto estructurales como funcionales (Martín-Barbero, 1987); dando paso a la nueva era de la industrialización cultural desde la influencia ejecutada por medio de la comunicación, el marketing y la propaganda inmersos en la sociedad moderna que establecen los modelos de maquillaje inconsciente en el sentido del "deber ser".

Es decir, olvidar la escencia natural que los seres humanos (en este caso las mujeres) llevan implícitos en el ser por tratar de encajar en los esterotipos del mundo, que no es otra cosa que rechazar el verdadero autoconocimiento por acarrear la aceptación social en cuestiones como: la belleza, la economía, el poder entre otros caracteres que hacen propia la identificación (autenticidad) de la existencia.

De ahí que, la construción violenta de una imagen que se genera desde una postura (status) que al sujeto lo ubica en el mundo con el parecer alejado de su orígen intrínseco, esto como consecuencia de la negación al reconocimiento propio (Goffman, 2001), en este caso a la identidad verdadera de la imagen de la mujer por el uso del surrealismo.

Por lo que, la perspectiva social de la imagen en el presente cuenta con un enfoque ortodoxo dado que, el fundamento para crear una fotografía viene de una línea de pensamiento tergiversada en diversos campos que finalmente desata una percepción global efectuada por la tecnología en acción.

Y es que en el mundo digital donde la fotografía es instantánea y permanentemente se construye a la sociedad, es decir se crean los ideales de la imagen de la mujer puesto que: "Nuestro uso ilimitado de las imágenes fotográficas no sólo refleja, sino que moldea esta sociedad, una sociedad unificada por la negación del conflicto" (Sontag, 2006, p. 243)

Esto como consecuencia del alcance que tiene las herramientas tecnológicas, específicamente el smartphone que, si bien brinda ayuda al individuo también es una herramienta que produce (imagen del yo), reproduce (selfies ideales), y vigila el sistema (porque se expone naturalmente caracteres íntimos), pues: "El smartphone se revela como un campo de trabajo móvil en el que nos encerramos voluntariamente. El smartphone es también un pornófono. Nos desnudamos voluntariamente. Funciona como un confesionario portátil" **(**Byung- Chul Han, 2021, s.p).

Pues, mediante la imagen se puede manipular y construir discursos que resignifiquen realidades sociales debido a su flexibilidad dado que:

> Nosotros hacemos de la fotografía un medio por el cual, precisamente, todo puede decirse y cualquier propósito favorecerse. Lo que es discontinuo en la realidad se une con las imágenes. En forma de fotografía la explosión de una bomba atómica puede utilizarse para publicitar una caja de seguridad. (Sontag, 2006, p.245)

Es así que, la imagen de la mujer original se convierte en un fenómeno que expresa nuevas narrativas puesto que cada selfie colocada en la web exterioriza un significado.

Entonces, una vez más se revela cómo los medios a través de sus mensajes inducen sigilosamente al sujeto a comportarse de determinada manera (Martín- Barbero, 1987), esto a razón de los discursos que desarrollan las mujeres de manera inconsciente y mecánica pues:

> Nos van haciendo asimilar desde niños, automáticamente, sin que nos demos cuenta y sin que podamos escapar, las pautas e imperativos necesarios para conseguir una imagen aceptable, y las recetas para alcanzar la felicidad (delgadez, armonía, atractivo sexual, fitness, pureza biológica, lozanía, vigor, higiene, juventud, moda...). La prensa, la radio, y la televisión nos bombardean con dietas que invitan a adelgazar y a rendir culto al cuerpo, con noticias, cuñas y spots sobre clínicas y sistemas de adelgazamiento, con fórmulas crece-pelo, anticelulíticos, depiladores y yogures que te purifican por fuera y por dentro. (Martín, 2002, p. 5)

Por lo que, las narrativas de la imagen de la mujer son un parteaguas para reconocer las interpretaciones que subyace en las selfies surrealistas subidas a las plataformas sociales, en este caso Instagram.

#### 1.1.1.13 La imagen de la mujer en las Industrias Culturales

Las industrias culturales definidas como gestores dentro de los medios dado que se encargan de instaurar información diversa en las audiencias para generar comportamientos e ideologías (masivos) con el objetivo final de lucrar (porque son industrias comercializadoras) (Néstor García Canclini, 2002) son las que crean las nuevas narrativas visuales en el caso de estudio planteado la imagen de las mujeres (desde los selfies) en Instagram.

Pues al considerar que las industrias culturales son lugares en los que la cultura se concreta puesto que la comunicación va más allá de estos permitiendo ser estudiada a partir de la cotidianidad (Martín-Barbero, 1987), se puede abordar la imagen de la mujer como una ideología latinoamericana que imprime una huella en la comunicación.

Por lo que, la cultura de masas se identifica por la reproducción de información que se presenta en los medios convirtiéndola en un objeto, que en este caso se entendería como la exposición de la imagen de la mujer en Instagram produce ciertos ideales o estándares de

belleza, economía o roles de "autenticidad" dentro de los espacios digitales para crear los nuevos modelos culturales en la sociedad.

Lo que conlleva que las mujeres desmitifiquen o anulen la importancia que tiene el contenido que se va a proyectar (es decir no hay una reflexión previa, pues lo hacen de manera cultural) a la hora de hacerse una selfie y por ende exponer su imagen en la web coadyuvada por una herramienta básica que juega el papel mediático en la misma (un dispositivo móvil).

Dado que las perspectivas de la cultura se manifiestan desde un modelo oculto que habla de una imagen deplorada (porque es elaborada en masas por la influencia de la cultura), puesto que se presenta el universo cultural inmerso en el entretenimiento, es decir el vacío en el contenido no es percibido.

Esto a causa de subir una fotografía en redes sociales donde se hace visible las industrias culturales porque a través de las imágenes se expresan actividades que conllevan la fuerza comercializadora que se genera a partir de una necesidad producida en la sociedad (Horkheimer y Adorno, 1994), es decir la interacción que existe entre uno y otro, por supuesto con un dominio que es abstracto, pero ampliamente planeado.

Es así que, el pensamiento Marxista se presenta como base de la influencia que tiene la teoría del trabajo enajenado en la naturaleza porque se puede contrastar a la modernidad expresa, dado que la participación de herramientas en el campo de la comunicación, es la colaboración de los medios masivos con la introducción de determinados contenidos permiten modificar desde ideologías hacia acciones a la sociedad acoplándola a nuevos modelos conductuales para su realidad (Hall, 1981).

Pues las representaciones colectivas en las redes sociales expresan el sentido del mundo de las mujeres que colocan las selfies surrealistas pues:

> Los medios configuran comunidades interpretativas, es decir, grupos diferenciados por sus prácticas simbólicas y técnicas en torno a un imaginario sociocultural compartido. La idea de comunidad interpretativa deriva de la semiótica de la cultura y apunta hacia una diferenciación de los usuarios de los medios en función de las competencias comunicativas necesarias y de los imaginarios socioculturales que comparten. (Barajas, 2009, p.272)

Es decir, la imagen de la mujer manifiesta las prácticas simbólicas globales (uso del lenguaje visual, percepciones, valores, creencias entre otros) así como los imaginarios socioculturales (reforzados) que se hallan en ciertas comunidades que así lo interpretan.

#### 1.1.1.14 Análisis del discurso en la representación surrealista de la imagen de la mujer

Al considerar la interpretación que genera el análisis del discurso, es decir la expresión del significado en un hecho que en este caso aborda la comunicación simbólica dado que: "los estudios del discurso, más allá de los paradigmas que la ciencia ha desarrollado para la explicación de la realidad, aprehenden, de manera aislada o en interrelación, las distintas expresiones simbólicas, los procesos de conocimiento con los saberes implicados" (Pardo, 2007, p.32).

No es otra que comprender el valor que aporta el estudio de las narrativas para construir la realidad, en este caso en la imagen de la mujer al usar surrealismo (filtros, efectos, entre otros) cuando se cuelgan las selfies en Instagram, dado que desde allí se comprende el papel que tiene la imagen de la mujer pues la proyección expuesta en la red está dirigida desde su propio lente.

Lo que hace notar cuál es el pensamiento de la mujer cuando se toma una selfie y la cuelga en la web, en otras palabras, qué manifiesta a través de su representación surrealista en Instagram, puesto que el uso de elementos visuales denota cómo están conformadas sus narrativas.

Por lo que considerar la visión que estudia los hechos sociales y culturales para interpretar los significados a partir de la praxis cotidiana del contexto puesto que:

> El análisis del discurso con perspectiva sociocultural se propone establecer cómo los procesos cognitivos se articulan a los de significación, a través de las relaciones con las condiciones sociales y culturales en que se produce e interpreta un discurso dado. (Pardo, 2007, p.34)

Es decir, permite una manera óptima para analizar por qué las mujeres aplican surrealismo a sus imágenes desde su entorno individual, pues siguiendo a Van- Dijck (2016) la forma del discurso expresa un hecho, por tanto, se evidencia como se manifiesta la mujer en la selfie (desde los encuadres, filtros, posturas que emplea hasta el autorretrato publicado en la red).

## 1.2 Objetivos

### Objetivo General

Describir las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo en las selfies en Instagram

### Objetivos Específicos

- Identificar las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo en las selfies en Instagram
- Analizar las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo en las selfies en Instagram
- Discutir sobre las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo en las selfies en Instagram

# CAPÍTULO ll

# METODOLOGÍA

## 2.1 Materiales

El presente trabajo de investigación se realizó con los siguientes recursos:

**Humanos**

1 investigador

1 tutor

**Institucionales**

Universidad Técnica de Ambato

**Materiales**

Material de oficina

Computadora

Dispositivos audiovisuales

Impresora

## 2.2 Métodos

En cuanto al método según [Hurtado León y Toro Garrido (como se citó en Prieto, 2017)] "El término método, concepto de origen griego que significa el camino hacia, es descrito como un conjunto de actividades (…) con el fin de llegar a un resultado determinado" (p.9), en otras palabras, es considerar este paso como un vehículo que selecciona la forma en la que se recoge y analiza la información para obtener respuestas de valor.

Por ello, en el caso planteado "el proceso inductivo que va de lo particular a lo general" (Bautista, 2011, p.8), es el camino que se emplea para evaluar el comportamiento, es decir analizar las percepciones desde un punto de vista (singular) para posteriormente llegar a una conclusión (colectiva) de la información.

Dicho de otro modo, se estudian las experiencias personales (opiniones) emitidas por las usuarias de Instagram (como aporte individual) para después conocer cuáles son sus narrativas (grupales), dado que el investigador puede interpretar: "explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas" (Bautista, 2011, p.8).

Por lo que, valorar el alcance que el método tiene al detallar cada uno de los hechos, fenómenos o particularidades (que se desarrollan en el campo) resulta un desafío crucial para el investigador pues finalmente el resultado de un caso se expone de manera total.

### 2.2.1 Enfoque cualitativo

Con respecto al desarrollo de la investigación, se da a partir de la recopilación de opiniones de 5 mujeres que oscilan entre los 20 y 30 años de edad con el fin de tener una amplia y detallada percepción de la situación a evaluar por ser información de primera mano.

Por tanto, se aborda a: "la investigación cualitativa que asume una realidad subjetiva, dinámica y compuesta por multiplicidad de contextos. El enfoque cualitativo de investigación privilegia el análisis profundo y reflexivo de los significados subjetivos e intersubjetivos que forman parte de las realidades estudiadas" (Mata, 2019, s.p), que permite explorar y profundizar los significados únicos por su subjetividad, así como dinamismo en la sociedad.

Es decir el conocimiento que se genera tras los hechos puesto que, el enfoque cualitativo "se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social" (Barrantes, 2014, p.82).

Por lo que, al ejecutar una metodología cualitativa cuando se analiza a la sociedad se pretende describir e interpretar los hechos, relaciones o interacciones que efectúan los individuos en la praxis cotidiana, es decir se relatan y recogen criterios a partir del significado para posteriormente darles un significante de acuerdo a las diversas situaciones (Bautista, 2011).

Así mismo parafraseando a Hernández-Sampieri, Collado y Baptista (2014), al usar el enfoque cualitativo es posible encontrar el significado en la información que brinda la muestra con el objetivo de profundizar y ampliar la interpretación de las realidades subjetivas porque se contextualiza el fenómeno.

Por esto, si "el Subjetivismo es una teoría filosófica que sostiene que la realidad se somete al pensamiento" (Bautista, 2011, p. 31), se entiende que la construcción de la realidad está basada en la interpretación (singular) de los hechos, por tanto en el caso de estudio resulta comprender las diversas percepciones que exponen las usuarias de Instagram al producir y/o visualizar una selfie surrealista.

En cuanto a las lógicas epistémicas corresponde hablar de las ciencias interpretativas (construcción de la realidad - eidéticamente), pues su proceso metodológico al estudiar a la sociedad permite:

> La interpretación, que es el acto por el que otorgamos determinado sentido a cierta realidad en la que se muestra alguna intencionalidad. Las realidades que pueden ser objeto de interpretación son aquellas que se estiman involucradas con la acción de algún sujeto. Esas realidades pueden ser objetos, productos, o presupuestos de esa acción. (Bautista, 2011, p.46)

En otras palabras, es posible conocer la percepción social (subjetividad) frente a los fenómenos, porque el individuo se encuentra inmerso en el contexto y eso influye sobre él.

Por tanto, es indispensable nombrar a Max Weber (como se citó en Barajas, 2009), considerado padre de la sociología moderna dado que, propuso estudiar a la colectividad desde una perspectiva teórica-metodológica integral, es decir desde lo que él denominó sociología comprensiva, pues al observar al sujeto en diferentes hechos (donde se vea involucrado) se puede conocer por qué actúa de una determinada manera.

Y es que al ser la sociedad dúctil (porque se ve influenciada por las industrias culturales), conviene conocer la sociología interpretativa comprensiva porque:

> El método propuesto por Weber consiste básicamente en la construcción de modelos ideales que intentan comprender cómo deben ser las situaciones de hecho presentes en el proceso social a estudiar, pero teniendo siempre la pretensión de encontrar el sentido de la acción que provoca los hechos, acción que puede ser racional o irracional. (Barajas, 2009, p.84)

De donde se infiere que, los esquemas teóricos (acción social) facilitan el análisis de discursos (intención de los individuos) que se manifiestan en los hechos sociales.

Por esto, el papel que juega la interpretación al darle significado a un fenómeno colectivo, no solo se limita a describir sino que resulta un valioso aporte para conocer aquello que subyace en el individuo.

> Así, el Interpretativismo busca la comprensión, a diferencia de la descripción. El fundamento de esta comprensión radica en que lo que utilizamos para lograr comprender a la psique ajena, es una extrapolación de la propia psique hacia la psique de aquellos a los que se trata de comprender. (Bautista, 2011, p.46).

En otras palabras, determinar por qué a un evento puntual el individuo le ha dado un significado específico de acuerdo a su manera de concebir el mundo (pensar, sentir, actuar).

Es decir, cómo las selfies surrealistas alteran la realidad a través de lo que expone la imagen y por ende cómo aprecia este fenómeno la colectividad.

Por tanto, para entender qué significado que le dan las mujeres a las selfies, así como la causa que les lleva a subir sus autorretratos surrealistas se implica a la hermenéutica pues:

> Actualmente, la Hermenéutica se entiende como una técnica, un arte y una filosofía de los métodos cualitativos, que tiene como característica propia interpretar y comprender, para desvelar los motivos del actuar humano, por lo que la encontramos similar en su esencia, al interpretativismo. (Bautista, 2011, p. 48)

Así que, se encuentra una semejanza con el interpretativismo porque favorece para descifrar las narrativas que desprenden las selfies surrealistas expuestas en Instagram (contexto cultural).

Simultáneamente como sucede con la fenomenología (estudio de hechos) dado que es una forma precisa de saber cómo el sujeto interpreta y/o experimenta el mundo, pues según Edmund Husserl como se citó en Barajas, (2009), la fenomenología explica las cosas entre el ser (su experiencia) y el fenómeno (contexto), es decir de un modo global.

Dicho de otra manera, une lo que siente el individuo con lo que expresa (lo que aparenta) por lo que comprende desde la expresión visual (selfies surrealistas en Instagram) hasta lo que representa (de acuerdo a su construcción cultural).

De esta manera se libera suposiciones porque se encuentra el significado intrínseco del pensar, sentir y actuar (esencia) sin desligarse de su contexto (lo que influye sobre el sujeto), lo que quiere decir que las selfies reflejan el ser constituido por los mensajes que hay detrás del surrealismo.

### 2.2.2 Modalidad de investigación

Ahora bien, el estudio se enfoca en describir las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo en las selfies en Instagram y para ello se pretende conocer cuál es el significado que emerge de las mujeres cuando se toman una fotografía selfie con filtro, por lo que se considera la investigación bibliográfica y documental como un paso previo para concluir con el objetivo central.

Pues, la modalidad bibliográfica está basada en la búsqueda realizada por la academia (es decir otros trabajos de análisis) porque se da a partir una revisión de lecturas que a su vez conllevan una recolección y desarrollo de teorías, hipótesis, variables entre otros, así como aportes valiosos para el desarrollo del trabajo que se efectuará (Méndez y Astudillo, 2008).

Y por su parte la investigación documental que: “consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto del tema objeto de estudio” (Bernal, 2010, p. 111), es decir se contemplan diversos aportes sobre el tema provenientes de fuentes fidedignas que permiten profundizar y contrastar teorías.

### 2.2.3 Tipo de investigación

En la situación planteada se desarrolla una investigación descriptiva puesto que: “consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan” (Hernández-Sampieri, Collado y Baptista, 2014, p.92), es decir en el análisis final

se pretende especificar claramente cuáles son las narrativas representativas de la imagen de la mujer en los selfies en Instagram.

Además, se considera una etnografía virtual para la selección de la unidad de análisis porque al reconocer los procesos de interacción social en el mundo digital es posible estudiar los significados que le dan las personas a un suceso y esto permite: "entender la realidad social que se está produciendo en el contexto online donde millones de personas conviven, se expresan e interactúan a diario" (Del Fresno, 2011, p. 17).

### 2.2.4 Unidad de análisis

En la investigación se toma como unidad de análisis a las mujeres que oscilan entre los 20 y 30 años de edad (generación Z y los Millennials) como primera condición al considerar que en promedio son aquellas que más usan los filtros de la plataforma Instagram Cadem (2022); razón por la que es posible recabar la información necesaria y así cumplir con el objetivo principal del trabajo.

La segunda característica es que las mujeres seleccionadas figuran como líderes de opinión de las Industrias Culturales (moda, estética, entretenimiento, redes sociales y publicidad), pues son aquellas que tienen un número considerable de seguidores e interacción en su perfil (me gusta y comentarios) es decir, lo que estas jóvenes publican fácilmente podrían crear y/o reflejar narrativas latentes en sus seguidoras.

Dado que se aplica el modelo de la comunicación de Paul Lazarsfeld llamado Teoría de la comunicación en dos etapas, en el cual los mensajes que emiten los voceros de información son percibidos y legitimados por sus audiencias (grupos) en correspondencia a su influencia (Sosa y Arcila, 2013).

Por otra parte, como tercera particularidad el objeto de estudio debe usar o haber usado y colgado selfies surrealistas (con o sin filtro, efecto u otros elementos que modifique la imagen, es decir la transformen) en la plataforma Instagram, es decir haber construido su imagen como mujer cuidadosamente para posteriormente representarse visualmente en la web.

Además la unidad de análisis tiene como cuarta cualidad que se encuentra dentro de un contexto latinoamericano, lo que permite al investigador interpretar la realidad dado que conoce la situación que se desarrolla en el espacio donde investiga (en este caso los aspectos sociales y culturales), y esto alimenta el estudio para obtener una información más cercana a la verdad (Montoya y Cogollo, 2018).

Entonces, al emplear la metodología cualitativa se logra describir la experiencia tanto de manera grupal como individual porque a la hora de utilizar la red y los selfies la opinión en cada usuaria puede variar por lo que Báez y De Tudela (2006) afirman que:

> La investigación con esta metodología se hace conveniente cuando se desea conocer las razones por las que los individuos (aisladamente o en grupos: consumidores, empleados, sectores de actividad...) actúan de la forma en que lo hacen, tanto en lo cotidiano, como cuando un suceso irrumpe de forma tal que pueda dar lugar a cambios en la percepción que tienen de las cosas. (p.24)

De modo que, se pretende buscar y conocer la forma en la que se representa la información frente a un hecho, en este caso la imagen de la mujer a partir de las selfies y el surrealismo.

Y para ello, se utiliza una matriz basada en la ficha de análisis fotográfico de Demetrio Brisset quien aborda que: "Al proceder al estudio de estos objetos icónicos, es necesario establecer rigurosos ejes/categorías que permitan su eficaz clasificación y posterior comparación. Y el paso inicial puede ser elaborar un modelo de ficha aplicable al conjunto de obras estudiadas" (2004, p.1), pues al conocer los campos iconográficos se revela lo que representa la imagen.

Por lo que, al analizar la fotografía selfie se deben usar herramientas con diversas disciplinas, pues para encontrar el significado que conlleva la cultura digital advierte Brisset que hay que profundizar en la percepción que tiene la sociedad globalizada:

> Sujetos como estamos al dominio de la *imagósfera* o entorno visual de la actual ciber-cultura globalizada, parece indudable el interés del estudio de las imágenes que lo configuran a partir de un instrumental analítico pluridisciplinar. Aquí nos limitaremos a esos productos culturales icónicos no temporalizados que son las fotografías (en sus diversos soportes materiales). (2004, p.1)

Es así que se toma en cuenta los campos iconográficos descriptivos de Brisset (2004) que *permiten* analizar la leyenda (descripción breve de la imagen), temas (roles que adopta la imagen de la mujer, acciones), lugares (geográficos o simbólicos), objetos (la imagen es fabricada o irreales por el uso de filtros), personajes (enfoques, expresiones faciales, poses), elementos naturales (cómo se muestran, sus narrativas) y notas (registros extras que se consideren importantes) para finalmente interpretar la imagen.

*Tabla 1 Matriz basada en la ficha de análisis fotográfico de Demetrio Brisset*

| Posts | Leyenda | Tema | Lugares | Objetos | Personajes | Elementos | Notas |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Perfil 1 | | | | | | | |
| Perfil 2 | | | | | | | |
| Perfil 3 | | | | | | | |

**Nota:** En esta tabla se encuentran los siete campos iconográficos para recopilar la información de la investigación.

Además, por otra parte, se utiliza el software Atlas. Ti como instrumento de análisis con el objetivo de reconocer los términos, así como los datos más utilizados (códigos, palabras repetidas) en la práctica cualitativa, dado que con esta herramienta se organiza e identifica la información más relevante proporcionada por las entrevistadas.

Es decir, con el Atlas. Ti se analiza la información recopilada cualitativamente de una forma sistemática porque se gestiona y sintetiza los datos con rapidez debido a su versatilidad de estudio (audios, videos, imágenes etc.) y por su utilidad a la hora de segmentar citas y códigos (Martín, 2014).

### 2.2.5 Técnicas e instrumentos

Como se ha mencionado la descripción que requiere la problemática planteada implica un enfoque cualitativo porque se emplea el uso de la técnica de recolección de datos denominada grupo focal "la cualitativa hace registros narrativos de los fenómenos, trabaja con el discurso de la gente, es decir, la comunicación verbal y no verbal" (Bautista, 2011, p.17).

**Técnicas**

- **Grupo Focal**

Ahora bien, al registrar descripciones detalladas de fenómenos, comportamientos o discursos (que representan a las mujeres en este caso), resulta óptimo utilizar la técnica de recolección de información denominada grupo focal dado que: "Se trata de una discusión en grupo, donde las personas que lo componen tienen aspectos comunes. El investigador permite que se hable espontáneamente para conocer la variedad de opiniones" (Bautista, 2011, p.176).

Esto con el fin de recabar información en el menor tiempo posible, pero a su vez profundizar en el problema puesto que según Bautista:

> La entrevista al grupo focal es una técnica semiestructurada a profundidad y va enriqueciéndose y re-orientándose conforme avanza la investigación. Es adecuado emplearla, bien como fuente básica de datos, o bien como técnica de profundización en el análisis (…) porque se centra en el abordaje a fondo de un número muy reducido de tópicos o problemas; y segundo, porque la configuración de los grupos de entrevista se hace a partir de la identificación de alguna característica relevante desde el punto de vista de los objetivos de la investigación. (2011, pp.176-177)

Además de considerar que se analizan tanto los enunciados (ideas claras y concretas) como la interpretación de los hechos (obtener un significado más amplio a través de puntos clave que descifren patrones sociales y culturales).

**Instrumentos**

- Guía de entrevistas (anexos)

En cuanto a la guía de entrevista, se expone que este instrumento tiene una estructura que le permite al investigador acercarse a su objeto de estudio y así encontrar el significado real pues:

> Los instrumentos tienen una forma y un contenido. La forma hace referencia al tipo de instrumento a utilizar, por ejemplo, entrevistas, cuestionarios, observaciones, y estará determinada por las técnicas concretas escogidas; el contenido, es decir, ¿qué preguntar, qué observar, será el resultado de la operacionalización efectuada. De este modo ambas líneas, empírica y teórica, confluyen en este elemento, con el cual nos dedicaremos a la labor de conseguir los datos capaces de construir una respuesta para nuestro problema inicial. (Bautista, 2011, p.150)

En otras palabras, la forma en la que se opera el instrumento le permite al investigador descubrir conceptos concretos (porque transforma las percepciones en narrativas) para la situación de análisis.

Que al aplicar al tema de investigación, la manera en cómo se estructura la guía de entrevista (¿qué cuestionar?, preguntas efectivas que dirijan el análisis) determina la interpretación de la información para el investigador, pues el contenido recopilado facilita el reconocimiento los elementos de valor para cumplir con el objetivo del estudio.

# CAPÍTULO III
# RESULTADOS Y DISCUSIÓN

## 3.1 Análisis y discusión de resultados

En el presente capítulo se analiza y discute sobre la información recabada en un enfoque cualitativo cuya técnica aplicada es un grupo focal (conformado por 5 personas al azar), con el propósito de identificar las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo en las selfies en Instagram, es decir desarrollar el objetivo específico número uno del estudio.

Por lo que, en la entrevista grupal se analiza cómo las participantes se identifican al momento de tomarse una selfie (producir un autorretrato) a través de una entrevista semiestructurada para conocer cómo se identifican y/o proyectan; y conocer qué sucede al visualizar una selfie surrealista (bajo la matriz elaborada a base del criterio de Demetrio Brisset explicada en el capítulo II).

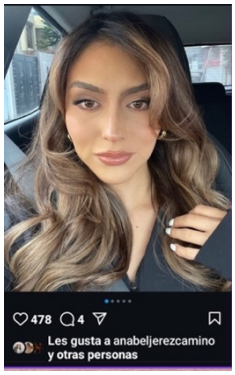
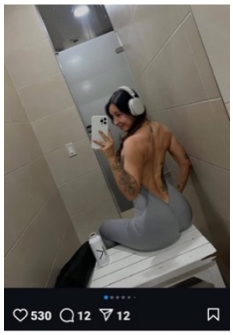
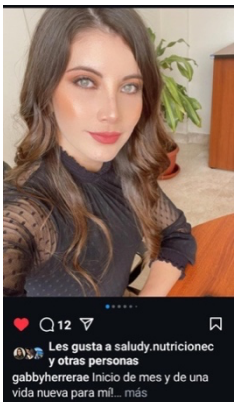
Por otra parte, es importante detallar que, al presentar los autorretratos en el grupo focal se aclaró que todas las imágenes contenían algún tipo de objeto (según la matriz de Brisset abordado como filtro o efecto principalmente), es decir la selfie no era totalmente auténtica, esto con el fin de que las entrevistadas identifiquen el surrealismo (pues muchas veces aspectos fabricados se pueden reflejar como atributos naturales de la persona) para de esta manera conocer cómo se comunican visualmente las mujeres (cómo son percibidas).

Por tanto, al obtener las percepciones de las usuarias, como siguiente paso se busca el significado de lo que se ha comunicado, es decir interpretar cada experiencia (de las usuarias) a partir de las relaciones de poder (estéticas, del entretenimiento y la tecnología) latentes en las industrias culturales dentro de la virtualidad que moldean a la sociedad y por ende a las narrativas culturales (Van Dijck, 2016).

Es decir, comprender cómo la imagen de la mujer (a través de las selfies) se manifiesta cuando usa filtros (surrealismo) así como con un estilo visual (dibujado desde las industrias culturales) para finalmente agrupar estas categorías de análisis y concretar sus narrativas representativas.

De esta manera, se ejecutaron las preguntas y las matrices en la entrevista grupal (con todos los aspectos comentados) a las participantes para conocer reflexivamente cada área de las selfies (con descripción de Instagram), y a continuación se incluye las imágenes (autorretratos) de las mujeres que se proyectaron (unidad de análisis) con una breve descripción de su información personal.

*Tabla 2 Tabla de tres los posts expuestos en el grupo focal*

| POSTS | DATOS PERSONALES |
|---|---|
| <br>*Ilustración 1 Captura del post 1 en Instagram* | **Nombre:** Anamar Romero<br>**Figura pública:** Srta. Patronato Municipal 2024 (actual)<br>**Edad:** 21 años<br>**Ubicación geográfica:** Ambato<br>**Seguidores:** 49. 800 |
| <br>*Ilustración 2 Captura del post 2 en Instagram* | **Nombre:** Karen Samaca<br>**Figura pública:** Srta. Patronato Municipal 2024 (actual)<br>**Edad:** 26 años<br>**Ubicación geográfica:** Bogotá – Colombia<br>**Seguidores:** 9.855 |
| <br>*Ilustración 3 Captura del post 3 en Instagram* | **Nombre:** Gabriela Herrera<br>**Figura pública:** Ex - Srta. Patronato Provincial Ambato (2013)<br>**Edad:** 30 años<br>**Ubicación geográfica:** Quito<br>**Seguidores:** 3.260 |

**Nota:** La tabla contiene información personal de las tres perfiles con los que se recopila los datos de la investigación.

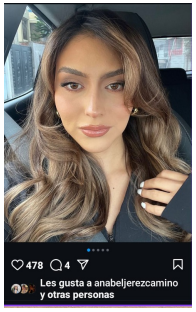
*Tabla 3 Matriz explicativa sobre los campos iconográficos*

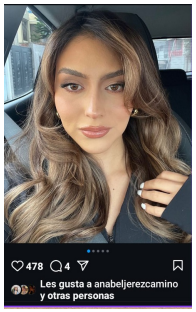
| **Perfil** | **Leyenda** Descripción breve de la imagen ¿Qué muestra la imagen a simple vista? ¿Cuál es tu primera impresión cuando ves la selfie? | **Tema** ¿Qué roles adopta la mujer en la imagen y cuáles son las acciones que está desarrollando al momento de tomarse la selfie? ¿Es una mujer tradicional o moderna? | **Lugares** ¿En qué espacios geográficos se encuentra la mujer y qué representa simbólicamente este espacio? | **Objetos** ¿Qué tipo de surrealismo considera que utiliza la imagen (efecto, filtro, encuadre etc.) y con qué objetivo? | **Personajes** ¿Qué expresiones faciales, poses tiene la fotografía? | **Elementos Naturales** ¿Cómo se muestran, sus narrativas visuales, es decir cómo destaca sus atributos naturales al peinar su cabello, lucir su piel, labios y/o qué ropa usa etc.? | **Notas** Se refiere a los registros extras (importantes) que se consideren como parte de la narrativa en la imagen |
|---|---|---|---|---|---|---|---|

**Nota:** En esta tabla se describe cada una de las categorías con las que se va a analizar las selfies expuestas en el grupo focal para la interpretación de datos.

### 3.1.1 Análisis e interpretación de datos sobre los posts

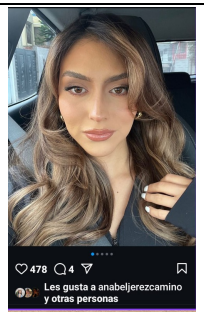
*Tabla 4 Matriz de recolección de datos*

| **POST 1**   | **INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS** | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **ENTREVISTADO 1**<br>**Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años | **ENTREVISTADO 2**<br>**Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 3**<br>**Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 4**<br>**Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **ENTREVISTADO 5**<br>**Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años |
| **LEYENDA**<br>Descripción breve de la imagen<br>¿Qué muestra la imagen a simple vista?<br>¿Cuál es tu primera impresión cuando ves la selfie? | Mujer que está arreglada | Mujer con actitud empoderada | Mujer segura de sí misma, conforme con como se ve. | Mujer segura de sí misma, da la impresión de que es una mujer que sabe lo que quiere. | Mujer seria |
| **INTERPRETACIÓN** | En el primer campo iconográfico descriptivo denominado “leyenda” se pretende hacer una explicación rápida para conocer qué es lo que expresa la selfie a primera vista, es decir cuál es percepción que tienen las entrevistadas cuando | | | | |

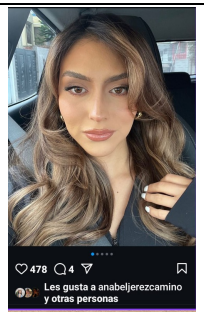
<table>
<tr><td></td><td colspan="5">observan el autorretrato, donde resulta que: Evelyn Gordillo caracteriza a imagen como una mujer que está arreglada; Nadia Grijalva la observa como una mujer con una actitud empoderada; Magerly Sánchez piensa que es una mujer segura de sí misma y conforme con como se ve; Viviana Solís la detalla como una mujer segura de sí misma que da la impresión de que es una mujer que sabe lo que quiere y Dayana Ronquillo la define como una mujer seria.<br>De donde se infiere que, tanto para la entrevistada 2 Nadia Grijalva, la entrevistada 3 Magerly Sánchez como para la entrevistada 4 Viviana Solís la imagen de la mujer representa a primera vista una selfie de una mujer segura de sí misma, que sabe lo que quiere y tiene el poder. Sin embargo, a la entrevistada 1 Evelyn Gordillo le parece en primera instancia que la selfie destaca la belleza de la joven. Por otra parte, lo que nota la entrevistada 5 Dayana Ronquillo es que la mujer luce seria.<br>Es decir, 3 de las 5 entrevistadas describen a la imagen (selfie) como una mujer que proyecta seguridad. Mientras para 1 de las entrevistadas faltantes le resulta una mujer arreglada y para la otra participante una mujer seria.<br>Por tanto, para la mayor parte de entrevistadas (3 de 5) en esta selfie la imagen de la mujer representa seguridad ligada puntualmente al empoderamiento, en otras palabras, se describe al autorretrato como una mujer empoderada.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">POST 1<br><br></td><td colspan="5">INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS</td></tr>
<tr><td>ENTREVISTADO 1<br>Nombre: Evelyn Gordillo<br>Edad: 22 años</td><td>ENTREVISTADO 2<br>Nombre: Nadia Grijalva<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 3<br>Nombre: Magerly Sánchez<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 4<br>Nombre: Viviana Solís<br>Edad: 21 años</td><td>ENTREVISTADO 5<br>Nombre: Dayana Ronquillo<br>Edad: 26 años</td></tr>
</table>

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **TEMA**<br>Roles que adopta la mujer en la imagen, y sus acciones.<br>¿Es una mujer tradicional o moderna? | Mujer bella y empoderada, que maneja.<br>Mujer no tradicional | Mujer empoderada, bella que maneja su auto.<br>Mujer moderna | Mujer empoderada mostrando que maneja un auto.<br>Mujer actual | Mujer empoderada y seductora que trabaja para ella misma.<br>Mujer moderna | Mujer empresaria que maneja.<br>Mujer que se adapta a nuestra época. |
| **INTERPRETACIÓN** | En el segundo campo iconográfico descriptivo denominado "tema" el objetivo es explicar la percepción de el o los roles que adopta la mujer a través de la imagen que publica especificando la actividad que desarrolla la joven al momento de tomarse la selfie, pues lo que se pretende conocer es si la conducta empata con el rol que pretende proyectar la mujer en el autorretrato. Además de, saber si las actividades expresadas en la imagen son de una mujer tradicional o una moderna porque de esta manera se visibiliza cuál es el papel que imprime la mujer actualmente en la sociedad.<br>Donde resulta que: Evelyn Gordillo caracteriza en esta imagen a la mujer con el rol de bella y empoderada, además dice que la actividad que aduce en el momento es que maneja por lo que no considera que sea una mujer tradicional; Nadia Grijalva la observa con el rol de una mujer empoderada, bella y también dice que la chica está manejando al momento de tomarse una selfie, por tanto la considera una mujer moderna porque antes las mujeres no hacían ese tipo de actividades; así mismo Magerly Sánchez piensa que es una mujer moderna que se muestra con un rol de empoderamiento y puede manejar; por su parte Viviana Solís la observa con el rol de una mujer empoderada pero también seductora; sin embargo Dayana Ronquillo dice que la visualiza como una mujer empresaria (trabajadora) que maneja al momento de tomarse la selfie y por ello considera que es una mujer que se adapta a la época contemporánea, es decir la visualiza como una mujer moderna. | | | | |

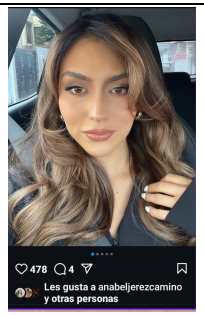
| | |
|---|---|
| | De allí deduce que, para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo, la entrevistada 2 Nadia Grijalva y la entrevistada 4 Viviana Solís la imagen de la mujer en esta selfie se ve representada con el rol de una mujer empoderada y bella. Sin embargo, aunque la entrevistada 3 Magerly Sánchez coincide con el rol de la mujer empoderada no menciona la belleza. Y por su parte la entrevistada 5 Dayana Ronquillo la ve con el rol de una mujer empresaria, que trabaja, pero tampoco dice que la mira bella.<br>Sin embargo, todas las participantes dicen que el rol que representa la mujer en esta selfie sí es congruente con la actividad y con sinónimos se menciona que es una mujer moderna que realiza una actividad que no hacía la mujer tradicional.<br>Es decir, 3 de las 5 entrevistadas consideran que el rol de la imagen de la mujer se expresa como una mujer bella y empoderada. No obstante 1 participante dice que es empoderada pero no indica que es bella. Y 1a última entrevistada la ve con el rol de una mujer empresaria (que trabaja) y tampoco manifiesta la belleza de la mujer en esta auto-fotografía.<br>En cuanto a la percepción sobre el papel de la mujer moderna o tradicional todas coinciden que es una mujer actual, pues la actividad del autorretrato no es la que desarrollaría una mujer que se acepta como mujer tradicional.<br>Es así que todas las integrantes del grupo focal afirman que, la joven al momento de hacerse la selfie se proyecta como una mujer moderna porque desarrolla una actividad desconocida a la de una mujer tradicional, es decir que es capaz de manejar un automóvil; por lo que para la mayor parte de entrevistadas (3 de 5) el rol que representa la imagen de la mujer en esta selfie es de la mujer bella y empoderada, en otras palabras, se dirige a alcanzar los estándares sociales actuales. |
| **POST 1** | **INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS** |

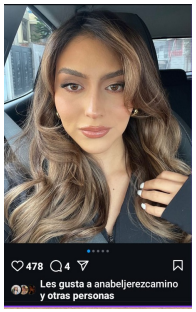
|  | **ENTREVISTADO 1**<br>**Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años | **ENTREVISTADO 2**<br>**Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 3**<br>**Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 4**<br>**Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **ENTREVISTADO 5**<br>**Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años |
|---|---|---|---|---|---|
| **LUGARES**<br>En qué espacios geográficos encuentra la mujer y qué representa simbólicamente este espacio | Auto, que demuestra en el espacio simbólico estatus social. | Carro en el asiento del conductor, simbólicamente toma el control. | Espacio geográfico en el interior de un auto y simboliza poder. | Automóvil, mostrando simbólicamente confianza. | Automóvil en el asiento del copiloto y simbólicamente representa la reflexión. |
| **INTERPRETACIÓN** | En el tercer campo iconográfico descriptivo denominado “lugares” se busca describir en qué espacio geográfico o simbólico se encuentra la mujer en la selfie, es decir conocer cuál es la apreciación de la entrevistada cuando visualizan el autorretrato, donde resulta que: Evelyn Gordillo menciona que la joven se encuentra un auto y simbólicamente representa estatus social; Nadia Grijalva dice que la joven está en un carro en el asiento del conductor por lo que simbólicamente figura el tomar el control, pues menciona que al tomarse el autorretrato en su auto expresa que no solo tiene el mando al conducir su auto sino su vida; Magerly Sánchez piensa que geográficamente está en el interior de un auto y esto simboliza poder; Viviana Solís comenta que la chica está en un automóvil y demuestra simbólicamente | | | | |

<table>
<tr><td></td><td colspan="5">confianza y por su parte Dayana Ronquillo mira que la muchacha está un auto y para ella la selfie representa simbólicamente la reflexión.<br>De ahí se concluye que, tanto para la entrevistada 2 Nadia Grijalva, la entrevistada 3 Magerly Sánchez como para la entrevistada 4 Viviana Solís la imagen de la mujer en este autorretrato representa el poder, el control y la confianza, es decir son puntos de vista similares. Sin embargo, aunque la entrevistada 1 Evelyn Gordillo también manifiesta que la chica está en un auto para ella la selfie resalta en el espacio simbólico su estatus social. Por su parte la entrevistada 5 Dayana Ronquillo distingue que, aunque la mujer está en un auto se encuentra específicamente en el asiento del copiloto por tanto simbólicamente usa este espacio para acentuar reflexión.<br>Es decir, todas las participantes coincidieron que la joven está en el automóvil; sin embargo 3 de las 5 entrevistadas describen simbólicamente esta área como la representación del poder, pues las palabras expresadas (son sinónimos porque son las características de una mujer empoderada) tienen un significado relativo para ellas. Mientras para 1 de las entrevistadas faltantes el espacio simbólico denota estatus social y para la otra participante imprime la reflexión (a pesar de estar en el mismo espacio geográfico).<br>Es así que todas las integrantes del grupo focal afirman que, geográficamente la joven al momento de hacerse el autorretrato está en un auto y para la mayor parte de entrevistadas (3 de 5) esta área simbólicamente representa el poder por lo que se hace referencia el alcanzar el rol de la mujer empoderada (pretende alcanzar los estándares sociales actuales).</td></tr>
<tr><td rowspan="2">POST 1</td><td colspan="5">INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS</td></tr>
<tr><td>ENTREVISTADO 1</td><td>ENTREVISTADO 2</td><td>ENTREVISTADO 3</td><td>ENTREVISTADO 4</td><td>ENTREVISTADO 5</td></tr>
</table>

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
|  | **Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años | **Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años |
| **OBJETOS**<br>¿Qué tipo de surrealismo considera que utiliza la imagen (efecto, filtro, encuadre etc.) y con qué objetivo? | En la selfie está utilizando un filtro que realza sus facciones. | Imagen con un filtro cálido, encuadre solo del rostro y piel perfecta porque quiere destacar su belleza, como la mujer ideal estéticamente. | Usa filtro para suavizar la piel, maquillaje para verse mejor, cabello arreglado, uñas cortas y pulidas que muestran estilo (empoderamiento), con un plano medio corto. | En la fotografía usa un efecto piel suave y nariz fina para verse más bella. | En la foto tiene un filtro *Cairo* (nombre e un filtro de Instagram) que busca crear un estilo elegante y de confort osea dar estatus económico. |
| **INTERPRETACIÓN** | En el cuarto campo iconográfico descriptivo denominado “objetos” se busca conocer la apreciación de las participantes en torno al surrealismo que utiliza la mujer en la selfie (reconocer qué efecto, filtro y/o encuadre usa) y con qué objetivo, es decir qué le motiva a emplear algo exterior a su naturaleza, donde resulta que: Evelyn Gordillo menciona que la joven en la selfie está utilizando un filtro que realza sus facciones; Nadia Grijalva dice que la joven está en la imagen con un filtro cálido, encuadre solo del rostro y piel perfecta porque quiere destacar su belleza, como la mujer | | | | |

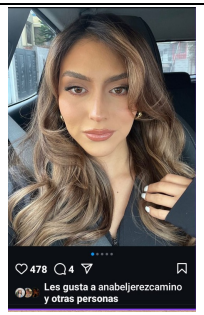
<table>
<tr><td></td><td colspan="5">ideal estéticamente ; Magerly Sánchez piensa que la chica usa filtro para suavizar la piel, maquillaje para verse mejor, cabello arreglado, uñas cortas y pulidas para mostrar estilo, con un plano medio corto; Viviana Solís observa que la mujer en la fotografía usa un efecto piel suave y nariz fina para verse más bella. Por su parte Dayana Ronquillo mira que la muchacha en La foto tiene un filtro Cairo que busca crear un estilo elegante y de confort, es decir el objetivo es proyectar un elevado estatus económico.<br>De ahí se resume que, tanto para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo, la entrevistada 2 Nadia Grijalva, la entrevistada 3 Magerly Sánchez como para la entrevistada 4 Viviana Solís la imagen de la mujer en este autorretrato usa el surrealismo con el objetivo de resaltar o mejorar su belleza, es decir son puntos de vista similares; sin embargo aunque la entrevistada 3 Magerly Sánchez también manifiesta que la chica lo hace para lucir mejor en la selfie, resalta que lo que realmente quiere demostrar es estilo (referente a su personalidad de empoderamiento); finalmente la entrevistada 5 Dayana Ronquillo, distingue que la mujer en la foto tiene un filtro Cairo que busca crear un estilo elegante y de confort para dar estatus económico.<br>Es decir, 3 de las 5 participantes coincidieron que la joven intenta optimizar su belleza a través del surrealismo; sin embargo, para 1 de las entrevistadas faltantes el surrealismo destaca la identidad de empoderamiento de la chica y para la última participante el surrealismo en la imagen de la mujer le refleja estatus económico.<br>Es así que, la mayor parte de las entrevistadas (3 de 5) afirman que la joven en la imagen utiliza efectos, filtros y/o encuadres para alcanzar los estándares sociales actuales de lo bello, pues el surrealismo de la imagen de la mujer en esta selfie persigue el objetivo de mejorar su belleza.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">POST 1</td><td colspan="5">INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS</td></tr>
<tr><td>ENTREVISTADO 1</td><td>ENTREVISTADO 2</td><td>ENTREVISTADO 3</td><td>ENTREVISTADO 4</td><td>ENTREVISTADO 5</td></tr>
</table>

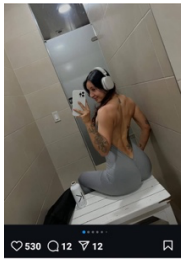
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
|  | **Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años | **Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años |
| **PERSONAJES**<br>¿Qué expresiones faciales, poses tiene la fotografía? | Tiene una expresión seria y seductora a la vez. | Tiene una pose de poder mientras sonríe con los ojos. | Expresión de felicidad en un día casual. | Muestra una expresión facial de seguridad. | No muestra expresión y su pose es con el brazo en el pecho mostrando estilo (moda). |
| **INTERPRETACIÓN** | En el quinto campo iconográfico descriptivo denominado "personajes" el objetivo es identificar qué expresiones faciales y poses utiliza la mujer en la selfie, es decir qué es lo que más quiere resaltar el personaje al usar ciertas poses o expresiones donde resulta que: Evelyn Gordillo menciona que la joven en la selfie tiene una expresión seria y seductora a la vez; Nadia Grijalva dice que la joven está en la imagen con una pose de poder mientras en su expresión sonríe con los ojos; Magerly Sánchez piensa que la chica tiene una expresión de felicidad en un día casual; Viviana Solís observa que la mujer en la fotografía muestra una expresión facial de seguridad, por su parte Dayana Ronquillo considera que la muchacha no muestra expresión y su pose es con el brazo en el pecho para mostrar estilo en la moda. De ahí se concluye que, tanto para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo como para la entrevistada 2 Nadia Grijalva, la imagen de la mujer en este autorretrato usa expresiones de seducción (mujer bella), es decir son puntos de vista similares, sin embargo la entrevistada 2 añade que percibe una pose de poder; la entrevistada 3 Magerly Sánchez | | | | |

<table>
<tr><td></td><td colspan="5">manifiesta que la chica tiene una expresión de felicidad pero añade que es un día casual lo cual se interpreta como la proyección de la mujer empoderada feliz en cualquier momento (en el aquí y el ahora); asimismo la entrevistada 4 Viviana Solís asegura que la joven tiene una expresión fácil de seguridad que se descifra como la mujer empoderada porque se refleja segura; y finalmente la entrevistada 5 Dayana Ronquillo visualiza que la mujer en la selfie se expresa con estilo en la moda, lo cual se explica como la manifestación de la mujer empoderada porque se muestra la mujer que está a moda y es bella.<br>Es así que, sobre la percepción de selfie en cuanto a las expresiones y poses todas coinciden la mujer expresa poder refiriéndose al papel que desempeña la mujer empoderada en la actualidad, sin embargo, la mayor parte de las participantes (4 de 5) encontraron más expresiones que poses (2 de 5).<br>De esta manera se puede decir que, 3 de las 5 participantes coincidieron que la joven intenta destacar tanto su poder como su belleza; para las 2 entrevistadas faltantes únicamente se expresa el poder.<br>Por tanto, la mayor parte de las entrevistadas (3 de 5) afirman que la joven en la imagen resalta principalmente el empoderamiento de la mujer y su belleza, es decir alcanzar los estándares socioculturales.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">POST 1<br><br></td><td colspan="5">INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS</td></tr>
<tr><td>ENTREVISTADO 1<br>Nombre: Evelyn Gordillo<br>Edad: 22 años</td><td>ENTREVISTADO 2<br>Nombre: Nadia Grijalva<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 3<br>Nombre: Magerly Sánchez<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 4<br>Nombre: Viviana Solís<br>Edad: 21 años</td><td>ENTREVISTADO 5<br>Nombre: Dayana Ronquillo<br>Edad: 26 años</td></tr>
</table>

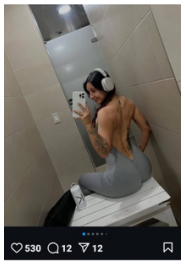
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **ELEMENTOS NATURALES** ¿Cómo se muestran, sus narrativas visuales, es decir cómo destaca sus atributos naturales al peinar su cabello, lucir su piel, labios y/o qué ropa usa etc.? | Cabello arreglado y muy lindo. | Cabello tinturado, ojos grandes, piel perfecta, ropa que simboliza el poder (color negro). | Cabello voluminoso y maquillaje perfecto. | Cabello brillante y ojos almendrados. | Su cabello es perfecto y ondulado.<br>Tiene un maquillaje muy llamativo y fuerte marcando más sus pómulos. |
| **INTERPRETACIÓN** | En el sexto campo iconográfico descriptivo denominado “elementos naturales” se busca conocer la apreciación de las participantes en torno a las narrativas visuales que destaca la mujer en la selfie (es decir cómo destaca sus atributos naturales al peinar su cabello, lucir su piel, labios y/o qué ropa usa entre otros aspectos que se consideren valiosos) donde resulta que: Evelyn Gordillo menciona que la joven en la selfie luce un cabello arreglado y muy lindo; Nadia Grijalva dice que la joven resalta un cabello tinturado, ojos grandes, piel perfecta y usa una ropa que simboliza el poder (color negro); Magerly Sánchez piensa que la chica usa cabello voluminoso y un maquillaje perfecto; Viviana Solís observa que la mujer en la fotografía presenta un cabello brillante y ojos almendrados; por su parte Dayana Ronquillo mira que la muchacha en la foto tiene un maquillaje muy llamativo y fuerte que marca sus pómulos.<br>Por tanto, tanto para la entrevistada 2 Nadia Grijalva como para la entrevistada 4 Viviana Solís la imagen de la mujer en este autorretrato destaca como atributo natural el cabello, en otras palabras son puntos de vista similares pues la entrevistada 2 dice que el cabello está tinturado por lo que se interpreta que al llevarlo de esta manera mejora su aspecto | | | | |

<table>
<tr><td></td><td colspan="5">para alcanzar lo estándares aceptados la mujer bella socialmente, pues son las mujeres de cabello claro y otros aspectos también denominado como “el blanqueamiento mediático”; además remarca en esta categoría el papel de la mujer empoderada al usar ropa de color negro porque para ella simboliza el poder; por su parte la entrevistada 1 Evelyn Gordillo expresa que únicamente observa como atributo natural su cabello que es lindo pero para hacerlo sobresalir lo lleva arreglado; en cuanto a la entrevistada 3 Magerly Sánchez como a la entrevistada 5 Dayana Ronquillo aclaran que sus narrativas visuales está en el maquillaje lo que se descifra como la optimización de sus facciones en torno a piel, ojos y otros aspectos, que según en la percepción de la entrevistada 5 Dayana Ronquillo está específicamente en sus pómulos; sin embargo aunque la entrevistada 3 Magerly Sánchez coincida en que la chica en la selfie destaca el maquillaje también denota su cabello como algo importante.<br>Es así que, para la mayor parte de las participantes (4 de 5) dicen que las narrativas visuales principalmente en la selfie de la mujer están en su cabello porque luce lindo, arreglado, pulido lo que se traduce como algo estético y que se mejora al tinturarlo y llevarlo peinado.<br>De esta manera se puede decir que, 4 de las 5 participantes coincidieron que la joven en la imagen resalta tanto su cabello, es decir; se pretende alcanzar los estándares de la belleza socialmente aceptada y se evidencia para esto el blanqueamiento mediático a través del tinte; como en su maquillaje por lo que 2 de las participantes hacen énfasis en este último aspecto.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">POST 1</td><td colspan="5">INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS</td></tr>
<tr><td>ENTREVISTADO 1<br>Nombre: Evelyn Gordillo</td><td>ENTREVISTADO 2<br>Nombre: Nadia Grijalva</td><td>ENTREVISTADO 3<br>Nombre: Magerly Sánchez</td><td>ENTREVISTADO 4<br>Nombre: Viviana Solís</td><td>ENTREVISTADO 5<br>Nombre: Dayana Ronquillo</td></tr>
</table>

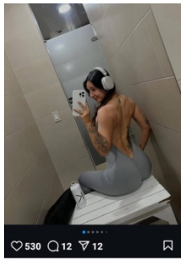
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
|  | **Edad:** 22 años | **Edad:** 23 años | **Edad:** 23 años | **Edad:** 21 años | **Edad:** 26 años |
| **NOTAS**<br>Se refiere a los registros extras (importantes) que se consideren como parte de la narrativa en la imagen | La fotografía generó gran impacto por lo que obtuvo una cantidad de *likes* (me gusta) que podría considerarse elevada. | Cruza el cinturón como muestra de seguridad y poder. | Hace énfasis en mostrar la belleza de su rostro. | Es una mujer que no teme mostrar seguridad y amor propio (actitud). | Es una mujer que muestra seriedad como elemento clave para la seguridad. |
| **INTERPRETACIÓN** | En el séptimo campo iconográfico descriptivo denominado "notas" el objetivo es identificar registros extras (importantes) que se consideren como parte de la narrativa en la imagen de la mujer o que conforma el mensaje en el post donde resulta que: Evelyn Gordillo menciona que la joven en la fotografía generó gran impacto por lo que obtuvo una cantidad de *likes* (me gusta) que podría considerarse elevada; Nadia Grijalva dice que la joven cruza el cinturón como muestra de seguridad y poder.; Magerly Sánchez piensa que la chica hace énfasis en mostrar la belleza de su rostro.; Viviana Solís observa que la mujer en la fotografía es una mujer que no teme mostrar seguridad y amor propio., por su parte Dayana Ronquillo considera que la muchacha es una mujer que muestra seriedad como elemento clave para la seguridad. | | | | |

<table>
<tr><td></td><td colspan="5">De ahí se concluye que, tanto para la entrevistada 2 Nadia Grijalva, la entrevistada 4 Viviana Solís como para la entrevistada 5 Dayana Ronquillo la imagen de la mujer en este autorretrato representa el poder y la seguridad, es decir son puntos de vista similares, aunque la participante 5 Dayana Ronquillo aclara que la seriedad para ella significa un rasgo que proyecta seguridad. La entrevistada 1 Evelyn Gordillo también manifiesta que la selfie recibe un número considerable de reacciones (likes). Mientras la entrevistada 3 Magerly Sánchez expresa que la mujer señala como un dato extra el acentuar la belleza únicamente de su rostro.<br>Es decir, 3 de las 5 entrevistadas manifiestan que los datos adicionales que se encuentran en la selfie de la joven son el cinturón de seguridad, la actitud y la seriedad que se interpreta como el actuar en el papel de una mujer empoderada; mientras para 1 de las entrevistadas faltantes es la cantidad de likes porque representa un alto impacto en su audiencia y para la otra participante imprime la belleza que se puede descifrar como el alcanzar los estándares de belleza.<br>Es así que 3 de 5 integrantes del grupo focal afirman que, los registros extras denotan que la joven al momento de hacerse el autorretrato pretende proyectar el ser una mujer empoderada (tener actividades que la representan) pero también se identifica el buscar la belleza (2 de 5 participantes), sin embargo en este apartado exclusivamente se representa principalmente el poder, por lo que se hace referencia el alcanzar el rol de la mujer empoderada (que pretende alcanzar los construcciones sociales actuales de lo ideal).</td></tr>
<tr><td rowspan="2">POST 2<br><br></td><td colspan="5">INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS</td></tr>
<tr><td>ENTREVISTADO 1<br>Nombre: Evelyn Gordillo<br>Edad: 22 años</td><td>ENTREVISTADO 2<br>Nombre: Nadia Grijalva<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 3<br>Nombre: Magerly Sánchez<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 4<br>Nombre: Viviana Solís<br>Edad: 21 años</td><td>ENTREVISTADO 5<br>Nombre: Dayana Ronquillo<br>Edad: 26 años</td></tr>
</table>

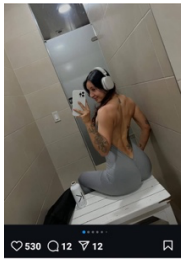
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **LEYENDA**<br>Descripción breve de la imagen<br>¿Qué muestra la imagen a simple vista?<br>¿Cuál es tu primera impresión cuando ves la selfie? | La chica se muestra con una pose sexy | Mujer sonriente seductora | Mujer mostrando sus glúteos y espalda probablemente por hacer ejercicio | Da la impresión de que es una mujer saludable | Mujer coqueta |
| **INTERPRETACIÓN** | En el primer campo iconográfico descriptivo denominado “leyenda” se pretende hacer una explicación rápida para conocer qué es lo que expresa la selfie a primera vista, es decir cuál es percepción que tienen las entrevistadas cuando observan el autorretrato, donde resulta que: Evelyn Gordillo dice que en la imagen la chica se muestra con una pose sexy; Nadia Grijalva menciona que en la selfie la mujer está sonriente y seductora; Magerly Sánchez piensa que es una mujer mostrando sus glúteos y espalda probablemente por hacer ejercicio; Viviana Solís argumenta que le da la impresión de que es una mujer saludable; y Dayana Ronquillo la define como una mujer coqueta.<br>De donde se infiere que, tanto para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo, la entrevistada 2 Nadia Grijalva como para la entrevistada 5 Dayana Ronquillo la imagen de la mujer representa a primera vista una selfie de una mujer que luce sexy, seductora y coqueta, es decir tienen puntos de vista similares porque la describen con diferentes palabras, pero coinciden en el significado lo que se descifra como el alcanzar un estándar social (específicamente la belleza). Sin embargo, a la entrevistada 3 Magerly Sánchez le parece en primera instancia que la selfie destaca la belleza de la joven | | | | |

<table>
<tr><td></td><td colspan="5">mostrando sus glúteos y espalda, pero haciendo referencia al ejercicio que se interpreta como el autocuidado que coincide con lo que nota la entrevistada 4 Viviana Solís porque la observa como una mujer saludable.<br>Es decir 3 de las 5 entrevistadas describen a la imagen como una mujer que se muestra sexy. Mientras que para las 2 entrevistadas faltantes le resulta la selfie una mujer que demuestra el autocuidado.<br>Por tanto, se deduce que para la mayor parte de entrevistadas (3 de 5) en esta selfie la imagen de la mujer representa la sensualidad, ligada a la sexualización, por lo que se describe al autorretrato como que la joven se proyecta sexualmente de manera inconsciente para alcanzar los estándares de belleza.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">POST 2<br><br></td><td colspan="5">INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS</td></tr>
<tr><td>ENTREVISTADO 1<br>Nombre: Evelyn Gordillo<br>Edad: 22 años</td><td>ENTREVISTADO 2<br>Nombre: Nadia Grijalva<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 3<br>Nombre: Magerly Sánchez<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 4<br>Nombre: Viviana Solís<br>Edad: 21 años</td><td>ENTREVISTADO 5<br>Nombre: Dayana Ronquillo<br>Edad: 26 años</td></tr>
<tr><td>TEMA<br>Roles que adopta la mujer en la imagen, y sus acciones.<br>¿Es una mujer tradicional o moderna?</td><td>Chica empoderada<br>haciendo ejercicio<br>Moderna</td><td>Autocuidado<br>(ejercicio)<br>Fuerza<br>Seductora<br>Moderna</td><td>Mujer seductora,<br>amante del ejercicio<br>No es tradicional</td><td>Mujer tomándose<br>para mostrarse bella<br>y seductora.<br>Actual</td><td>Es una mujer Fitness<br>(hace ejercicio) bella<br>Moderna</td></tr>
</table>

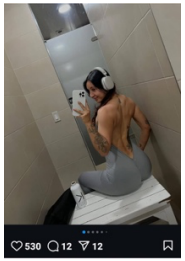
| | |
|---|---|
| **INTERPRETACIÓN** | En el segundo campo iconográfico descriptivo denominado “tema” el objetivo es explicar la percepción de el o los roles que adopta la mujer a través de la imagen que publica especificando la actividad que desarrolla la joven al momento de tomarse la selfie, pues lo que se pretende conocer es si la conducta empata con el rol que pretende proyectar la mujer en el autorretrato. Además de, saber si las actividades expresadas en la imagen son de una mujer tradicional o una moderna porque de esta manera se visibiliza cuál es el papel que imprime la mujer actualmente en la sociedad.<br>Donde resulta que: Evelyn Gordillo caracteriza en esta imagen a la joven con el rol de la mujer empoderada, además dice que la actividad que aduce en el momento es que está haciendo ejercicio, por lo que no considera que sea una mujer tradicional; Nadia Grijalva la observa con el rol de una mujer empoderada y también dice que la chica está haciendo ejercicio, por tanto, la considera una mujer moderna porque antes las mujeres no hacían ese tipo de actividades; por su parte Magerly Sánchez piensa que es una mujer moderna amante del ejercicio y se muestra con el rol de la mujer bella por tanto no es una mujer tradicional, al igual que Viviana Solís quien piensa que se muestra con el papel de la mujer bella y es una mujer actual, sin embargo, en la actividad dice que la chica se está tomando un selfie; mientras Dayana Ronquillo dice que la visualiza con el rol de una mujer bella que es fitness (cuidado personal a través del ejercicio), es decir la visualiza como una mujer moderna.<br>De allí se deduce que, para la entrevistada 3 Magerly Sánchez, la entrevistada 4 Viviana Solís como para la entrevistada 5 Dayana Ronquillo la imagen de la mujer en esta selfie se ve representada con el rol de una mujer bella porque se caracteriza a la joven como seductora y por ello realiza actividades de autocuidado como el ejercicio lo que se descifra que es para realzar sus atributos naturales (ser bella). Sin embargo, tanto la participante 2 Nadia Grijalva como la entrevistada 1 Evelyn Gordillo observan a la chica con el rol de la mujer empoderada, que hace ejercicio para cuidar de su cuerpo y a la vez luce bella, es decir se dirige tanto a ser bella como a ser una mujer que puede tener varias facetas, en este caso fuerte y guapa. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Además, todas las participantes dicen que el rol que representa la mujer en esta selfie sí es congruente con la actividad y por esto se menciona que es una mujer moderna que realiza una actividad que no hacía la mujer tradicional.<br>Por lo que, 3 de las 5 entrevistadas consideran que el rol de la imagen de la mujer se expresa como una mujer bella. No obstante 2 participantes argumentan que la joven se muestra con el papel de la mujer empoderada al ser una chica multifacética (al hacer ejercicio y siendo seductora) dado que se muestra con fuerza y belleza a la vez. Por tanto, es importante aclarar que la mujer empoderada según las integrantes del grupo focal encierra varias categorías, pues si bien es cierto que se muestra belleza también se expresa como una chica que hace varias actividades para demostrar poder como la actividad física.<br>Y sobre la percepción de la chica en cuanto al ser una mujer moderna o tradicional todas coinciden que es una mujer actual, pues la actividad del autorretrato no es la que desarrollaría una mujer que se conoce como la mujer tradicional. | | | | |
| **POST 2**<br> | **INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS** | | | | |
| | **ENTREVISTADO 1**<br>**Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años | **ENTREVISTADO 2**<br>**Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 3**<br>**Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 4**<br>**Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **ENTREVISTADO 5**<br>**Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años |
| **LUGARES**<br>En qué espacios geográficos encuentra la mujer y qué representa | Vestidores o un baño Representa privacidad | Baño gimnasio, es algo íntimo y cómodo para lucir bien. | Espejo de un vestidor de gimnasio, es un lugar privado. | Baño gimnasio privacidad | Es un baño representa un espacio para sí mismo y sentirse en libertad de mostrarse |

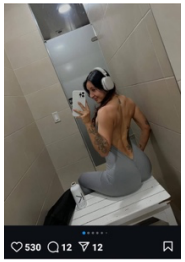
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| simbólicamente este espacio | | | | | como quiera, usualmente bonita. |
| **INTERPRETACIÓN** | En el tercer campo iconográfico descriptivo denominado “lugares” se busca describir en qué espacio geográfico o simbólico se encuentra la mujer en la selfie, es decir conocer cuál es la apreciación de la entrevistada cuando visualiza el autorretrato, donde resulta que: Evelyn Gordillo menciona que la joven se encuentra en los vestidores o un baño y representa privacidad; Nadia Grijalva dice que la joven está en un el baño de un gimnasio por lo que simbólicamente figura un espacio íntimo y cómodo para lucir bien; Magerly Sánchez piensa que geográficamente está en el espejo de un vestidor de un gimnasio y esto simboliza un lugar privado; Viviana Solís comenta que la chica está en el baño de un gimnasio y demuestra simbólicamente la privacidad; por su parte Dayana Ronquillo mira que la muchacha está un baño y para ella la selfie representa simbólicamente un espacio para sí misma y sentirse en libertad de mostrarse como quiera, usualmente bonita.<br>De ahí se interpreta que, tanto para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo, la entrevistada 2, la entrevistada 4 Viviana Solís como para la entrevistada 5 la joven este autorretrato está en el baño de un gimnasio, sin embargo, aunque para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo menciona que está en el baño también hace referencia a un vestidor como lo manifiesta la entrevistada 3 Magerly Sánchez, por lo que se infiere que todas las participantes tienen puntos de vista similares porque perciben el lugar con similares características geográficamente dado que puede ser un baño, vestidor de un gimnasio; además que, la imagen de la mujer en este autorretrato representa la privacidad, pues están en un espacio que se describe como íntimo o un lugar que es para sí mismo (cómodo) para mostrarse como quiera ser vista, que generalmente es linda. | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Es decir, todas las participantes coincidieron que la joven está en el baño o vestidor de un gimnasio y describen que simbólicamente esta área es la representación de lo privado a la hora de tomarse una selfie (pues todas afirmaron con sinónimos que este lugar tiene un significado relativo para ellas).<br>Es así que todas las integrantes del grupo focal afirman que, geográficamente la joven al momento de hacerse el autorretrato está el baño de un gimnasio y esta área simbólicamente describe una esfera personal para finalmente sentirse en libertad (a solas tranquila) y mostrarse como prefiera que de manera global es una mujer bella. | | | | |
| **POST 2**<br><br> | **INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS** | | | | |
| | **ENTREVISTADO 1**<br>**Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años | **ENTREVISTADO 2**<br>**Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 3**<br>**Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 4**<br>**Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **ENTREVISTADO 5**<br>**Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años |
| **OBJETOS**<br>¿Qué tipo de surrealismo considera que utiliza la imagen (efecto, filtro, encuadre etc.) y con qué objetivo? | La fotografía muestra que quiere cumplir con el estándar de la belleza mostrando el encuadre su cuerpo de una forma que la hace verse con mejor | Encuadre de glúteos y cuerpo en general para verse bella | La chica está usando un filtro para verse en un lugar de estatus o de confort y usa un plano americano. | Da una apariencia lujosa con un filtro *aesthetic* (estético). | Utiliza un filtro que detalla su imagen, el cual resalta su cuerpo. |

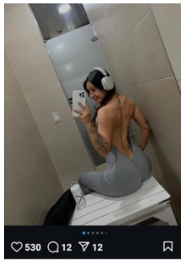
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | glúteos y espalda (encuadre). | | | | |
| **INTERPRETACIÓN** | En el cuarto campo iconográfico descriptivo denominado "objetos" se busca conocer la apreciación de las participantes en torno al surrealismo que utiliza la mujer en la selfie (reconocer qué efecto, filtro y/o encuadre usa) y con qué objetivo, es decir qué le motiva a emplear algo exterior a su naturaleza, donde resulta que: Evelyn Gordillo menciona que la joven en la fotografía muestra que quiere cumplir con el estándar de la belleza mostrando un encuadre de su cuerpo de una forma que la hace verse con mejor glúteos así como su espalda; Nadia Grijalva dice que la joven está en la imagen con un encuadre de glúteos y cuerpo en general porque quiere destacar su belleza, como la mujer ideal estéticamente ; Magerly Sánchez piensa que la chica está usando un filtro para verse en un lugar de estatus o de confort y usa un plano americano; Viviana Solís observa que la mujer en la fotografía da una apariencia lujosa con un filtro *aesthetic;* por su parte Dayana Ronquillo mira que la muchacha en la foto tiene un filtro que detalla su imagen, es decir el objetivo es resaltar su cuerpo.<br>Por tanto se interpreta que, para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo, la entrevistada 2 Nadia Grijalva como para la entrevistada 5 Dayana Ronquillo, la imagen de la mujer en este autorretrato usa filtros y encuadres estratégicos de sus glúteos, espalda y cuerpo en general para mostrarse bella, sin embargo para la entrevistada 3 Magerly Sánchez como la entrevistada 4 Viviana Solís perciben en la selfie el, confort o lo aesthetic para expresar que la mujer quiere proyectarse con un estilo de vida económico alto.<br>De ahí se resume que, tanto para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo, la entrevistada 2 Nadia Grijalva como para la entrevistada 5 Dayana Ronquillo la imagen de la mujer en este autorretrato usa el surrealismo con el objetivo de resaltar su belleza, es decir son puntos de vista similares; sin embargo, la entrevistada 3 Magerly Sánchez como la entrevistada 4 Viviana Solís manifiestan que lo que realmente quiere demostrar es estilo y de confort para dar estatus económico. | | | | |

<table>
<tr><td></td><td colspan="5">Es decir, 3 de las 5 participantes coincidieron que la joven intenta optimizar su belleza a través del surrealismo; sin embargo, para las 2 entrevistadas faltantes el surrealismo refleja estatus económico.<br>Es así que, la mayor parte de las entrevistadas (3 de 5) afirman que la joven en la imagen utiliza encuadres y filtros para alcanzar los estándares sociales actuales de lo bello, pues el surrealismo de la imagen de la mujer en esta selfie persigue el objetivo de obtener belleza.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">POST 2<br></td><td colspan="5">INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS</td></tr>
<tr><td>ENTREVISTADO 1<br>Nombre: Evelyn Gordillo<br>Edad: 22 años</td><td>ENTREVISTADO 2<br>Nombre: Nadia Grijalva<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 3<br>Nombre: Magerly Sánchez<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 4<br>Nombre: Viviana Solís<br>Edad: 21 años</td><td>ENTREVISTADO 5<br>Nombre: Dayana Ronquillo<br>Edad: 26 años</td></tr>
<tr><td>PERSONAJES<br>¿Qué expresiones faciales, poses tiene la fotografía?</td><td>Sus expresiones faciales muestran que está feliz.</td><td>Expresión seductora, pose sensual.</td><td>Posición de la mujer para mostrar su espalda musculosa, tatuajes y grandes glúteos.</td><td>Una pose que resalta sus atributos.</td><td>Muestra alegría y a la vez es coqueta.</td></tr>
<tr><td>INTERPRETACIÓN</td><td colspan="5">En el quinto campo iconográfico descriptivo denominado “personajes” el objetivo es identificar qué expresiones faciales y poses utiliza la mujer en la selfie, es decir qué es lo que más quiere resaltar el personaje al usar ciertas poses o expresiones donde resulta que: Evelyn Gordillo menciona que la joven en la selfie tiene expresiones faciales que muestran que está feliz; Nadia Grijalva dice que la joven está en la imagen con una expresión seductora y una pose sensual; Magerly Sánchez piensa que la chica tiene una posición para mostrar su espalda musculosa, tatuajes y grandes</td></tr>
</table>

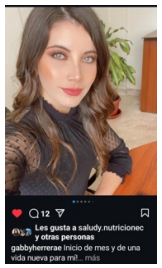
| | |
|---|---|
| | glúteos.; Viviana Solís observa que la mujer en la fotografía muestra una pose que resalta sus atributos, por su parte Dayana Ronquillo considera que la muchacha muestra alegría y a la vez es coqueta<br>De ahí se infiere que, tanto para la entrevistada 2 Nadia Grijalva, la entrevistada 3 Magerly Sánchez, la entrevistada 4 Viviana Solís como para la entrevistada 5 Dayana Ronquillo la imagen de la mujer en este autorretrato usa expresiones de seducción, coqueteo y una pose con su cuerpo que demuestra sensualidad a través de su espalda, glúteos, es decir se expresa como una mujer bella, sin embargo la entrevistada 5 Dayana Ronquillo menciona que además distingue una expresión de alegría al igual que la entrevistada 1 Evelyn Gordillo quien manifiesta que la chica en la foto tiene una expresión de felicidad.<br>Es así que, sobre la percepción de selfie en cuanto a las expresiones y poses 4 de 5 participantes coinciden que la mujer expresa belleza, sin embargo, 1 de las participantes únicamente encontró una expresión de felicidad.<br>Por tanto, la mayor parte de las entrevistadas afirman que la joven en la imagen resalta principalmente la belleza de la mujer, es decir alcanzar los estándares socioculturales actuales. |

| **POST 2** | **INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS** | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
|  | **ENTREVISTADO 1**<br>**Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años | **ENTREVISTADO 2**<br>**Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 3**<br>**Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 4**<br>**Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **ENTREVISTADO 5**<br>**Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años |

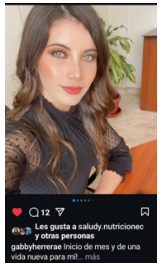
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **ELEMENTOS NATURALES** ¿Cómo se muestran, sus narrativas visuales, es decir cómo destaca sus atributos naturales al peinar su cabello, lucir su piel, labios y/o qué ropa usa etc.? | La imagen muestra que tiene un cabello natural y muy cuidado al igual que su rostro se encuentra sin maquillaje. | Espalda fuerte, muestra poder. | Su cabello se ve arreglado, su rostro no tiene maquillaje, sin embargo, hace más énfasis en lucir su cuerpo formado natural con un enterizo deportivo ajustado a su cuerpo con escote en la espalda. | Su piel se ve sin imperfecciones y cintura pequeña. | Su cuerpo es muy bien cuidado pues tiene una espalda perfecta con músculos que detallan su silueta. |
| **INTERPRETACIÓN** | En el sexto campo iconográfico descriptivo denominado "elementos naturales" se busca conocer la apreciación de las participantes en torno a las narrativas visuales que destaca la mujer en la selfie (es decir cómo destaca sus atributos naturales al peinar su cabello, lucir su piel, labios y/o qué ropa usa entre otros aspectos que se consideren valiosos) donde resulta que: Evelyn Gordillo menciona que la joven en la selfie muestra que tiene un cabello natural y muy cuidado al igual que su rostro que se encuentra sin maquillaje; Nadia Grijalva dice que la joven luce una espalda fuerte para mostrar poder; Magerly Sánchez piensa que la chica muestra su cabello arreglado, un rostro sin maquillaje, sin embargo hace más énfasis en lucir su cuerpo formado naturalmente usando un enterizo deportivo ajustado a su cuerpo con escote en la espalda; Viviana Solís observa que la mujer en la fotografía presenta una piel sin imperfecciones y con una cintura pequeña; por su parte Dayana Ronquillo mira que la muchacha en la foto proyecta un cuerpo bien cuidado pues tiene una espalda perfecta con músculos que detallan su silueta. | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Por tanto se infiere que, tanto para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo, la entrevistada 3 Magerly Sánchez, la entrevistada 4 Viviana Solís como para la entrevistada 5 Dayana Ronquillo la imagen de la mujer en este autorretrato destaca como narrativa predominante la belleza a través de sus atributos naturales como: su cabello natural, un rostro libre de maquillaje (piel perfecta) y de manera general su cuerpo usando cierto estilo de ropa que coadyuva a visualizar su silueta; sin embargo la entrevistada 2 Nadia Grijalva manifiesta que al mostrar la espalda la joven lo hace para demostrar fuerza, es decir el rol de la mujer empoderada.<br>Es así que, para la mayor parte de las participantes (4 de 5) las narrativas visuales principalmente en la selfie de la mujer hacen referencia a lo estético y sus atributos naturales se mejoran por la manera en la cual lo lucen como el peinado o la ropa, mientras 1 de las participantes solo hace referencia a la fuerza.<br>De esta manera se puede decir que, 4 de las 5 participantes coincidieron que la joven en la imagen resalta tanto su cabello, piel como su silueta, es decir se pretende alcanzar los estándares de la belleza socialmente; y 1 entrevistada menciona que en esta selfie la joven resalta su espalda con el rol de representar la mujer empoderada. | | | | |
| **POST 2**<br><br> | **INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS** | | | | |
| | **ENTREVISTADO 1**<br>**Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años | **ENTREVISTADO 2**<br>**Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 3**<br>**Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 4**<br>**Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **ENTREVISTADO 5**<br>**Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años |
| **NOTAS**<br>Se refiere a los registros extras | Considero que la fotografía tiene nitidez (dar estatus | Botellón de agua, mostrándose como una mujer seductora | Muestra elementos costosos como el | Una mujer que le gusta mostrar su lado fitness (ejercicio para | La mujer detalla su cuerpo con la pose que está, no obstante, no |

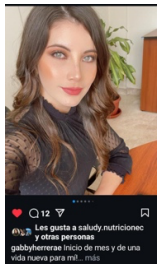
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| (importantes) que se consideren como parte de la narrativa en la imagen | económico) en sus colores y también la selfie podría ser muy sexualizada (la mujer se convierte en un objeto sexual y ser apreciada). | mediante el autocuidado (mujer hermosa). | celular y los audífonos (estándar económico). | estar en forma y verse como una mujer bella). | debe ponerse en esa pose (podría sexualizarse). |
| **INTERPRETACIÓN** | En el séptimo campo iconográfico descriptivo denominado "notas" el objetivo es identificar registros extras (importantes) que se consideren como parte de la narrativa en la imagen de la mujer o que conforma el mensaje en el post donde resulta que: Evelyn Gordillo menciona que la joven en la fotografía considera que la fotografía tiene nitidez (dar estatus económico) en sus colores, pero la selfie podría ser muy sexualizada (la mujer se convierte en un objeto sexual para ser apreciada).; Nadia Grijalva dice que la joven tiene un botellón de agua, mostrándose como una mujer seductora mediante el autocuidado (mujer hermosa); Magerly Sánchez piensa que la chica muestra elementos costosos como el celular y los audífonos (estándar económico); Viviana Solís observa que a la mujer le gusta mostrar su lado fitness (ejercicio para estar en forma y verse como una mujer bella); por su parte Dayana Ronquillo considera que la mujer detalla su cuerpo con la pose que está, no obstante, no debe ponerse en esa pose (podría sexualizarse).<br>De ahí se concluye que, tanto para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo, la entrevistada 2 Nadia Grijalva, la entrevistada 4 Viviana Solís como para la entrevistada 5 Dayana Ronquillo la imagen de la mujer en este autorretrato refleja la belleza ligada a el autocuidado, seducción y sexualización es decir son puntos de vista similares porque lo hacen con el fin de mostrarse bella, aunque la participante 5 Evelyn Gordillo aclara que además la joven pretende mostrar un alto estatus económico por la nitidez de la selfie al igual que la entrevistada 3 Magerly Sánchez quien desde su punto de | | | | |

<table>
<tr><td></td><td colspan="5">vista señala que la mujer muestra en la imagen que tiene como objetivo alcanzar un estándar económico como un dato extra al mostrar elementos costosos.<br>Es decir, la mayor parte de las entrevistadas (4 de las 5) manifiestan que los datos adicionales que se encuentran en la selfie de la joven son la actitud sexualizada y seductora a través del autocuidado para mostrarse bellas y esto se interpreta como querer alcanzar los estándares de la belleza actual; mientras para 1 de las entrevistadas faltantes es únicamente el demostrar una posición económica elevada.<br>Es así que 4 de 5 integrantes del grupo focal afirman que, los registros extras denotan que la joven al momento de hacerse el autorretrato pretende proyectarse como una mujer bella (a través de actividades que la representen como el autocuidado) para ser apreciada, por lo que se hace referencia el alcanzar las construcciones sociales actuales de lo ideal estéticamente.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">POST 3<br><br></td><td colspan="5">INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS</td></tr>
<tr><td>ENTREVISTADO 1<br>Nombre: Evelyn Gordillo<br>Edad: 22 años</td><td>ENTREVISTADO 2<br>Nombre: Nadia Grijalva<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 3<br>Nombre: Magerly Sánchez<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 4<br>Nombre: Viviana Solís<br>Edad: 21 años</td><td>ENTREVISTADO 5<br>Nombre: Dayana Ronquillo<br>Edad: 26 años</td></tr>
<tr><td>LEYENDA<br>Descripción breve de la imagen<br>¿Qué muestra la imagen a simple vista?</td><td>Es una mujer que está feliz y tranquila</td><td>Mujer sonriente guapa</td><td>Mujer feliz y estilizada</td><td>Mujer sonriente y linda.</td><td>Mujer tranquila</td></tr>
</table>

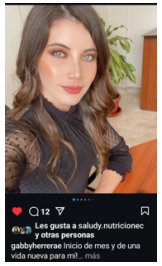
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| ¿Cuál es tu primera impresión cuando ves la selfie? | | | | | |
| **INTERPRETACIÓN** | En el primer campo iconográfico descriptivo denominado “leyenda” se pretende hacer una explicación rápida para conocer qué es lo que expresa la selfie a primera vista, es decir cuál es percepción que tienen las entrevistadas cuando observan el autorretrato, donde resulta que: Evelyn Gordillo dice que en la imagen la chica se muestra como una mujer que está feliz y tranquila; Nadia Grijalva menciona que en la selfie la mujer está sonriente y guapa; Magerly Sánchez piensa que la mujer está feliz y estilizada; Viviana Solís argumenta la joven está sonriente y linda; y Dayana Ronquillo la define como una mujer tranquila.<br>De donde se infiere que, tanto para la entrevistada 2 Nadia Grijalva, la entrevistada 3 como para la entrevistada 4 Viviana Solís, la imagen de la mujer representa a primera vista una joven que está sonriente y bella, es decir que tienen puntos de vista similares, aunque la describen con diferentes palabras, pero coinciden en el significado, lo que se descifra como el alcanzar un estándar social de belleza, dado que el expresarse con una sonrisa hace parte del ser linda.<br>Sin embargo, aunque a la entrevistada 1 Evelyn Gordillo también le parece en primera instancia que la selfie destaca felicidad al mostrarse la joven sonriente también nota tranquilidad y coincide con lo que argumenta la entrevistada 5 Dayana Ronquillo, caracterizando el rol de la mujer empoderada, pues la tranquilidad es un rasgo que hace parte de este papel.<br>Es decir 3 de las 5 entrevistadas describen a la imagen como una mujer que se muestra sonriente y bella. Mientras que para las 2 entrevistadas faltantes les resulta la selfie una mujer que demuestra tranquilidad. | | | | |

<table>
<tr><td></td><td colspan="5">Por tanto, se deduce que para la mayor parte de entrevistadas (3 de 5) en esta selfie la imagen de la mujer representa la sonrisa ligada a la belleza, por lo que se describe al autorretrato como una joven que se proyecta felicidad de manera inconsciente con su sonrisa para alcanzar los estándares de belleza.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">POST 3<br><br></td><td colspan="5">INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS</td></tr>
<tr><td>ENTREVISTADO 1<br>Nombre: Evelyn Gordillo<br>Edad: 22 años</td><td>ENTREVISTADO 2<br>Nombre: Nadia Grijalva<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 3<br>Nombre: Magerly Sánchez<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 4<br>Nombre: Viviana Solís<br>Edad: 21 años</td><td>ENTREVISTADO 5<br>Nombre: Dayana Ronquillo<br>Edad: 26 años</td></tr>
<tr><td>TEMA<br>Roles que adopta la mujer en la imagen, y sus acciones.<br>¿Es una mujer tradicional o moderna?</td><td>Mujer empoderada, que trabaja<br>Moderna</td><td>Mujer de poder, trabajando<br>Moderna</td><td>Mujer que disfruta de su hogar, orgullosa de quién es y segura de su belleza.<br>Tradicional</td><td>Mujer feliz y trabajadora (con poder).<br>Moderna</td><td>Es una ama de casa bella, que está en su día a día.<br>Tradicional</td></tr>
<tr><td>INTERPRETACIÓN</td><td colspan="5">En el segundo campo iconográfico descriptivo denominado “tema” el objetivo es explicar la percepción de el o los roles que adopta la mujer a través de la imagen que publica especificando la actividad que desarrolla la joven al momento de tomarse la selfie, pues lo que se pretende conocer es si la conducta empata con el rol que pretende proyectar la mujer en el autorretrato. Además de, saber si las actividades expresadas en la imagen son de una mujer tradicional o una moderna porque de esta manera se visibiliza cuál es el papel que imprime la mujer actualmente en la sociedad.</td></tr>
</table>

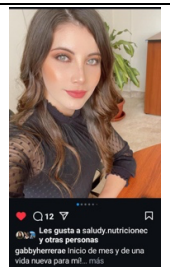
| | |
|---|---|
| | Donde resulta que: Evelyn Gordillo caracteriza en esta imagen a la mujer con el rol de una mujer empoderada, además dice que la actividad que aduce en el momento es su trabajo por lo que no considera que sea una mujer tradicional; Nadia Grijalva la observa con el rol de una mujer empoderada y también dice que la chica está trabajando al momento de tomarse la selfie, por tanto la considera una mujer moderna porque antes las mujeres no solían trabajar; mientras Magerly Sánchez piensa que es una mujer tradicional que se muestra con un rol de belleza porque está orgullosa de quién es y segura por su gracia mientras disfruta de su hogar; por su parte Viviana Solís la observa con el rol de una mujer empoderada porque trabaja y a razón la aprecia como una mujer moderna; sin embargo Dayana Ronquillo dice que la visualiza con el rol de una mujer bella que es ama de casa que está en su día a día al momento de tomarse la selfie y por ello considera que es una mujer tradicional.<br>De allí se deduce que, para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo, la entrevistada 2 Nadia Grijalva y la entrevistada 4 Viviana Solís la imagen de la mujer en esta selfie se ve representada con el rol de una mujer empoderada, que trabaja y por lo tanto se la considera una mujer moderna. Sin embargo, tanto para la entrevistada 3 Magerly como para la entrevistada 5 Dayana Ronquillo visualizan a la joven de la selfie con el rol de una mujer bella, que se dedica a su casa. Es decir, 3 de las 5 entrevistadas consideran que el rol de la imagen de la mujer se expresa como una mujer bella. No obstante 2 participantes dicen que la joven asume el rol de una mujer bella cuya actividad es de hogar y por lo tanto se la aprecia como la mujer tradicional.<br>En cuanto a la percepción sobre la congruencia de la actividad en esta selfie, todas las participantes coinciden que la actividad que realiza tanto la mujer tradicional como la moderna sí es congruente con el papel que asumen en el autorretrato a través de la actividad que realizan al momento de tomarse la selfie.<br>Es así que la mayor parte de las integrantes del grupo focal afirman que, la joven al momento de hacerse la selfie se proyecta como una mujer moderna porque desarrolla una actividad desconocida a la de una mujer tradicional, es decir |

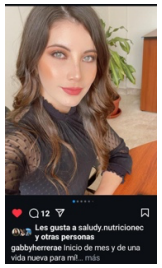
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | que trabaja; por lo que 3 de las 5 entrevistadas piensan que el rol que representa la imagen de la mujer en esta selfie es de la mujer empoderada, en otras palabras, se dirige a cumplir con los estándares sociales actuales. | | | | |
| **POST 3**   | **INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS** | | | | |
| | **ENTREVISTADO 1** **Nombre:** Evelyn Gordillo **Edad:** 22 años | **ENTREVISTADO 2** **Nombre:** Nadia Grijalva **Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 3** **Nombre:** Magerly Sánchez **Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 4** **Nombre:** Viviana Solís **Edad:** 21 años | **ENTREVISTADO 5** **Nombre:** Dayana Ronquillo **Edad:** 26 años |
| **LUGARES** En qué espacios geográficos encuentra la mujer y qué representa simbólicamente este espacio | Oficina o aula de estudios y representa la autonomía (mujer empoderada) | Escritorio Oficina, simboliza tener el control (mujer empoderada) | Hogar y el espacio representa el área con la que se identifica, osea como ama de casa. | Oficina, representa el tener el control de su vida porque se muestra en su lugar de trabajo, es decir ser empoderada o tener al ser independiente económicamente. | Está la sala de su casa que representa el espacio donde desarrolla su rol aunque acentúa más en la foto que se ve bonita. |
| **INTERPRETACIÓN** | En el tercer campo iconográfico descriptivo denominado “lugares” se busca describir en qué espacio geográfico o simbólico se encuentra la mujer en la selfie, es decir conocer cuál es la apreciación espacial de la entrevistada cuando visualiza el autorretrato de la joven y que representa este lugar para ella, donde resulta que: Evelyn Gordillo menciona que la joven se encuentra en la oficina o un aula de estudios y representa la autonomía de una mujer empoderada; Nadia | | | | |

| | |
|---|---|
| | Grijalva dice que la joven está en el escritorio de su oficina por lo que simbólicamente figura un espacio donde tiene el control de una mujer empoderada; Magerly Sánchez piensa que geográficamente está en su hogar y esto simboliza el área con la que se identifica, osea como ama de casa; Viviana Solís comenta que la chica está en su oficina y demuestra simbólicamente el tener el control de su vida pues se muestra en su lugar de trabajo, es decir ser empoderada al ser independientemente económicamente; por su parte Dayana Ronquillo mira que la muchacha está la sala de su casa y para ella representa el espacio donde desarrolla su rol como ama de casa, aunque acentúa más en la foto que se ve bonita.<br>De ahí se interpreta que, tanto para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo, la entrevistada 2, la entrevistada como para la entrevistada 4 Viviana Solís la joven este autorretrato está en la oficina, sin embargo, la entrevistada 1 Evelyn Gordillo menciona que puede estar en un aula de estudios, por lo que se infiere que todas las participantes tienen puntos de vista similares porque perciben el lugar como un espacio de trabajo; además coinciden que, la imagen de la mujer en este autorretrato representa el empoderamiento, pues están en un espacio que se expresa autonomía, control e independencia económica. Sin embargo, la entrevistada 3 Magerly Sánchez manifiesta que la chica está en su hogar y para ella en la selfie resalta el espacio simbólico con el rol con el que se siente identificada. Por su parte la entrevistada 5 Dayana Ronquillo distingue que, aunque la mujer también se encuentra en la sala de su casa y usa este espacio simbólicamente para evidenciar su rol como ama de casa, resalta más su aspecto, es decir el ser una mujer bella en su casa.<br>Es decir, 3 de las 5 entrevistadas coinciden que la joven está en su oficina y que esta área simboliza un área de trabajo que enmarca la representación del poder a través de la autonomía, el control y la independencia económica que se proyecta. Mientras para la entrevistada 3 Magerly Sánchez como para la entrevistada 5 Dayana Ronquillo este espacio simboliza la identificación de su rol de género es decir es ser ama de casa, sin embargo, para la participante 5 hay un rasgo que se imprime con mayor importancia y es el ser bella (a pesar de estar en el mismo espacio geográfico). |

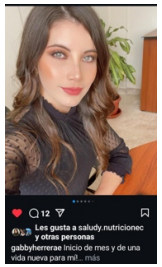
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Es así que, la mayor parte de las integrantes del grupo focal (3 de 5) afirman que, geográficamente la joven al momento de hacerse el autorretrato está su oficina es decir en su área de trabajo y representa el poder (al mostrarse la joven con autonomía control e independencia), por lo que se hace referencia el alcanzar el rol de la mujer empoderada (pretende alcanzar los estándares sociales actuales de una mujer, que trabaja o estudia, tiene el control de su vida y es independiente). Mientras 2 de las participantes faltantes opina que la chica está en su hogar y este espacio simboliza el lugar donde desarrolla su rol como ama de casa, aunque 1 de ellas acentúa el papel de ser una mujer bella. | | | | |
| **POST 3**   | **INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS** | | | | |
| | **ENTREVISTADO 1**<br>**Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años | **ENTREVISTADO 2**<br>**Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 3**<br>**Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **ENTREVISTADO 4**<br>**Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **ENTREVISTADO 5**<br>**Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años |
| **OBJETOS**<br>¿Qué tipo de surrealismo considera que utiliza la imagen (efecto, filtro, encuadre etc.) y con qué objetivo? | La imagen está muy fabricada, considero que tiene filtros y efectos que cambian por completo a la chica para mostrarse bella. | Filtros para rostro, ojos y piel con el objetivo de verse como la mujer ideal estéticamente. | Filtros que aparentan maquillaje, afinan el rostro, suavizan la piel y resaltan el color de sus ojos y quiere mostrarse bonita. | Filtro claro, efecto nariz fina y ojos claros para verse como una mujer más bella. | Utiliza un filtro claro que resalta sus ojos y maquillaje para acentuar su belleza. |
| **INTERPRETACIÓN** | En el cuarto campo iconográfico descriptivo denominado “objetos” se busca conocer la apreciación de las participantes en torno al surrealismo que utiliza la mujer en la selfie (reconocer qué efecto, filtro y/o encuadre usa) y con qué | | | | |

<table>
<tr><td></td><td colspan="5">objetivo, es decir qué le motiva a emplear algo exterior a su naturaleza, donde resulta que: Evelyn Gordillo menciona que la imagen de la joven está muy fabricada pues considera que tiene filtros y efectos que cambian por completo a la chica y su objetivo es de mostrarse más bella; Nadia Grijalva dice que la joven está en la imagen con filtros para rostro, ojos y piel con el objetivo de verse como la mujer ideal estéticamente; Magerly Sánchez piensa que la chica usa filtros que aparentan maquillaje, afinan el rostro, suavizan la piel y resaltan el color de sus ojos porque quiere mostrarse bonita; Viviana Solís observa que la mujer en la fotografía usa filtro claro, efecto nariz fina y ojos claros para verse como una mujer más bella. Por su parte Dayana Ronquillo mira que la muchacha en la foto tiene un filtro claro que resalta sus ojos y maquillaje para acentuar su belleza.<br>De ahí se resume que, tanto para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo, la entrevistada 2 Nadia Grijalva, la entrevistada 3 Magerly Sánchez, la entrevistada 4 Viviana Solís como para la entrevistada 5 Dayana Ronquillo la imagen de la mujer en este autorretrato usa surrealismo, específicamente filtros (para mejorar la apariencia de nariz, ojos y piel) con el objetivo de resaltar o mejorar su belleza, es decir son puntos de vista similares; sin embargo aunque la entrevistada 1 Evelyn Gordillo también manifiesta que la chica en la selfie usa los filtros para mejorar su belleza afirma que está belleza es excesivamente fabricada.<br>Es decir, todas las participantes coincidieron que la joven intenta optimizar su belleza a través del surrealismo (con el uso de filtros); sin embargo, 1 de las entrevistadas profundiza que la mujer al producir su belleza destruye prácticamente su identidad física, es decir refleja una fuerte convicción por alcanzar los ideales de belleza de la mujer, pues el surrealismo de la imagen de la mujer en esta selfie persigue el objetivo de mejorar su belleza.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">POST 3</td><td colspan="5">INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS</td></tr>
<tr><td>ENTREVISTADO 1</td><td>ENTREVISTADO 2</td><td>ENTREVISTADO 3</td><td>ENTREVISTADO 4</td><td>ENTREVISTADO 5</td></tr>
</table>

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
|  | **Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años | **Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años |
| **PERSONAJES**<br>¿Qué expresiones faciales, poses tiene la fotografía? | Se muestra con una expresión facial bonita y feliz. | Muestra felicidad y poder al colocar el brazo y usar esa pose de seguridad. | Mujer está feliz en un día casual lista para salir de su hogar.<br>Mujer de aproximadamente 30 años en un plano medio que resalta su aspecto físico. | Una expresión facial de felicidad y belleza. | Su postura es relajada y fuerte pues muestra su cabeza hasta su abdomen. |
| **INTERPRETACIÓN** | En el quinto campo iconográfico descriptivo denominado “personajes” el objetivo es identificar qué expresiones faciales y poses utiliza la mujer en la selfie, es decir qué es lo que más quiere resaltar el personaje al usar ciertas poses o expresiones donde resulta que: Evelyn Gordillo menciona que la joven en la selfie tiene una expresión facial bonita y feliz; Nadia Grijalva dice que la joven está en la imagen con una pose de poder y seguridad al colocar el brazo de esa forma, mientras en su expresión muestra felicidad; Magerly Sánchez piensa que la chica de aproximadamente 30 años de edad tiene una expresión de felicidad en un día casual y está lista para salir de su hogar y usa un plano medio que resalta su aspecto físico; Viviana Solís observa que la mujer en la fotografía muestra una expresión facial de felicidad | | | | |

<table>
<tr><td></td><td colspan="5">y belleza, por su parte Dayana Ronquillo considera que la muchacha tiene una postura relajada y fuerte pues muestra su cabeza hasta su abdomen.<br>De ahí se concluye que, tanto para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo, la entrevistada 3 Magerly Sánchez como para la entrevistada 4 Viviana Solís, la imagen de la mujer en este autorretrato usa una expresión de felicidad, es decir son puntos de vista similares y se interpreta con el mostrarse feliz como parte de mostrarse bella, sin embargo tanto para la entrevistada 2 Nadia Grijalva como para la entrevistada 5 Dayana Ronquillo perciben que la joven en la selfie usa una pose de poder que se expresa a través de la seguridad y la fuerza en su lenguaje no verbal, por lo que se descifran estas poses con el asumir el rol de la mujer empoderada.<br>Es así que, sobre la percepción de la selfie en cuanto a las expresiones y poses 3 de 5 participantes del coinciden que la mujer proyecta belleza a través de su expresión de felicidad porque hace parte de este encuadre semiótico, sin embargo, 2 de las participantes visualizan poses de poder.<br>Por tanto, la mayor parte de las entrevistadas afirman que la joven en la imagen resalta principalmente la belleza de la mujer, es decir alcanzar los estándares socioculturales actuales.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">POST 3<br><br></td><td colspan="5">INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS</td></tr>
<tr><td>ENTREVISTADO 1<br>Nombre: Evelyn Gordillo<br>Edad: 22 años</td><td>ENTREVISTADO 2<br>Nombre: Nadia Grijalva<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 3<br>Nombre: Magerly Sánchez<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 4<br>Nombre: Viviana Solís<br>Edad: 21 años</td><td>ENTREVISTADO 5<br>Nombre: Dayana Ronquillo<br>Edad: 26 años</td></tr>
<tr><td>ELEMENTOS NATURALES</td><td>La forma en que peina su cabello es su</td><td>Cabello claro, ojos verdes, usa ropa</td><td>Cabello luminoso, voluminoso,</td><td>Cabello largo, piel sin imperfecciones.</td><td>No muestra su cuerpo, pero sabe cómo verse</td></tr>
</table>

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| ¿Cómo se muestran, sus narrativas visuales, es decir cómo destaca sus atributos naturales al peinar su cabello, lucir su piel, labios y/o qué ropa usa etc.? | único atributo natural para lucir bella. | negra que representa el poder. | maquillaje perfecto, ojos llamativos. | | arreglada con su cabello en ondas y un saco negro que le da seguridad visualmente. |
| **INTERPRETACIÓN** | En el sexto campo iconográfico descriptivo denominado "elementos naturales" se busca conocer la apreciación de las participantes en torno a las narrativas visuales que destaca la mujer en la selfie (es decir cómo destaca sus atributos naturales al peinar su cabello, lucir su piel, labios y/o qué ropa usa entre otros aspectos que se consideren valiosos) donde resulta que: Evelyn Gordillo menciona que la joven en la selfie que la forma en la que peina su cabello es su único atributo natural para lucir bella; Nadia Grijalva dice que la joven resalta cabello claro, ojos verdes, usa ropa negra que representa el poder; Magerly Sánchez piensa que la chica usa cabello voluminoso, maquillaje perfecto y ojos llamativos; Viviana Solís observa que la mujer en la fotografía presenta cabello largo y una piel sin imperfecciones.; por su parte Dayana Ronquillo mira que la muchacha en la foto no muestra su cuerpo, pero sabe cómo verse arreglada con su cabello en ondas y un saco negro que le da seguridad visualmente.<br>Por tanto se infiere que, para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo, la entrevistada 3 Magerly Sánchez como para la entrevistada 4 Viviana Solís la imagen de la mujer en este autorretrato resalta como atributo natural el cabello bien presentado (ya sea por el peinado y como lo mantiene), por lo que se interpreta que al llevarlo de esta manera mejora su aspecto para alcanzar lo estándares aceptados la mujer bella socialmente, pues son las mujeres de cabello claro, | | | | |

<table>
<tr><td></td><td colspan="5">voluminoso y arreglado las que le dan a la mujer un aspecto estético aceptable; por su parte la entrevistada 5 Dayana Ronquillo expresa que aunque también observa su cabello como un atributo natural que resalta porque luce bien con ondas la ropa negra representa seguridad que coincide con el criterio de la entrevistada 2 Nadia Grijalva quien aclara que la ropa de color negro en la foto significa poder, es decir hace referencia al usar la ropa de color negro como el símbolo de la poder/fortaleza que tiene la mujer empoderada.<br>De esta manera se puede decir que, 3 de las 5 participantes coincidieron que la joven en la imagen resalta más su cabello, es decir se pretende alcanzar los estándares de la belleza socialmente aceptada y 2 de las participantes hacen énfasis en el empoderamiento de la mujer por el color de ropa que usa (aunque también notan el cabello como atributo, sin embargo este es secundario).</td></tr>
<tr><td rowspan="2">POST 3<br><br></td><td colspan="5">INTERPRETACIÓN PARA LOS ENTREVISTADOS</td></tr>
<tr><td>ENTREVISTADO 1<br>Nombre: Evelyn Gordillo<br>Edad: 22 años</td><td>ENTREVISTADO 2<br>Nombre: Nadia Grijalva<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 3<br>Nombre: Magerly Sánchez<br>Edad: 23 años</td><td>ENTREVISTADO 4<br>Nombre: Viviana Solís<br>Edad: 21 años</td><td>ENTREVISTADO 5<br>Nombre: Dayana Ronquillo<br>Edad: 26 años</td></tr>
<tr><td>NOTAS<br>Se refiere a los registros extras (importantes) que se consideren como parte</td><td>Tiene una nota de página que podría ser llamativa al empezar algo nuevo.</td><td>Mujer que demuestra seguridad</td><td>Muestra su hogar en el fondo de su selfie.</td><td>Muestra seguridad y autoestima.</td><td>Es una mujer tranquila que ofrece paciencia y dedicación.</td></tr>
</table>

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| de la narrativa en la imagen | | | | | |
| **INTERPRETACIÓN** | En el séptimo campo iconográfico descriptivo denominado “notas” el objetivo es identificar registros extras (importantes) que se consideren como parte de la narrativa en la imagen de la mujer o que conforma el mensaje en el post donde resulta que: Evelyn Gordillo menciona que la joven en la fotografía tiene una nota de página que podría ser llamativa por seguridad al empezar algo nuevo; Nadia Grijalva dice que la joven muestra seguridad; Magerly Sánchez muestra su hogar en el fondo de su selfie; Viviana Solís observa que la mujer en la fotografía muestra seguridad y autoestima, por su parte Dayana Ronquillo considera que la muchacha es una mujer tranquila que ofrece paciencia y dedicación.<br>De ahí se infiere que, tanto para la entrevistada 1 Evelyn Gordillo, la entrevistada 2 Nadia Grijalva como para la entrevistada 3 Magerly Sánchez la imagen de la mujer en este autorretrato representa seguridad y autoestima, es decir son puntos de vista similares. Por su parte la entrevistada 3 Magerly Sánchez como la participante 5 Dayana Ronquillo manifiestan que la selfie refleja el rol de género como ama de casa porque exponen tanto el lugar donde está la mujer considerada ama de casa como las características de la misma.<br>Es decir, 3 de las 5 entrevistadas manifiestan que los datos adicionales que se encuentran en la selfie de la joven la actitud de confianza y seguridad que se interpreta como el actuar en el papel de una mujer empoderada; mientras para las 2 entrevistadas faltantes es el rol de género como ama de casa porque se destaca el contexto donde desarrolla su rol y las características que implican actuar como tal.<br>Es así que 3 de 5 integrantes del grupo focal afirman que, los registros extras denotan que la joven al momento de hacerse el autorretrato pretende proyectar el ser una mujer empoderada (a través de su lenguaje no verbal), mientras 2 de las 5 participantes, identifican a la joven con el rol de género (como ama de casa), sin embargo en este apartado | | | | |

| | |
|---|---|
| | exclusivamente se representa principalmente el empoderamiento de la mujer por su actitud, es decir el alcanzar los construcciones sociales actuales de la mujer en torno a la seguridad, autoestima y en sí al poder de controlar su vida. |

**Nota:** Matriz de recolección de datos completa con la interpretación de cada participante en referencia a los tres posts proyectados en el grupo focal.

*Tabla 5 Matriz resumida de los tres posts*

| **Posts** | **Leyenda**<br>Descripción breve de la imagen<br>¿Qué muestra la imagen a simple vista?<br>¿Cuál es tu primera impresión cuando ves la selfie? | **Tema**<br>¿Qué roles adopta la mujer en la imagen y cuáles son las acciones que está desarrollando al momento de tomarse la selfie?<br>¿Es una mujer | **Lugares**<br>¿En qué espacios geográficos se encuentra la mujer y qué representa simbólicamente este espacio? | **Objetos**<br>¿Qué tipo de surrealismo considera que utiliza la imagen (efecto, filtro, encuadre etc.) y con qué objetivo? | **Personajes**<br>¿Qué expresiones faciales, poses tiene la fotografía? | **Elementos Naturales**<br>¿Cómo se muestran, sus narrativas visuales, es decir cómo destaca sus atributos naturales al peinar su cabello, lucir su piel, labios y/o | **Notas**<br>Se refiere a los registros extras (importantes) que se consideren como parte de la narrativa en la imagen |
|---|---|---|---|---|---|---|---|

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | tradicional o moderna? | | | | qué ropa usa etc.? | |
| **Post 1** | Por tanto, para la mayor parte de entrevistadas (3 de 5) en esta selfie la imagen de la mujer representa seguridad ligada puntualmente al empoderamiento, en otras palabras, se describe al autorretrato como una mujer empoderada. | Es así que todas las integrantes del grupo focal afirman que, la joven al momento de hacerse la selfie se proyecta como una mujer moderna porque desarrolla una actividad desconocida a la de una mujer | Es así que todas las integrantes del grupo focal afirman que, geográficamente la joven al momento de hacerse el autorretrato está en un auto y para la mayor parte de entrevistadas (3 de 5) esta área simbólicamente representa el poder por lo que se hace referencia el alcanzar el rol | Es así que, la mayor parte de las entrevistadas (3 de 5) afirman que la joven en la imagen utiliza efectos, filtros y/o encuadres para alcanzar los estándares sociales actuales de lo bello, pues el surrealismo de la imagen de la mujer en | Por tanto, la mayor parte de las entrevistadas (3 de 5) afirman que la joven en la imagen resalta principalmente el empoderamiento de la mujer y su belleza, es decir alcanzar los estándares socioculturales. | De esta manera se puede decir que, 4 de las 5 participantes coincidieron que la joven en la imagen resalta tanto su cabello, es decir; se pretende alcanzar los estándares de la belleza socialmente aceptada y se evidencia para esto el blanqueamiento | Es así que 3 de 5 integrantes del grupo focal afirman que, los registros extras denotan que la joven al momento de hacerse el autorretrato pretende proyectar el ser una mujer empoderada (tener actividades que la representen) pero también se identifica el |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | tradicional, es decir que es capaz de manejar un automóvil; por lo que para la mayor parte de entrevistadas (3 de 5) el rol que representa la imagen de la mujer en esta selfie es de la mujer bella y empoderada, en otras palabras, se dirige a alcanzar los | de la mujer empoderada (pretende alcanzar los estándares sociales actuales). | esta selfie persigue el objetivo de mejorar su belleza. | | mediático a través del tinte; como en su maquillaje por lo que 2 de las participantes hacen énfasis en este último aspecto. | buscar la belleza (2 de 5 participantes). Por lo que se hace referencia el alcanzar el rol de la mujer empoderada (que pretende alcanzar las construcciones sociales actuales de lo ideal). |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | estándares sociales actuales. | | | | | |
| **Post 2** | Por tanto, se deduce que para la mayor parte de entrevistadas (3 de 5) en esta selfie la imagen de la mujer representa la sensualidad, ligada a la sexualización, por lo que se describe al autorretrato como una joven que se proyecta sexualmente de | Por lo que, 3 de las 5 entrevistadas consideran que el rol de la imagen de la mujer se expresa como una mujer bella. Y sobre la percepción de la chica en cuanto al ser una mujer moderna o tradicional todas | Es así que todas las integrantes del grupo focal afirman que, geográficamente la joven al momento de hacerse el autorretrato está el baño de un gimnasio y esta área simbólicamente describe una esfera personal para finalmente sentirse en | Es así que, la mayor parte de las entrevistadas (3 de 5) afirman que la joven en la imagen utiliza encuadres y filtros para alcanzar los estándares sociales actuales de lo bello, pues el surrealismo de la imagen | Por tanto, la mayor parte de las entrevistadas afirman que la joven en la imagen resalta principalmente la belleza de la mujer, es decir alcanzar los estándares socioculturales actuales. | De esta manera se puede decir que, 4 de las 5 participantes coincidieron que la joven en la imagen resalta tanto su cabello, piel como su silueta, es decir se pretende alcanzar los estándares de la belleza socialmente. | Es así que 4 de 5 integrantes del grupo focal afirman que, los registros extras denotan que la joven al momento de hacerse el autorretrato pretende proyectarse como una mujer bella (a través de actividades que la representen como el |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | manera inconsciente para alcanzar los estándares de belleza. | coinciden que es una mujer actual, pues la actividad del autorretrato no es la que desarrollaría una mujer que se conoce como la mujer tradicional. | libertad (a solas tranquila) y mostrarse como prefiera que de manera global es una mujer bella. | de la mujer en esta selfie persigue el objetivo de obtener belleza. | | | autocuidado) para ser apreciada, por lo que se hace referencia el alcanzar las construcciones sociales actuales de lo ideal estéticamente. |
| **Post 3** | Por tanto, se deduce que para la mayor parte de entrevistadas (3 de 5) en esta selfie la imagen de la mujer representa la | Es así que la mayor parte de las integrantes del grupo focal afirman que, la joven al momento | Es así que, la mayor parte de las integrantes del grupo focal (3 de 5) afirman que, geográficamente la joven al | Es decir, todas las participantes coincidieron que la joven intenta optimizar su belleza a | Por tanto, la mayor parte de las entrevistadas afirman que la joven en la imagen resalta principalmente la belleza de la | De esta manera se puede decir que, 3 de las 5 participantes coincidieron que la joven en la imagen resalta más su | Es así que 3 de 5 integrantes del grupo focal afirman que, los registros extras denotan que la joven al momento de |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | sonrisa ligada a la belleza, por lo que se describe al autorretrato como una joven que se proyecta felicidad de manera inconsciente con su sonrisa para alcanzar los estándares de belleza | de hacerse la selfie se proyecta como una mujer moderna porque desarrolla una actividad desconocida a la de una mujer tradicional, es decir que trabaja; por lo que 3 de las 5 entrevistadas piensan que el rol que representa la | momento de hacerse el autorretrato está su oficina es decir en su área de trabajo y representa el poder (al mostrarse la joven con autonomía control e independencia), por lo que se hace referencia el alcanzar el rol de la mujer empoderada (pretende alcanzar los estándares | través del surrealismo (con el uso de filtros); sin embargo, 1 de las entrevistadas profundiza que la mujer al producir su belleza destruye prácticamente su identidad física, es decir refleja una fuerte convicción por alcanzar los ideales de belleza de la | mujer, es decir alcanzar los estándares socioculturales actuales. | cabello, es decir se pretende alcanzar los estándares de la belleza socialmente aceptada. | hacerse el autorretrato pretende proyectar el ser una mujer empoderada (a través de su lenguaje no verbal), mientras 2 de las 5 participantes, identifican a la joven con el rol de género (como ama de casa), sin embargo en este apartado exclusivamente se representa principalmente el |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | imagen de la mujer en esta selfie es de la mujer empoderada, en otras palabras, se dirige a cumplir con los estándares sociales actuales. | sociales actuales de una mujer, que trabaja o estudia, tiene el control de su vida y es independiente). | mujer, pues el surrealismo de la imagen de la mujer en esta selfie persigue el objetivo de mejorar su belleza. | | | empoderamiento de la mujer por su actitud, es decir el alcanzar los construcciones sociales actuales de la mujer en torno a la seguridad, autoestima y en sí al poder de controlar su vida. |

**Nota:** En esta matriz se recopila la información que sobresale en cada campo iconográfico de cada post.

### 3.2.1 Análisis final de los posts

*Tabla 6 Matriz explicativa sobre el análisis final de los tres posts*

| | |
|---|---|
| **POST 1** | En conclusión, en la selfie 1 de Instagram, las narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer se expresan a través del rol de la mujer empoderada que proyecta seguridad y tiene el poder de controlar su vida, además que es una mujer moderna que realiza actividades (manejar un auto) del rol que quiere representar siendo a la vez una mujer bella, por lo que usa filtros, efectos y otros elementos para alcanzar los estándares socioculturales de la mujer actual. |

| | |
|---|---|
| | Es decir, |
| **POST 2** | En conclusión, en la selfie 2 de Instagram, las narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer se expresan como una mujer bella que se proyecta sexy, usando filtros y encuadres que denotan su silueta a través del autocuidado, por lo que, además se considera que es una mujer moderna que realiza actividades contemporáneas como el ejercicio para mantener su cuerpo en línea con el objetivo de alcanzar los estándares socioculturales de la mujer actual. |
| **POST 3** | En conclusión, en la selfie 3 de Instagram, las narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer se expresan como una mujer bella que se proyecta feliz a través de su sonrisa, usando filtros y efectos que optimizan su belleza así como luciendo su cabello y el encuadre semiótico para figurar con el papel de la mujer ideal estéticamente, por lo que se considera que no es una mujer tradicional dado que, tiene el objetivo de alcanzar los estándares socioculturales de la mujer actual; además de la mano se la aprecia como una mujer empoderada que estudia o trabaja (o ambas) y lo proyecta en la imagen con su lenguaje no verbal. |
| **ANÁLISIS FINAL** | De esta manera se concluye que, las narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer en los selfies en Instagram se identifican a través de la belleza y el empoderamiento (y con menor frecuencia con un alto estatus económico) para alcanzar los estándares socioculturales, pues estas son las narrativas predominantes que mayormente se percibe en los tres posts de las jóvenes presentadas en el grupo focal.<br>Por tanto se afirma que actualmente el usar selfies en las plataformas digitales le permiten construir al sujeto una nueva identidad, es decir exponer en la red una fotografía manipulada por el uso de nuevas tecnologías, pues lo que se puede obtener en una imagen es un yo ideal desde un yo real para posteriormente difundir una fotografía en la web acorde a las exigencias de los actores sociales, es decir presentar retratos diferentes con los avances que brindan las ciencias aplicadas y las exigencias sociales (belleza y el empoderamiento); por tanto, la experiencia de la selfie introduce al individuo a un ejercicio fotográfico que lo presenta con una nueva imagen ante el mundo, es decir, con una máscara que sea aceptable para las situaciones que |

| | |
|---|---|
| | se efectúan en el tiempo y que son relevantes colectivamente; sin embargo, para lograrlo debe ser pensada con antelación (Rabadán, 2016). |

**Nota:** En esta tabla se encuentra la interpretación general de cada post expuesto en el grupo focal y el análisis final.

### 3.3.1 Análisis e interpretación de datos de la entrevista grupal

Para el análisis de la entrevista grupal se empleó la herramienta Atlas. ti, cuyo resultado se refleja en la interpretación.

*Tabla 7 Matriz de la guía de entrevista*

| **PREGUNTAS** | **Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años | **Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años |
|---|---|---|---|---|---|
| **PREGUNTA Nº1**<br><br>¿Cuál es el objetivo principal que te motiva a tomarte una selfie? | Personalmente es para mí, para sentirme bonita, porque me gusta mi *outfit*, me gusta como me veo. | Para que nos vean bonitas, porque nadie sube una selfie donde no se le vea bonita. | Al momento de subir una foto igual yo pienso que es para primero mostrar algún lugar y lo que estás haciendo o cuando te sientes bien. | Cuando yo subo una foto, quiero capturar ese momento en el que me siento bien porque usualmente no me arreglo tanto y quiero verme bonita y quiero que los demás me vean bonita. | Bueno en mi caso es diferente porque yo quiero mostrar como me siento en ese momento. En la mayoría de veces, más reales, osea más de sentimientos tristes. Para mí no es |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | importante si me siento bonita, linda ni nada de eso. |
| **INTERPRETACIÓN** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las participantes del grupo focal expresan que el objetivo por el cual están motivadas a tomarse una selfie es para mostrar cómo se sienten al momento de hacerlo, pero principalmente porque están bonitas. | | | | |
| **PREGUNTAS** | **Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años | **Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años |
| **PREGUNTA Nº2**<br><br>¿Qué opinas de las selfies en redes sociales? | Opino que las selfies son para que nos vean y en qué lugares estamos, osea para mostrarnos. Yo opino que las selfies para que los demás vean dónde estás y cómo estás | Yo opino que las selfies de igual manera es un esfuerzo de nuestra ilusión, porque se sienten felices, para compartir un momento, opino que es una forma de capturar un momento. | Estoy de acuerdo con mis compañeras, opino que las selfies se utilizan para expresar cómo están en el momento, osea si están haciendo algo interesante, qué les puso feliz, mal y depende lo que tú quieres mostrar y lo | Bueno opino de las selfies que es mostrar cómo te sientes, osea si te sientes triste, subes la foto, la compartes con tu grupo privado o cuando estás feliz la compartes con todos. Bueno pienso que las selfies no muestran | Del mismo modo, comparto con mis compañeras la selfie es algo como plasmar lo que estoy sintiendo en este momento rápido y con las personas que más conectas. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | que tú quieres que las personas piensen de ti, osea no tan privado no tan público, en conclusión, lo que tú quieres que el resto vea de ti. | cómo eres en realidad, sino más bien como algo que estás sintiendo en ese momento. | |
| **INTERPRETACIÓN** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las entrevistadas del grupo focal opinan que las selfies en redes sociales son para que los demás las vean o ellas muestren cómo se están sintiendo en el momento de capturar la foto. | | | | |
| **PREGUNTAS** | **Nombre:** Dayana Ronquillo **Edad:** 26 años | **Nombre:** Viviana Solís **Edad:** 21 años | **Nombre:** Nadia Grijalva **Edad:** 23 años | **Nombre:** Magerly Sánchez **Edad:** 23 años | **Nombre:** Evelyn Gordillo **Edad:** 22 años |
| **PREGUNTA Nº3** ¿Al tomarte una selfie para subir a Instagram, alguna vez te has sentido presionada para cumplir con ciertos estándares | Bueno en mi caso, yo pienso que sí porque la mayoría de contactos que yo tengo agregado a mi Instagram tienen fotos donde cuando te veo subida en un | Bueno sí la verdad si me he sentido presionada, incluso cuando veo fotos de amigas con filtrazos y yo digo, pero ellas no son así, o cuando veo la foto de una chica y | Osea la verdad siento que soy mi propia *hater* (persona que critica) y entonces si no me gusta a mí no subo y ya está. La presión es por mí porque a mi me | Bueno la verdad yo tampoco es que quiera aparentar algo que no soy, entonces no me voy a mostrar con un cuerpazo que obviamente no tengo o algo que en sí no | A mi también no me gusta mucho que los filtros cambien y cuando utilizo los filtros es para que se vea nítida la foto o me tape un granito, pero no para que cambié |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| sociales (como la belleza políticos, económicos u otros)? | carro, chévere, te acepto; pero en sí la mayoría de mis fotos son en parques. Pero en sí no van tanto conmigo. | digo qué linda pero cuando la veo yo digo, pero ella no es así. Entonces a veces sí me he sentido presionada porque a veces salgo cachetona o a veces salgo con un ojo más grande que el otro y entonces eso me haces sentir mal y eso es algo que me impide tomar las fotos. | preocupa el hecho de que el filtro me cambie más y luego la gente diga ¡Dios, pero ella no se parece nada a la foto que subió! Y es un término que se usa ahora que es *catfishing* que es una foto que tú subes con mucho filtro y no te pareces en nada a la de las redes sociales, entonces yo digo por lo general yo no uso filtro y si uso filtro es por la estética que da el filtro a la foto, se conjuga con los colores y le hace ver a la foto con un estilo | soy, pero digamos en mí caso esa es mi presión, osea verme de una manera que no soy y digamos yo a veces me tomo fotos que salgo blanquísima y en cambio en vez de aclararme yo me oscurezco para verme de mi tono de piel, porque a mi no me gusta cuando salgo de un tono que no soy o los ojos de un color que no tengo o algo así, obviamente cuando estoy arregladita y me veo con el cabello lacio y | tanto en mí, así que no soy mucho de estarme cambiando y tampoco para cumplir los estándares de los demás; cuando yo subo una foto es porque me gusta a mí y ya. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | retro y eso, pero no que me cambie el rostro porque me da miedo que me digan no se parece en nada. | aunque no tenga pero me peino es algo diferente pero una foto de mi día a día como que tú me ves y no sea yo, esa es mi presión de hecho. | |
| **INTERPRETACIÓN** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las integrantes del grupo focal aclaran que al tomarse una selfie para subir a Instagram, no tienen presión social para alcanzar ciertos estándares como la belleza, políticos, económicos u otros, sin embargo sí existe una presión personal por mostrarse tal como son, es decir su preocupación es para de sí mismas. | | | | |
| **PREGUNTAS** | **Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años | **Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años |
| **PREGUNTA Nº4**<br>Antes de subir una selfie ¿has sentido duda de hacerlo? | Bueno la verdad a mí sí me ha pasado a veces con alguna blusa que es bonita, pero a veces digo será que subo porque tiene un gran escote y lo | Igual que mis compañeras a veces si dudo y no por el hecho de cómo me vea, sino que no quiero mostrar eso. No quiero que la | Bueno en este caso la verdad a mi me da dudas de subir una foto por el lugar en el que esté, no porque esté en un lugar malo, pero sí porque me da | Si he tenido dudas porque cuando ya me tomo la foto digo listo ya me tomé, pero al momento de subirla digo ya no me gusta tanto la foto entonces | Yo creo que estoy de acuerdo con mis compañeras, pienso lo mismo porque en ese momento estoy como bipolar osea al momento de tomarme |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | pienso, pero después sí la subo porque a mí me gusta.<br>Entonces la duda que me abarca primero es que puede pensar la gente, pero relajo y digo yo no vivo de la gente y digo si me gusta la subo. | gente vea que hice eso y ya o si quiero mostrar algo en específico, pero es porque yo elijo. | miedo lo que se publica en redes por seguridad, entonces yo subo fotos cuando ya no estoy en el lugar, osea cuando ya salí del lugar y llego a mi casa yo publico, entonces en mi caso es por el tema tiempo a qué momento subir porque en cuanto a la imagen yo subo si a mí me gusta. | ya no la subo, pero no tanto porque qué piense la gente sino porque a mí ya no me pareció interesante, pero si la subo es un tiempo después. | la selfie me siento alegre y cuando ya la voy a colgar me siento triste. Entonces no tiene caso subir algo que sí me gusta al momento y luego ya no me va a gustar, entonces es por mí criterio y no por lo de los demás. |
| **INTERPRETACIÓN** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las participantes del grupo focal mencionan que, antes de subir una selfie sí han sentido dudas pero como ya se mencionó es bajo su criterio personal de mostrarse tal como son, pues si suben la si les gusta la foto es porque les gustó y no para proyectarse ante los demás. | | | | |
| **PREGUNTAS** | **Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años | **Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **PREGUNTA Nº5** ¿Qué representa una selfie ideal en Instagram? | Creo que sería lo ideal el que se vean bien, osea que esté tanto bien enfocada como que tenga un filtro y en mi caso es que sea el filtro retro (que se vea obscuro), osea para mí representa eso y que la canción coincida con lo la imagen que estoy subiendo. | Bueno pienso que debería mostrarse tal y como es, osea con un filtro que adecue la foto como dijo mi compañera, pero no un efecto que cambie tanto la cara, porque hay unos efectos para afinar la nariz, agrandar los ojos y pienso que muestra algo que no eres y una foto ideal sería mostrarte tal y como eres, osea con tu cara natural y tal vez con un poco de maquillaje. | La selfie ideal para mí la que yo publicaría es la que tenga un bonito paisaje pues a mí me gusta la naturaleza de fondo o tal vez una pared bonita y obviamente que salga bien pero no en mi casa y en cuanto a filtros yo prefiero los filtros llamativos, entonces para mí sería así. | Bueno como a mí me gusta mucho la fotografía prefiero algo que sea del instante es decir no tan planificado. | La selfie ideal para mí sería que me muestre tal como soy y estoy en el momento, aunque esté desarreglada pero que yo me sienta bien, es decir que me sienta feliz, y el lugar puede ser un paisaje o en mi cuarto pero que se vea linda la foto que me muestre tal y como soy. |

| | |
|---|---|
| **INTERPRETACIÓN** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las entrevistadas del grupo focal focal declaran que, una selfie ideal en Instagram representa para ellas que se muestren en la fotografía con naturalidad (en otras palabras expresar cómo en realidad se sienten) aunque se mejore la imagen con los filtros (y salga bien) es decir, no cambiar físicamente. |

| **PREGUNTAS** | **Nombre:** Evelyn Gordillo **Edad:** 22 años | **Nombre:** Nadia Grijalva **Edad:** 23 años | **Nombre:** Magerly Sánchez **Edad:** 23 años | **Nombre:** Viviana Solís **Edad:** 21 años | **Nombre:** Dayana Ronquillo **Edad:** 26 años |
|---|---|---|---|---|---|
| **PREGUNTA Nº6** ¿Qué tipo de filtros utilizas cuando te tomas una selfie y con qué objetivo? | Yo utilizo filtros que le dan nitidez a la imagen, osea que los colores se vean claros, es decir para estilizar la imagen o que tenga calidad. | Yo utilizo los filtros que son granulados para dar textura a la imagen, como que la hace antigua. | Yo uso filtros muy llamativos, con colores que dan bastante color. | Yo utilizo los filtros retro porque le dan un toque antiguo. | Yo utilizo los filtros retro porque se alinean con mi carácter y así es como usualmente me siento en las fotos. |
| **INTERPRETACIÓN** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las integrantes del grupo focal focal afirman que cuando usan filtros al tomarse una selfie emplean aquellos que se ajustan a sus gustos y/o personalidad para que la imagen las identifique con mayor profundidad de acuerdo a su estilo, es decir resalte su naturalidad tanto física como emocional. | | | | |

| **PREGUNTAS** | **Nombre:** Dayana Ronquillo | **Nombre:** Viviana Solís | **Nombre:** Nadia Grijalva | **Nombre:** Magerly Sánchez | **Nombre:** Evelyn Gordillo |
|---|---|---|---|---|---|

| | **Edad:** 26 años | **Edad:** 21 años | **Edad:** 23 años | **Edad:** 23 años | **Edad:** 22 años |
|---|---|---|---|---|---|
| **PREGUNTA Nº7**<br><br>¿Si usas filtros crees que puedes ser auténtica? | De cierta manera sí porque marcó lo que pienso y lo que quiero transmitir, pero otras veces no porque les copio a las Youtubers que usan esos filtros, es una contradicción, entonces podría decir que un 50/50. | Yo pienso que no porque como ya mencioné los filtros siento que cambian bastante la cara y quieren tener el estilo "in" y todas quieren parecerse y ya no es como antes que se mostraban naturalmente, entonces quieren ser como alguien específico como por ejemplo Kim Kardashian porque usan los filtros. | Yo creo que sí porque si te pones a pensar no solo son los filtros de Instagram pues las cámaras utilizan filtros, el cine utiliza el filtro y en sí el filtro solo es jugar con los colores de una fotografía no jugar con lo que tú eres, entonces en ese aspecto solo estás jugando con la estética de la imagen y nada más, otra cosa son los efectos para cambiarte la cara, que con ellos si te | Bueno yo pienso que con los filtros que te cambian la cara no puedes ser auténtica ni tu misma con algo que te cambie la cara aparte que si usas un filtro que te hace ver "bonita" todo el mundo lo usa, osea se ponen la misma cara, la misma forma de las cejas, labios entre otros, entonces es como una repetición, como mil veces tú pero con los que juegas con los colores sí porque inclusive | Pienso como mis compañeras los filtros sí puedes ser auténtica cuando se habla de los colores es decir siempre y cuando no te cambian los rasgos (nariz, labios) porque simplemente cuando le cambias el color y le da nitidez a la imagen no afecta, solo si te cambian. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | cambias cómo te estás viendo y no te estás aceptando como tienes la cara pero con los filtros sí eres auténtica porque solo son los colores. | puedes marcar tu propio estilo, entonces inclusive creo que esa es la manera en la que puedes marcar tu forma de ser, tu esencia. | |
| **INTERPRETACIÓN** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las participantes del grupo focal focal exponen que al usar filtros sí se puede ser auténtica siempre y cuando no se cambie su naturaleza, sobre todo en el aspecto físico se menciona el rostro. | | | | |
| **PREGUNTAS** | **Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años | **Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años |
| **PREGUNTA Nº8**<br>Como se mencionaba, el motivo que te empuja a tomarte una selfie es para mostrarte cómo eres a ti misma ¿entonces | En sí y en general siento que no afecta porque es algo pasajero, ya que subo de vez en cuando las selfies. | Yo pienso que no afecta porque es algo momentáneo y si son comentarios negativos hacia mi misma no va a ser todo el tiempo sino que es ese rato y por | Yo pienso que sí afecta de manera positiva porque las personas que estamos aquí les preocupa más el hecho de mostrarse cómo son, entonces la imagen no les | Bueno yo creo en un cierto punto el mostrarnos tal cual somos puede ser afectarnos de forma negativa porque si bien me quiero mostrar tal cual soy, | Siento que ha afectado de manera positiva porque me muestro tal cual soy y me gusta, aunque no te vas a mostrar tal cual eres siempre (en el fondo) pero sí lo |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| cómo crees que esto afecta a tu imagen? | | esto siento que no afectaría. | preocupa por que quieren verse bien sino quiero mostrar quién soy, entonces afecta en el aspecto en que tu quieres mostrar quién eres y no algo que no eres | sería hasta qué punto, porque yo no me mostraría tal como soy y lo que hago en mi día a día con personas que no son allegadas a mí o que no tengo tanta confianza, entonces en mí si hay esa presión negativa o la duda de a quién le importa esto, pero luego pienso pero si solo es mío, entonces considero que sí puede ser algo negativo. | más cercano a lo que eres, entonces sí creo que ha afectado positivamente porque si te ven por la calle te quieres mostrar parecida y que no te digan y el filtro ¿dónde está?. |
| **INTERPRETACIÓN** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las entrevistadas del grupo focal focal señalan que el mostrarse tal como son no las perjudica de manera personal o negativamente porque el subir una selfie es un acto efímero, y más bien se resalta | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | que este hecho afecta de forma positiva dado que se pretende mostrar su naturalidad (su esencia, cómo son) para sí mismas y no para los demás. | | | | |
| **PREGUNTAS** | **Nombre:** Evelyn Gordillo **Edad:** 22 años | **Nombre:** Magerly Sánchez **Edad:** 23 años | **Nombre:** Nadia Grijalva **Edad:** 23 años | **Nombre:** Viviana Solís **Edad:** 21 años | **Nombre:** Dayana Ronquillo **Edad:** 26 años |
| **PREGUNTA Nº9** ¿Cuál es tu ritual antes de subir una foto en Instagram (cuántas fotos te tomas, con qué frecuencia las subes, en qué situaciones específicas y con qué criterio seleccionas la ideal)? | Mi ritual es sentirme con un outfit bonito, me gusta cómo estoy maquillada prendo luz en mi cuarto y cuando es en el exterior veo que la foto se ilumine bonito por el sol, me tomó alrededor de unas 10 a 15 para seleccionar 1 o 2 en cualquier lugar, nunca me ha importado que me vean tomándome | Bueno la verdad yo no tengo un ritual para tomarme una foto sino más bien lo hago si voy a hacer o tengo algún evento, es decir me maquillo, me arreglo pero la verdad no es pensando me voy a hacer una selfie, sino pensando en cómo yo me estoy sintiendo bonita, entonces si estoy en ese lugar y | Yo creo que depende del momento, como dijo mi compañera yo me tomo cuando ya estoy arreglada porque en ese momento me siento bien y no cambia mi maquillaje y me da ganas de tomarme una foto porque me veo bien, cuando estoy en algún lugar y estoy aburrida así que me tomo una foto, me | Bueno en mi caso cada vez que voy a un lugar de paseo o un evento, me arreglo y en ese momento me gusta tomarme las fotos y ahí busco el mejor ángulo como dice mi compañera y ahí veo que no se pase nadie atrás porque a veces me ha pasado que alguien se pasa que alguien sale atrás o alguien comiendo y | Bueno yo por general suelo a ir lugares donde no recurre demasiada gente y me tomo como unas 25 cómo exagerando y donde no haya tanta gente, porque yo si soy penosa porque veo gente no ni madres, ni que me vean y prefiero que no haya nadie y del lugar dependiendo porque me fijo en el |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | fotos osea no me da vergüenza, entonces la verdad me voy a tomar hasta cuando me guste. | me nace tomarme la foto porque me siento bonita lo hago, pero si se habla de un ritual creo que es ver cómo sale la parte de atrás de la foto y de qué lado estoy mejor, me da mejor la luz, y me tomo más o menos una 30 fotos pero como mi celular tiene una opción de video veo las fotos milímetro a milímetro a ver cuál fotografía me gusta, y bueno cuando me tomo la selfie con otra persona no es que me de vergüenza | tomó aproximadamente unas 15 fotos y sino sale bien, no me importa la verdad, y cuando estoy en un lugar público si intento que sea más rápido porque las demás personas también quieren tomarse fotos. | me arruina la foto, así espero estar sola para tomarme fotos, y bueno si me tomo bastantes fotos (más o menos 50 fotos) y luego elijo cuál subir, o a veces termino borrando todas porque ninguna sale bien, si me ha pasado. | sol y si hay mucho ya no vale, y no dependo tanto de tomarme una foto así que, grabo el video, hago las poses y de ahí yo hago captura y ya y selecciono la foto en la que no vea con el rostro brillante porque mi cara es grasosa y trato de que el sol no me de tanto. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | sino que no quiere incomodar entonces en esa situación trato de tomar unas 3 fotos para no molestar y bueno ya seleccionar la que más me gusta, como ya decía los colores que estén vivos o le pongo algún filtro para que aumenten los colores y subo no subo tan seguido una selfie pero puede ser 1 cada dos meses, la mayoría trato de que sean de cuerpo completo. | | | |
| **INTERPRETACIÓN** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las integrantes del grupo focal focal abordan que su ritual antes de subir una selfie a Instagram (es decir conocer las situaciones dónde lo hacen, la frecuencia con la que suben las selfies, el número de fotos que se toman así como los criterios que predominan antes de seleccionar la foto que se colgará) es: que la | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | mayoría de las participantes tiende a tomarse fotos cuando van a algún lugar especial (como un evento o paseo y que este espacio tenga una buena iluminación natural o artificial), es decir se toman una selfie en una situación donde se sientan bien, por ende la frecuencia con la que suben las fotografías depende del compás de su vida (actividades a realizarse y considerarse agradables), por otra parte el número de selfies promedio que se toman las mujeres que entrevistadas oscila entre 15 y 30 fotos antes de seleccionar la que se subirá a la red social Instagram bajo la narrativa que impere al representarse al momento o la mayor ideología que se pretenda comunicar a través de la imagen. | | | | |
| **PREGUNTAS** | **Nombre:** Dayana Ronquillo **Edad:** 26 años | **Nombre:** Viviana Solís **Edad:** 21 años | **Nombre:** Nadia Grijalva **Edad:** 23 años | **Nombre:** Magerly Sánchez **Edad:** 23 años | **Nombre:** Evelyn Gordillo **Edad:** 22 años |
| **PREGUNTA Nº10** ¿Cuándo ya seleccionas la selfie que quieres colgar en la plataforma, te has preguntado qué papel quieres representar socialmente? | Yo lo que realmente represento es cómo me siento, si me pongo feliz subo una foto así y si estoy triste vana a notar que estoy triste | Yo también creo que cómo me siento, y generalmente me tomo fotos cuando estoy feliz porque cuando estoy triste o enojada no me gusta que nadie me toque, nadie me hable, así que cuando estoy feliz me tomo fotos, | Osea con los estándares sociales quieres mostrar simplicidad, belleza, si sales bien o si sales mal porque todos obviamente si salimos mal en una foto y eso no voy a subir porque obviamente si me | Bueno yo la verdad creo que he caído y tal vez inconscientemente en cumplir estas tres partes, porque bueno belleza yo creo que todas nos tomamos una selfie y subimos en la que nos veamos bien, políticamente | Bueno yo creo que en mis fotos se representan los estatus sociales y políticos porque a veces si soy lamparosa y subo fotos que estoy de maestra de ceremonias y a mis historias y cuando me |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | pero es cuando me siento bien, cuando está bien mi outfit porque si es por lo económico no voy a aparentar algo que no tengo, entonces yo no quiero aparentar eso sino como soy. | sale la foto con el ojo chueco no vas a decir no me importa lo que digan, y si sale bien tampoco mostrar una belleza que no existe sino lo que tú eres así de simple, y económicamente tampoco porque subo lo que tengo y políticamente sí representándome como una estudiante porque subo fotos con mis amigas en la U. | también porque yo subía fotos cuando tenía una presentación de maestra de ceremonia con el micrófono o cuando estábamos en televisión con la los audífonos y esas cosas y económica termino yo cayendo en alguna cosa porque me he tomado fotos en un lugar que se ve súper bonito, carísimo como de París y tal vez no es pero a mi parecer tal vez terminamos cayendo inconscientemente. | etiquetan de la carrera que estoy en ese papel, económicamente creo que no caigo en eso aunque no estoy tan segura y socialmente como ya dijeron todas creo que sí queremos mostrarnos lindas pero a vez felices y bueno yo en mis fotos generalmente eso es lo que trato de mostrar que estoy linda y feliz, no creo que suba fotos mostrándome triste o enojada. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **INTERPRETACIÓN** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las participantes del grupo focal focal reflexionan sobre papel social que quieren representar cuando ya seleccionan la selfie que colgarán en Instagram donde indican que quieren mostrar cómo se sienten (cualquier sentimiento del momento), es decir tal como son, sin embargo aunque conscientemente mencionan no quieren alcanzar los estándares sociales como la belleza, un alto estatus económico o un determinado rol de género, sí lo proyectan y caen en verse, lindas, felices o con un rol de género aprobado socioculturalmente o inclusive económicamente. | | | | |
| **PREGUNTAS** | **Nombre:** Evelyn Gordillo<br>**Edad:** 22 años | **Nombre:** Magerly Sánchez<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Nadia Grijalva<br>**Edad:** 23 años | **Nombre:** Viviana Solís<br>**Edad:** 21 años | **Nombre:** Dayana Ronquillo<br>**Edad:** 26 años |
| **PREGUNTA Nº11**<br><br>¿Y cuando tú visualizas las selfies en Instagram, cuáles consideras que son las representaciones dominantes? | Yo creo que representa cómo te sientes y obviamente si te ves bien te vas a sentir bien, entonces para mí sí representa mucho la belleza. | Yo también siento que es belleza porque incluso he llegado a ver algunas selfies que hasta llorando se ponen filtro o algún filtro que les cambie la cara o el color para verse mejor, entonces en sí es totalmente la belleza | Yo también estoy de acuerdo que es belleza. | Yo pienso que son económicas porque incluso existe un caso cercano en la carrera de una chica que aparenta algo que no es y en Instagram he visto de las *influencers* que quieren aparentar algo cuando piden | Bueno yo creo que lo que predomina más es la belleza y la economía porque en la economía se ve muchas mujeres que viajan, que tienen carros y al final no es su carro sino de su hermano. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | cosas regaladas o cosas gratis, es contradictorio. | |
| **INTERPRETACIÓN** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las integrantes del grupo focal focal esclarecen cuáles son para ellas las representaciones dominantes al visualizan selfies en Instagram donde sostienen que, los principales discursos que manifiestan las mujeres en Instagram a través de sus autorretratos son obtener belleza y un alto estatus económico. | | | | |
| **PREGUNTAS** | **Nombre:** Evelyn Gordillo **Edad:** 22 años | **Nombre:** Nadia Grijalva **Edad:** 23 años | **Nombre:** Magerly Sánchez **Edad:** 23 años | **Nombre:** Viviana Solís **Edad:** 21 años | **Nombre:** Dayana Ronquillo **Edad:** 26 años |
| **PREGUNTA Nº12** ¿Qué recomendaciones le darías a alguien para fomentar una representación auténtica cuando se toman una selfie? | Bueno mi recomendación es que si van a utilizar filtros sean aquellos que no les cambien quienes son, osea que no se hagan una bichectomía (quitar grasa facial debajo de los pómulos) en la foto (porque hay filtros que hacen eso), | Bueno mi recomendación va más a cómo tú te sientes porque si te quieres poner un filtro para que te ponga una nariz que no tienes y eso, está bien porque creo que la gente de todas maneras te va a criticar si es que te | No pienses tanto la verdad si subes algo, la gente ni siquiera ve la foto solo le da pasar y ya, y como tú lo haces, porque no es que tu te quedas viendo y dices a detalle en dónde está y ese tipo de cosas, por eso no pienses tanto, con que a ti te | Yo pienso que si vas a subir una foto tiene que ser foto que me gusta, pero sin exagerar, si subes una foto de cuerpo completo, no te aumentes caderas ni nada porque hay personas que exageran y se ve todo en la parte de la pared | Del mismo modo estoy de acuerdo con mis compañeras, sé que uno quiere subirse y ser una súper modelo y plasma que eres bonita, pero muchas de las veces esos filtros llegan a exagerar y destrozan toda tu cara, osea |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | por lo que yo les recomendaría que se quieren tal cual son porque si van a salir a la calle sin ese filtro todos les van a juzgar, y van a oír comentarios sobre dónde está la chica de Instagram. Usen filtros sí porque todos los hemos usado y los vamos a seguir usando pero que sean lindos, pero sin llegar a cambiarles totalmente y que tengan sobretodo amor propio. | pones o no, incluso habrá personas que critiquen que no te pongas un filtro para taparte la nariz por ejemplo, entonces si tu quieres mostrarte auténtica tienes que mostrarte tal cual eres pero si está en tu esencia mostrar algo que no eres, si te ven en la calle y hacen comentarios no debería ser algo que te sorprenda, entonces sí creo que está en el ámbito de que si te gusta y ya, sube lo que te guste | guste sube porque toda la gente está pasando y usa lo que quieres usar, si te gusta como se ve así el color usa o no filtro pero comparto con lo que dijo Eve no te cambies en apariencia física porque luego vas a recibir más críticas, y te sientes peor de lo que hubiera sido si no hubieras usado un filtro exagerado.<br>Y si yo exagerara con los filtros siento que sí me afectaría por no subir una foto tal cual soy. | y ahí comienzan las críticas, incluso hasta memes y ahí pienso que esa clase de críticas generan más inseguridades,<br>alcanzar estándares y pienso que no debería ser así sino solo subir una foto mostrándote natural un filtro pequeñito sí pero no exagerado.<br>Y bueno si yo cambiara mucho con los filtros si me afectaría porque a veces si me dejo llevar por los comentarios de la gente. | destruye tu esencia y en fin siento que es mejor que subas con filtros, pero no exageres.<br>Y si yo exagerara con los filtros siento que sí me afectaría, pero no tanto porque es momentáneo, aunque todos me están criticando. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | sin importar lo que digan los demás. | | | |
| **INTERPRETACIÓN** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las participantes del grupo focal focal se enfocan en dar recomendaciones a alguien para fomentar una representación auténtica cuando se toman una selfie por lo que aconsejan que, para ser auténtica es importante que prevalezca su criterio al tomarse la selfie con o sin filtros, pero si usan los filtros no cambien su naturalidad (es decir no se exageren sus modificaciones). | | | | |

**Nota:** Matriz con la recopilación de datos del grupo focal con las preguntas sobre las narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer en Instagram

### 3.4.1 Análisis final de la entrevista grupal

*Tabla 8 Matriz resumida de la entrevista grupal*

| PREGUNTAS | INTERPRETACIÓN |
|---|---|
| **1** | Con la herramienta Atlas. ti (2024) las participantes del grupo focal expresan que el objetivo por el cual están motivadas a tomarse una selfie es para mostrar cómo se sienten al momento de hacerlo, pero principalmente porque están bonitas.<br>Así que, los selfies expuestos en la red social Instagram son una muestra de cómo se edifica una identidad ideal alineada a las exigencias sociales, por ello los selfies no son solo autorretratos sino una representación de la cultura porque desde ahí se describen las narrativas de los ideales de belleza de la mujer por lo que, la formación de las representaciones visuales en las plataformas digitales, en este caso Instagram se relacionan con la edificación de lo ideales estéticos de la mujer, es decir la exposición de sus discursos en redes sociales (Barajas, Mercado, Salinas y Reyes, 2017). |

| | |
|---|---|
| **2** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las entrevistadas del grupo focal opinan que las selfies en redes sociales son para que los demás las vean o ellas muestren cómo se están sintiendo en el momento de capturar la foto.<br>Es decir, en la entrevista se determina "que la selfie plantea un nuevo estilo para comunicar desde lo visual que encuentra en las redes sociales, un lugar común para publicar la cotidianidad, donde se expresa la percepción del mundo así como la forma en que se habita el universo digital" (Calderón y Caro, 2020, p.9), y por ello se visibiliza a través de la imagen las narrativas de la mujer. |
| **3** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las integrantes del grupo focal aclaran que al tomarse una selfie para subir a Instagram, no tienen presión social para alcanzar ciertos estándares como la belleza, políticos, económicos u otros, sin embargo, sí existe una presión personal por mostrarse tal como son, es decir su preocupación es para sí mismas.<br>Por lo que, comprender que el selfie no solo es una práctica fotográfica sino que también representa un cambio profundo en la forma en cómo nos vemos a nosotros mismos y al mundo genera un cambio de perspectiva, es decir un giro visual, en este caso en la imagen de la mujer puesto que a través de los selfies se interpreta la realidad social (San Pablo, 2018). |
| **4** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las participantes del grupo focal mencionan que, antes de subir una selfie sí han sentido dudas pero como ya se mencionó es bajo su criterio personal de mostrarse tal como son, pues si suben la foto es porque les gustó y no para proyectarse ante los demás.<br>Pues, en la actualidad las selfies son una muestra de los discursos visuales que evocan las mujeres en las plataformas sociales cuando registran sus identidades y experiencias del día a día, es por esto que al construir una narrativa visual propia crean una interpretación de la realidad congelada (Múnera, 2021). |
| **5** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las entrevistadas del grupo focal declaran que, las narrativas de una selfie ideal en Instagram representa para ellas que se muestren en la fotografía con naturalidad (en otras palabras, expresar cómo en realidad se sienten) aunque se mejore la imagen con los filtros (y salga bien) es decir, no cambiarse físicamente. |

| | |
|---|---|
| | Entonces, cuando se aborda la representación del selfie en la praxis cotidiana, se habla de la inventiva (mostrar naturalidad) que tiene esta actividad cuando se ejecuta pero también de las imágenes modeladas (patrones de belleza sociales) que se proyectan como un resultado de la contemporaneidad, por lo que el selfie se ve como una expresión libre y creativa que finalmente resulta un producto cultural, es decir autoimágenes que conllevan significados de discursos e identidades visuales (Gayet, 2015). |
| **6** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las integrantes del grupo focal afirman que cuando usan filtros al tomarse una selfie emplean aquellos que se ajustan a sus gustos y/o personalidad para que la imagen las identifique con mayor profundidad de acuerdo a su estilo, es decir resalte su naturalidad tanto física como emocional.<br>Dado que, en la actualidad las redes sociales brindan herramientas donde se puede manipular y controlar las imágenes, es decir cómo se presentan en este caso las selfies de las mujeres, pues se puede construir una imagen ideal o surrealista de acuerdo a los paradigmas globales del momento que vayan con sus ideales (Di Próspero, 2011). |
| **7** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las participantes del grupo focal exponen que al usar filtros sí se puede ser auténtica siempre y cuando no se cambie su naturaleza, sobre todo en el aspecto físico (se menciona el rostro).<br>Por tanto, actualmente se visibiliza cómo los selfies cumplen una función social dado que las mujeres construyen un discurso de sí mismas y que las representan en los espacios digitales donde es más relevante la cantidad de fotografías que se exponen que su calidad, es por esto que las narrativas visuales se generan a través de la producción masiva de imágenes con diversas facetas o identidades proyectadas en este contexto, dejando de lado la naturalidad. |
| **8** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las entrevistadas del grupo focal señalan que el mostrarse tal como son no las perjudica de manera personal o negativamente porque el subir una selfie es un acto efímero, y más bien se resalta de forma grupal que este hecho afecta de forma positiva dado que se pretende mostrar su naturalidad (su esencia, cómo son) para sí mismas y no para los demás. |

| | |
|---|---|
| | Es así que, la imagen de la mujer en los selfies ahora no solo reflejan su identidad individual, sino que también muestran una integración de este fenómeno al destacar cómo las mujeres participan en una narrativa colectiva en la era digital, pues al reconocer que el selfie ha dejado de ser una actividad de moda ejecutada únicamente por jóvenes para construir su identidad, se abre un espacio para una nueva forma de auto-representación colectiva. (Vite, 2018). |
| **9** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las integrantes del grupo focal abordan que sus narrativas en cuanto al ritual antes de subir una selfie a Instagram (es decir conocer las situaciones dónde lo hacen, la frecuencia con la que suben las selfies, el número de fotos que se toman así como los criterios que predominan antes de seleccionar la foto que se colgará) son: que la mayoría de las participantes tiende a tomarse fotos cuando van a algún lugar especial (como un evento o paseo y que este espacio tenga una buena iluminación natural o artificial), es decir se toman una selfie en una situación donde se sientan bien, por ende la frecuencia con la que suben las fotografías depende del compás de su vida (actividades a realizarse y considerarse agradables), por otra parte el número de selfies promedio que se toman las mujeres entrevistadas oscila entre 15 y 30 fotos antes de seleccionar la que se subirá a la red social Instagram bajo la narrativa que impere al representarse al momento o la mayor ideología que se pretenda comunicar a través de la imagen.<br>Es decir, la influencia que los Medios tienen a la hora de configurar la imagen es uno de los factores por los que actualmente el individuo se presenta de una manera u otra determinada puesto que, se modelan consciente e inconsciente los modelos a proyectar, por lo que al considerar este aspecto es posible comprender el por qué se usan actualmente los filtros en las plataformas digitales (Bazán y Miño, 2015). |
| **10** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las participantes del grupo focal reflexionan sobre papel social que quieren representar cuando ya seleccionan la selfie que colgarán en Instagram donde indican que quieren mostrar cómo se sienten (cualquier sentimiento del momento), es decir tal como son, sin embargo aunque conscientemente mencionan no quieren |

| | |
|---|---|
| | alcanzar los estándares sociales como la belleza, un alto estatus económico o un determinado rol de género, sí lo proyectan y caen en verse, lindas, felices o con un rol de género aprobado socioculturalmente o inclusive económicamente.<br>Es así que al tratar una comunicación espontánea e informal en los espacios digitales la identidad de los usuarios se puede construir de manera distorsionada (coadyuvada por los filtros), por lo que las representaciones visuales pueden proyectarse como un vehículo para desarrollar relevancia social porque son vínculos que sostienen relaciones desde su auto-expresión previamente dibujada. Por tanto, comprende que las dinámicas de las redes sociales crean un escenario para que se construya la imagen de la mujer y explica cómo las selfies se representan entre los usuarios (Di Próspero, 2009). |
| **11** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las integrantes del grupo focal esclarecen cuáles son para ellas las representaciones dominantes al visualizan selfies en Instagram donde sostienen que, los principales discursos que manifiestan las mujeres en Instagram a través de sus autorretratos son obtener belleza y un alto estatus económico.<br>Pues, a través de la visión imaginaria que proporciona la selfie, es decir las narrativas representativas que los usuarios expresan en sus fotografías personales proyectan la construcción de un yo ideal para ser apreciado como se desea, además en los procesos de identificación visual se muestra cómo las mujeres forman identidades personales ajustándose a los estándares sociales y culturales porque se puede alterar la realidad, edificando al yo construido con una intención previa (Canga, 2015). |
| **12** | En base a la herramienta Atlas. ti (2024) las participantes del grupo focal se enfocan en dar recomendaciones a alguien para fomentar una representación auténtica cuando se toman una selfie por lo que aconsejan que, para ser auténtica es importante que prevalezca su criterio al tomarse la selfie con o sin filtros, pero si usan los filtros no cambien su naturalidad (es decir no se exageren sus modificaciones).<br>Pues, la singular capacidad que arroja el selfie a la hora de desarrollar una identidad, es sin duda una muestra del desempeño que se emana en torno a la subjetivación (reconocimiento) del selfie. (Cuenca, 2019) |

| | |
|---|---|
| **ANÁLISIS FINAL** | De esta manera se concluye que, las narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer al producir selfies en Instagram se identifican conscientemente al mostrarse tal como son y por su propio criterio; sin embargo, de manera inconsciente se proyectan a través de la belleza y el empoderamiento (y con menor frecuencia con un alto estatus económico) para alcanzar los estándares socioculturales, es decir de forma latente la belleza y el empoderamiento son las representaciones dominantes que se descifran en los autorretratos que se publican en Instagram.<br>En conclusión, en el espacio digital donde la existencia del individuo puede alterarse, es decir donde el sujeto se puede proyectar de una manera diferente a la real, es donde se producen y consumen fotografías con ideas que se ajustan a las normativas y expectativas sociales (porque la fotografía pierde tanto la unicidad como autenticidad).<br>Pues, el aura de la imagen de la mujer se desintegra pero también se acentúa en las redes sociales a través de las herramientas digitales para construir otras identidades que resulta una nueva aura digital, pues de esta manera emergen modernas formas de autenticidad en este contexto, en otras palabras se visibilizan nuevas narrativas de presentación del individuo que se manifiestan coadyuvadas por la tecnología (Pérez, 2019). |

**Nota:** Matriz de información resumida de las preguntas del grupo focal con un análisis final.

### 3.5.1 Análisis e interpretación final de los posts y la entrevista grupal

*Tabla 9 Tabla de análisis final*

| **NARRATIVAS REPRESENTATIVAS Y EL SURREALISMO DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN LAS SELFIES EN INSTAGRAM** | |
|---|---|
| **VISUALIZAR SELFIES (TRES POSTS)** | De esta manera se concluye que, las narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer al visualizar las selfies en Instagram se identifican a través de la belleza y el empoderamiento (y con menor frecuencia con un alto estatus económico) para alcanzar los estándares socioculturales, pues estas son las narrativas predominantes que mayormente se percibe en los tres posts de las jóvenes presentadas en el grupo focal. |
| **PRODUCIR SELFIES (GUÍA DE ENTREVISTA)** | De esta manera se concluye que, las narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer al producir selfies en Instagram se identifican conscientemente al mostrarse tal como son y por su propio criterio; sin embargo, de manera inconsciente se proyectan a través de la belleza y el empoderamiento (y con menor frecuencia con un alto estatus económico) para alcanzar los estándares socioculturales, es decir de forma latente la belleza y el empoderamiento son las representaciones dominantes que se descifran en los autorretratos que se publican en Instagram. |

| | |
|---|---|
| **INTERPRETACIÓN FINAL** | Es así que las narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer tanto al producir como al visualizar selfies en Instagram se identifican a través de la belleza y el empoderamiento para alcanzar los estándares sociales y culturales de la época, sin embargo, es de manera inconsciente (al ser cuestiones latentes en las redes sociales es decir la presencia de las industrias culturales).<br>Es decir, al contemplar que los discursos que emergen sobre la imagen de la mujer se construyen a partir de la difusión y percepción de fotografías no es otra cosa que reconocer cómo a través de la virtualidad se describe la cultura actual, pues mediáticamente las representaciones visuales de la mujer, exponen sus ideales estéticos, sociales y culturales (Barajas, Mercado, Salinas y Reyes, 2017). |

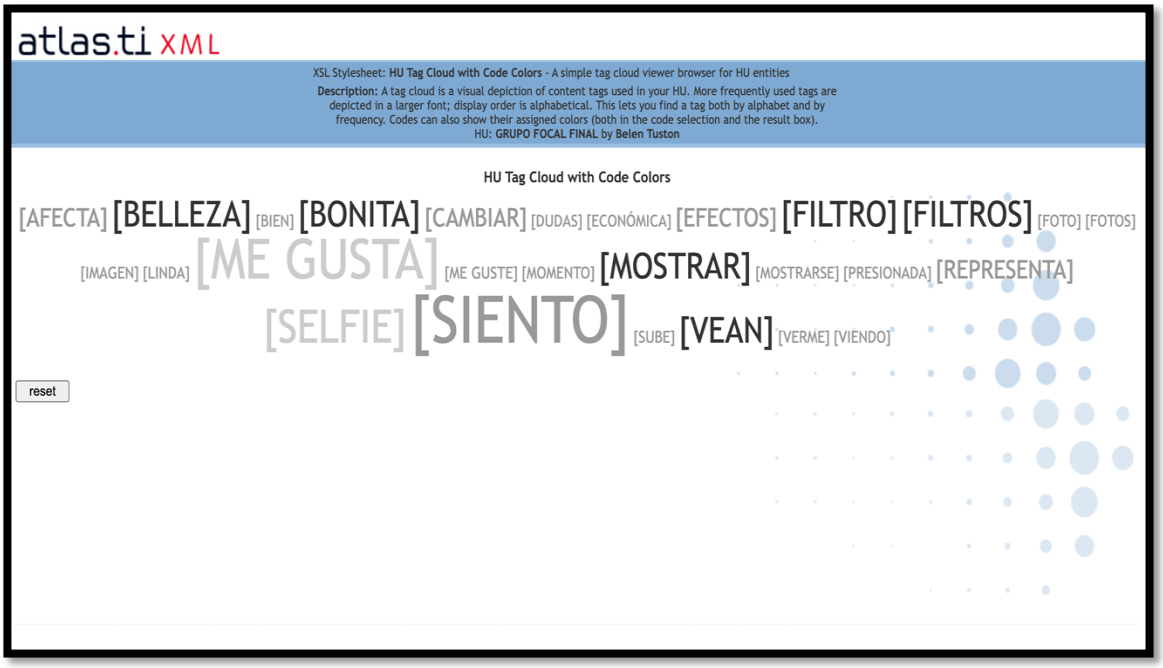
**Nota:** Tabla de análisis final de datos del grupo focal (de los tres posts y la guía de entrevista) que presenta una interpretación global.

### 3.6.1 Análisis e interpretación nube de palabras Atlas. Ti

Para reforzar el análisis así como la interpretación de datos también se empleó la herramienta de análisis Atlas ti. pero esta vez reportando una nube de palabras para reportar datos cualitativos relevantes, en este caso conocer cuáles son los términos más utilizados cuando se identificaron las narrativas representativas en torno al surrealismo y la imagen de la mujer en Instagram donde resulta que, las palabras que más se repiten como patrón o sobresalen son: siento (6 veces), me gusta (5 veces), selfie (4 veces) belleza, bonita, filtro, filtros, mostrar, vean (3 veces cada palabra); sin embargo de la mano se mencionan: afecta, cambiar, efectos, representa (2 veces cada palabra), y bien, dudas, económica, foto, fotos, imagen, guste, momento, mostrarse, presionada, verme, viendo, linda, sube, imagen (1 vez cada palabra).

Es decir, se interpreta y corrobora lo expuesto en la matriz con la recopilación de datos del grupo focal, pues sobresalen como narrativas representativas de la imagen de la mujer (a través de términos principales) que las mujeres se sienten bonitas y por tanto se toman una selfie, pero utilizan los filtros porque quieren mostrarse más bellas y cuando les gusta la imagen suben a la plataforma (en su mayoría).

*Ilustración 4 Captura Nube de palabras Atlas. Ti*




### 3.7.1 Discusión

La investigación se planteó como objetivo general describir las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo en las selfies en Instagram, donde frente a este propósito los resultados

arrojan que tanto al producir como al visualizar selfies en Instagram las mujeres se representan a través de la belleza y el empoderamiento para alcanzar los estándares sociales y culturales de la época, sin embargo, es de manera inconsciente (al ser cuestiones latentes en las redes sociales, es decir la presencia de las industrias culturales).

Así que al responder al objetivo específico número uno del estudio se muestra que, las narrativas con las que se identifican las mujeres así como el surrealismo que se halla en las selfies en Instagram de manera voluntaria aseguran ser basadas en su naturaleza (es decir mostrarse tal como son y por su propio criterio, sin ningún papel); sin embargo de forma automática se proyectan a través de la belleza y el empoderamiento, en otras palabras representarse con el rol de una mujer actual (que actúa con ciertos actividades aceptadas en la época).

Por lo que, considerar la influencia que tienen los medios con sus discursos (nociones basadas en la belleza y/o el empoderamiento) para adquirir los estándares socioculturales actuales contemplan:

> Que a día de hoy la red y los teléfonos móviles con cámaras implementadas han alterado significativamente las formas de obtención, manipulación y difusión de las fotografías, abriendo un nuevo espacio en el ejercicio de una nueva experiencia fotográfica. El selfie tiene mucho que enseñarnos sobre el papel omnipresente de la fotografía en la vida cotidiana, pues la estructura temporal de la imagen fotográfica es desafiada (…) para la presentación de la persona en los nuevos contextos de interacción, volviendo a inscribir continuamente acerca de uno mismo, desde lo cotidiano a lo espectacular. (Rabadán, pp. 40-41, 2016)

Por tanto, esto confirma la presencia latente de las industrias culturales en la era virtual, en este caso a través de las selfies difundidas en las redes sociales (como una manera moderna de reflejar la comunicación y la cultura) para mostrarse con una nueva identidad.

En cuanto al segundo objetivo específico donde se analizan las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo en las selfies en Instagram, se reconocen las nuevas formas de comportamiento (pensar-actuar) del individuo tras discernir que:

Sus maneras de vivir la cotidianidad y las formas de sentirse parte de la contemporaneidad se van transformando; por lo que se hace necesario cuestionar e indagar sobre acciones aparentemente sutiles y simples pero que demuestran todo un cambio en las maneras de representar la vida a través de la fotografía. (Calderón y Caro, 2020, p.18)

En este caso partiendo desde la matriz de análisis de la imagen de mujer para interpretar lo que comunican las jóvenes tanto en la producción como visualización digital de las selfies durante la construcción de un nuevo yo.

Esto debido a la forma en la que se han introducido sigilosamente en la sociedad ciertos paradigmas imperantes de la época (por su peso latente a la hora de expresarse en la imagen), que finalmente generan autorretratos de mujeres jóvenes para colgar en las redes sociales (Instagram) bajo "la creación de múltiples subjetividades en las que se diluye la veracidad y la especificidad del ser físico con la ubicuidad y lo etéreo de lo digital" (Pérez, 2019, p.159).

Por lo que se refiere al discutir sobre las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo en las selfies en Instagram (objetivo específico número tres del estudio), se determina que en los autorretratos publicados en las plataformas sociales se hallan las configuraciones intencionales de los usuarios, dado que tienen herramientas para controlar así como editar su imagen pública, facilitando una presentación más ordenada de sí mismos y por tanto se proyectan con una imagen idealizada (por su audiencia), relegando las facetas más auténticas o menos favorables (Di Próspero, 2011).

Asimismo, cuando se trata sobre la evolución, así como la representación del selfie en la praxis cotidiana, se habla de la inventiva que tiene esta actividad cuando se ejecuta, pero también de las imágenes modeladas (patrones de belleza sociales) que se proyectan como un resultado de la contemporaneidad.

Por lo que, se ve el selfie como una expresión libre y creativa que puede llegar al surrealismo donde finalmente representa un producto cultural, es decir un objeto de estudio porque son imágenes que conllevan significados de discursos e identidades visuales (Gayet, 2015).

Dado que, al comprender que el selfie no solo es una práctica fotográfica, sino que también representa un cambio profundo en la forma en cómo nos vemos a nosotros mismos y al mundo genera un cambio de perspectiva, es decir un giro visual, en este caso en la imagen de la mujer puesto que a través de los elementos surrealistas que se utilizan en los selfies se reinterpreta la realidad (en este hecho bajo los criterios sociales).

Pues lo que se puede obtener en una imagen es un yo ideal desde un yo real para posteriormente difundir una fotografía en la web acorde a las exigencias de los actores sociales, es decir presentar autorretratos diferentes con los avances que brindan las ciencias aplicadas y las exigencias sociales (Rabadán, 2016).

Por esta razón, al describir las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo en las selfies en Instagram (objetivo central) en base a los resultados recabados se presenta la

oportunidad de contrastar, ampliar e incluir críticas o pensamientos de análisis abordados en los antecedentes de este estudio y que se abordan en esta discusión.

### 3.2 Verificación de Hipótesis

Ahora bien, al iniciar la investigación se planteó la pregunta: ¿cómo se expresan las narrativas y el surrealismo de la imagen de la mujer en los selfies en Instagram?, partiendo de la idea de que, al colgar una selfie en Instagram la imagen de la mujer se distorsiona a través del surrealismo, por lo que frente a esta interrogante se procede a responder que la premisa es:

Que las narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer tanto al producir como al visualizar selfies en Instagram se identifican a través de la belleza y el empoderamiento para alcanzar los estándares sociales y culturales de la época, sin embargo, es de manera inconsciente (al ser cuestiones latentes en las redes sociales es decir la presencia de las industrias culturales).

Pues, las entrevistadas aseguraron que el objetivo principal al generar una selfie es mostrarse naturales (sin alterar su identidad física ni emocional) para agradar a nadie más que a sí mismas, pero al representarse se proyectan con patrones (actividades, actitudes, y elementos que alterar la selfie) que devienen de la imagen de mujer donde priman los paradigmas actuales con un nuevo rol de género y la belleza.

Por tal razón, dentro del análisis del estudio se corrobora que las narrativas y el surrealismo de la imagen de la mujer en los selfies en Instagram sí se representan a través del surrealismo (selfies coadyuvadas por filtros, efectos, poses, encuadres entre otros) para obtener ciertos cánones sociales y culturales aceptados como la belleza y el empoderamiento de la mujer (eliminando la individualidad/identidad), puesto que se producen y reproducen las estructuras sociales de las industrias culturales dentro la virtualidad.

Es así que, al construir y representarse la mujer a través de su imagen se refuerza con la concepción de que la selfie: “podría entenderse también como una nueva forma cultural de presentación social de sí, que conllevaría un trabajo de performación de la identidad personal” (Rabadán, 2016, p.26), es decir cómo quieren ser percibidas bajo los estándares sociales que dictan las industrias culturales.

# CAPÍTULO IV

## 4.1 Conclusiones

Tras el diagnóstico ejecutado a un grupo focal presencial conformado por cinco mujeres se revela que, las narrativas predominantes con las que la mujer se identifica se basa en una manera inconsciente  por alcanzar los aspectos socioculturales de la época y cumplir con los estándares de belleza y empoderamiento de las industrias culturales.

El análisis sobre las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo (efectos, filtros, poses, encuadres y otros elementos que coadyuven lo que quiere comunicar la joven) en las selfies en Instagram muestran que el principal objetivo al momento de generar y colgar una imagen propia en la plataforma es mostrarse tal como son y por su propio criterio (es decir sin querer agradar a nadie más que así mismas).

Así también, en la discusión sobre las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo en las selfies en Instagram se confirma que al tratar la evolución, así como la representación del selfie en la praxis cotidiana, se habla de la inventiva que tiene esta actividad cuando se ejecuta, pero también de las imágenes (moldeadas con patrones de belleza sociales) que se proyectan como el resultado de reflejar la comunicación y la cultura para mostrarse con una nueva identidad.

Finalmente, se describe las narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer en las selfies en Instagram como una manera inconsciente de producir y visualizar selfies en donde prevalezca la belleza y el empoderamiento para alcanzar los estándares sociales y culturales de la época, sin embargo  de manera poco auténtica debido a las latentes señalamientos en las redes sociales, es decir la presencia de las industrias culturales.

## MATERIALES DE REFERENCIA

### Referencias Bibliográficas


Adorno, T. & Horkheimer, M. (1994). *Dialéctica de la Ilustración: Fragmentos filosóficos* (J. J. Sánchez, Trad.). Editorial Trotta.

Arcila Calderón, C. y Sosa, J. (2013). *Manual de teoría de la comunicación I (1.ª ed.)*. Editorial Universidad del Norte. https://editorial.uninorte.edu.co/gpd-manual-de-teoria-de-la-comunicacion-i.html

Barajas Portas, K., Mercado González, J., Salinas Mercado, E., y Reyes Mercado, P. (2017). Estudio sobre el fenómeno de las selfies en las redes sociales y sus implicaciones para el marketing. *The Anáhuac Journal*, *17*(2), 93-122. https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2017v17n2.04

Barajas, R. A. (2009). Las lógicas de organización del conocimiento en el estudio de la comunicación. Editorial Porrua.

Barrantes, R. (2014). Investigación: Un camino al conocimiento, Un enfoque Cualitativo, cuantitativo y mixto. San José, Costa Rica: EUNED.

Bautista, N. (2011). *Proceso de la investigación cualitativa*. Editorial El Manual Moderno.

Bazán, C. y Miño, R. (2015). La imagen corporal en los medios de comunicación masiva. *Psicodebate, 15*(1)**,** 23–42. https://doi.org/10.18682/pd.v15i1.482

Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en su época de su reproductibilidad técnica*. Editorial Itaca.

Berardi, F. (2021). *El medio es el mensaje y Redes Sociales: Cómo los conceptos de Marshall MCLuhan se aplican a las plataformas digitales de intercambio social entre usuarios. Comunicación y Hombre*, (18), 72-80. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8294387.pdf

Bernal, Cesar. (2010). Metodología de la investigación 3ed. PEARSON

Bourdieu, P., (2001). Poder, Derecho y Clases Sociales (*Ma. José González trad. y* ). Editorial Desclée de Brouwer.

Breton, A. (2001). *Manifiestos del surrealismo. Pellegrini, A. (Trad.)*. Buenos Aires: Argonauta.

Brisset, D. (2004). Antropología visual y análisis fotográfico. Gazeta de Antropología, *20*(1), 1-9. https://www.ugr.es/%7Epwlac/G20_01DemetrioE_Brisset_Martin.pdf

Byung – Chul H. (2021). No- Cosas. Quiebras del mundo hoy. Taurus

Caerols Mateo, R., Tapia Frade, A., y Carretero Soto, A. (2013). I*nstagram, la imagen como soporte de discurso comunicativo participado*. Vivat Academia, (124), 68-78.

Calderón, N. y Caro, J. (2020). *La Cultura Tras el Fenómeno Selfie* [tesis de maestría, Universidad Distrital Francisco José de Caldas]. Repositorio Institucional Universidad Distrital Francisco José de Caldas. http://hdl.handle.net/11349/23862

Caldevilla, D. (2010). "Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual". Madrid: Documentación de las 72 Ciencias de la Información. No. 33, pp. 45 - 68. Recuperado dE https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A

Canga Sosa, M. (2015). Introducción al fenómeno del Selfie: valoración y perspectivas de análisis. Fotocinema. *Revista Científica De Cine Y Fotografía*, (10). https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2015.v0i10.5991

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder (María Hcrnéndcz Díaz trad.).* Alianza Editorial. https://www.academia.edu/22686386/Comunicaci%C3%B3n_y_Poder_MANUEL_CASTELLS

Cuenca, J. (2019). Selfie como performance de la identidad. Explorando la performatividad de la auto-imagen desde el arte de acción1. *Papeles del CEIC. International Journal on Collective Identity Research, 2,* 1-16. https://www.redalyc.org/journal/765/76566980004/html/

Del Fresno, M. (2011). Netnografía. Barcelona: UOC.

Di Próspero, C. (2009). Tecnologías infocomunicacionales y reconfiguraciones de los espacios de significación en la vida cotidiana. Usos de la red social Facebook en jóvenes de la Ciudad de Buenos Aires. *Acta Académica. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.* https://www.aacademica.org/000-089/117

Di Próspero, C. (2011). Auto - presentación en Facebook: un yo para el público. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad,* (6), 44-53 https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3716610

Evans, D. (2011). *Internet de las cosas. Cómo la próxima evolución de Internet lo cambia todo.* Cisco Internet Business Solutions Group (IBSG). https://www.cisco.com/c/dam/global/es_mx/solutions/executive/assets/pdf/internet-of-things-iot-ibsg.pdf

Foucault, M. (2001). *Michel Foucault: más allá del estructuralismo y la hermenéutica*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Nueva Visión.

García Canclini, N. (2002). *Las industrias culturales y el desarrollo de los países americanos*. Universidad Autónoma Metropolitana.

Gauthier, G., (1996). *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*. Ediciones Cátedra.

Gayet Valls, J. (2018). *Los orígenes adolescentes del selfie y su representación en el arte y en los medios de masas* [Tesis doctoral]. Universitat Politècnica de València. https://doi.org/10.4995/Thesis/10251/112728

Goffman, E. (2001). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Argentina: Talleres Gráficos Color Efe.

Goffman, E. (2001). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Argentina: Talleres Gráficos Color Efe.

Hall, S., (1981). *La cultura, los medios de comunicación y el 'efecto ideológico*', *en Curran, James y otros (comps.)*. Sociedad y comunicación de masas, México, Fondo de Cultura Económica.

Han, B. C. (2014). *Psicopolítica*. Barcelona. España: Herder.

Hernández Sampieri, R., Fernández C. y Baptista Pilar (2014). Metodología de la investigación (6ta ed.). McGraw-Hill / Interamericana Editores.

Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Revista reflexiones, 91*(2). https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008

La referencia en **Normas APA 7ma edición** quedaría así:

Lamas, M. (1999). Usos, dificultades y posibilidades de la categoría género. Papeles de

Lasswell, H. (1948). *The structure and funtion of communication in society. The communication of ideas.* New York: Harper and Brothers.

Lévy, P. (1999). ¿Qué es lo virtual? Barcelona: Paidós.

López Díez J. (2020). La foto social: de la nostalgia al big data. Pensar en la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias, 14(1), 109-110. https://doi.org/10.5209/pepu.68678

*López Díez J. (2020). La foto social: de la nostalgia al big data. Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias, 14(1), 109-110. https://doi.org/10.5209/pepu.68678*

Martín Barbero, J., (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona. España: Editorial Gustavo Gili, https://museo-etnografico.com/pdf/puntodefuga/141203industria_cultural_martin_barbero.pdf

Martín-Barbero, J. (1978). *COMUNICACIÓN MASIVA: DISCURSO Y PODER (1era ed.).* Editorial Epoca. https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/42068.pdf

Martín, M. (2002). "*La tiranía de la apariencia en la sociedad de las representaciones*". Canarias: Revista Latina de Comunicación Social. No. 50 (5), s.p. Recuperado de: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/2324/1/latina.pdf

Mata, L. (28 de mayo de 2019). *El enfoque cualitativo de investigación*. https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/

McLuhan, M. (1977). La comprensión de los medios como extensiones del hombre. México: Diana.

Méndez, A. y Astudillo, M. (2008). La Investigación en la era de la información. Editorial Trillas.

Molina Gómez, A., Roque, L., Garcés, B., Rojas Mesa, Y., Dulzaides Iglesias, M., & Selín Ganén, M. (2015). El proceso de comunicación mediado por las tecnologías de la información. Ventajas y desventajas en diferentes esferas de la vida social. Medisur, 13(4), 481-493.

Montoya, P. y Cogollo, S. (2018). *Situaciones y retos de la investigación en Latinoamérica*. https://www.funlam.edu.co/uploads/fondoeditorial/407_Situaciones_y_retos_de_la_investigacion_en_Latinoamerica.pdf

Múnera, B. (2021). Fotografía y comunicación: un espejo, una imagen, un ojo*. *Análisis, 53*(98), https://doi.org/10.15332/21459169.6314

Oliván, G. (2023). *Las mujeres lideran la revolución de las redes sociales.* ConnectAmericas. Consultado el 8 de octubre de 2024. https://connectamericas.com/es/content/las-mujeres-lideran-la-revoluci%C3%B3n-de-las-redes-sociales-0

Olmedo-Neri, R. A. (2023). Comunicación en pandemia. Implicaciones tecnológicas y simbólicas en la experiencia de jóvenes universitarios. Universitas XX1, 39, pp. 139-160. https://doi.org/10.17163/uni.n39.2023.06

Ortiz, H. (2019). *La comunicación integral en las organizaciones del tercer sector.* Sintaxis, (2), 95-112. https://doi.org/10.36105/stx.2019n2.06

Pardo, N., (2007). *Cómo hacer análisis crítico del discurso Una perspectiva latinoamericana*. Editorial: OPR-DIGITAL. Recuperado de: https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/20012/C%C3%B3mo%20hacer%20ACD.pdf

Pérez Martínez, H. (2019). Subjetividades otras en las manifestaciones artísticas en redes sociales: ficciones y realidades. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital, 8*(1), 156-185. http://dx.doi.org/10.25267/COMMON.2019.v8.i1.05

Población, 5(21), 147-178. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11202105

Prieto, B. (15 de diciembre de 2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Cuadernos de Contabilidad*, *18*(46), 9, 11.

Rabadán, A. (2016). Selfie y la impronta visual: el autorretrato 3.0 representación, presentación, corporealización. *Icono 14, volúmen 14* (2), 25-47. doi: https://doi.org/10.7195/ri14.v14i2.952

Real Academia Española. (2023). Comunicación. En Diccionario de la lengua española (edición de tricentenario). Consultado el 08 de octubre de 2024. https://dle.rae.es/narrativo?m=form

Real Academia Española. (2023). Comunicación. En Diccionario de la lengua española (edición de tricentenario). Consultado el 31 de octubre de 2024. https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n

Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad de entretenimiento (1era ed.).* Editorial Gedisa, S.A. https://espectaculosymedios.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/09/rincon_narrativas_medic3a1ticas.pdf

Ruvalcaba Arredondo, L., Ríos Rodríguez, L. del C. ., y Alejandro Carmona, E. . (2022). Utilización de redes sociales por estudiantes mexicanos. *Acta Universitaria*, *32*, 1–14. https://doi.org/10.15174/au.2022.3380

San Martín Cantero, Daniel. (2014). Teoría fundamentada y Atlas.ti: recursos metodológicos para la investigación educativa. *Revista electrónica de investigación educativa*, *16*(1), 104-122. Recuperado en 02 de enero de 2025, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412014000100008&lng=es&tlng=es.

San Pablo Moreno, P. (2018, 10-12 de octubre). *Cambios en la representación de la autoimagen a partir del fenómeno del selfie* [ponencia]. III Congreso Internacional de Competencias Mediáticas: Comunicación-Educación para el bien vivir, Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. https://www.academia.edu/37613288/Cambios_en_la_representacion_de_la_autoimagen_a_partir_del_fenomeno_del_selfie

Scolari, Carlos A. "Comunicación digital. Recuerdos del futuro". El profesional de la información, 2012, julio-agosto, v. 21, n. 4, pp. 337-340. http://dx.doi.org/10.3145/epi.2012.jul.01

Sontag, S., (2006). *Sobre la fotografía (Carlos Gardini trad. y revisado Aurelio Major)*. Santillana Ediciones Generales. (Original publicado en 1973).

Susperregui, J. (1987). La fotografía como medio de comunicación de las masas. *Kobie. Bellas artes*, (4), pp. 193-200. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3795508

Vainilla, A. (2017). *Adri Vainilla. Cómo se construye el capital social en redes sociales* [tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional Pontificia Universidad Católica del Perú. http://hdl.handle.net/20.500.12404/8958

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales (1era ed.).* Siglo Veintiuno Editores. https://www.google.com.ec/books/edition/La_cultura_de_la_conectividad/7m3ADwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&pg=PT18&printsec=frontcover

Van-Dijk, T., (2016). Análisis Crítico del Discurso. *Revista Austral de Ciencias* Sociales, (*30)*, 203-222. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=45955901010

Watzlawick, P., Beavin, J. & Jackson., D. (1991). *Teoría de la comunicación humana*. Editorial Herder. https://holossanchezbodas.com/wp-content/uploads/2020/05/teoria-de-la-comunicacion-humana-watzlawick-1.pdf

## Anexos

**Anexo 1.** Fotografías

- Grupo focal





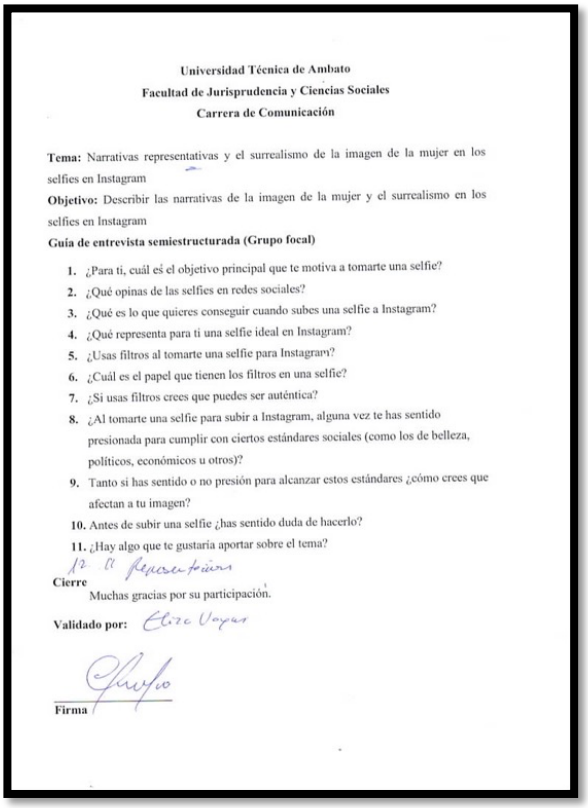


**Anexo 2.** Capturas

| B | C |
|---|---|
| **Nombre** | **Fundamentación** |
| AFECTA | 2 |
| BELLEZA | 3 |
| BIEN | 1 |
| BONITA | 3 |
| CAMBIAR | 2 |
| DUDAS | 1 |
| ECONÓMICA | 1 |
| EFECTOS | 2 |
| FILTRO | 3 |
| FILTROS | 3 |
| FOTO | 1 |
| FOTOS | 1 |
| IMAGEN | 1 |
| LINDA | 1 |
| ME GUSTA | 5 |
| ME GUSTE | 1 |
| MOMENTO | 1 |
| MOSTRAR | 3 |
| MOSTRARSE | 1 |
| MUJER | 0 |
| NARRATIVAS | 0 |
| PRESIONADA | 1 |
| REPRESENTA | 2 |
| REPRESENTATIVAS | 0 |
| SELFIE | 4 |
| SIENTO | 6 |
| SUBE | 1 |
| VEAN | 3 |
| VERME | 1 |
| VIENDO | 1 |

Captura del reporte-contador en Excel de palabras Atlas. Ti

- Validación de entrevistas



**Universidad Técnica de Ambato**
**Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales**
**Carrera de Comunicación**

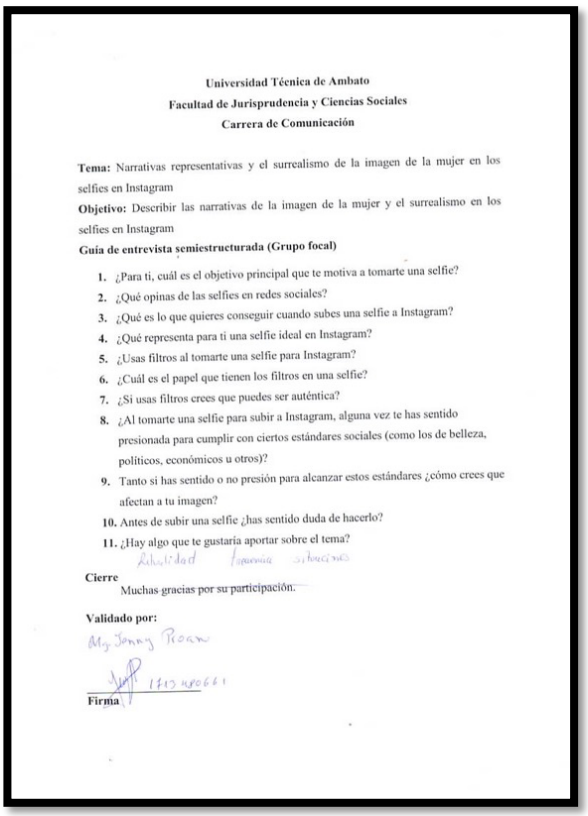
**Tema:** Narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer en los selfies en Instagram
**Objetivo:** Describir las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo en los selfies en Instagram
**Guía de entrevista semiestructurada (Grupo focal)**

1. ¿Para ti, cuál es el objetivo principal que te motiva a tomarte una selfie?
2. ¿Qué opinas de las selfies en redes sociales?
3. ¿Qué es lo que quieres conseguir cuando subes una selfie a Instagram?
4. ¿Qué representa para ti una selfie ideal en Instagram?
5. ¿Usas filtros al tomarte una selfie para Instagram?
6. ¿Cuál es el papel que tienen los filtros en una selfie?
7. ¿Si usas filtros crees que puedes ser auténtica?
8. ¿Al tomarte una selfie para subir a Instagram, alguna vez te has sentido presionada para cumplir con ciertos estándares sociales (como los de belleza, políticos, económicos u otros)?
9. Tanto si has sentido o no presión para alcanzar estos estándares ¿cómo crees que afectan a tu imagen?
10. Antes de subir una selfie ¿has sentido duda de hacerlo?
11. ¿Hay algo que te gustaría aportar sobre el tema?

**Cierre**
Muchas gracias por su participación.

**Validado por:** Eliza Vayas

**Firma**



**Universidad Técnica de Ambato**
**Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales**
**Carrera de Comunicación**

**Tema:** Narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer en los selfies en Instagram
**Objetivo:** Describir las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo en los selfies en Instagram
**Guía de entrevista semiestructurada (Grupo focal)**

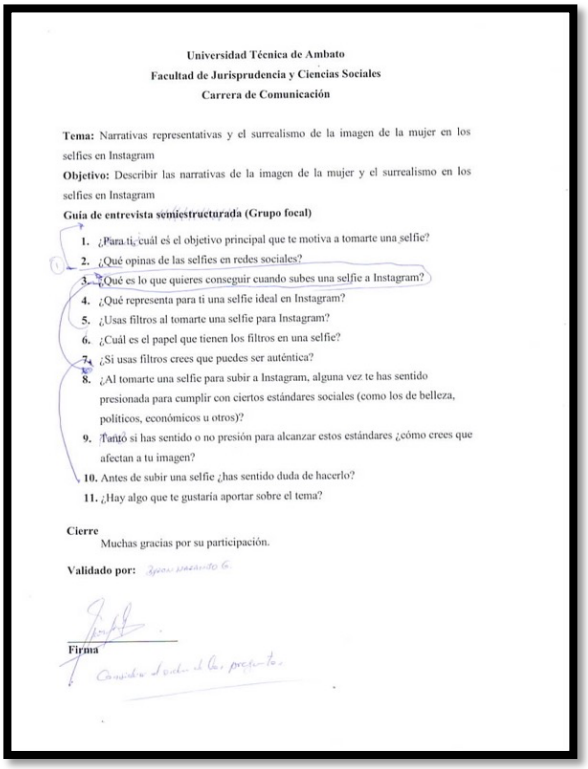
1. ¿Para ti, cuál es el objetivo principal que te motiva a tomarte una selfie?
2. ¿Qué opinas de las selfies en redes sociales?
3. ¿Qué es lo que quieres conseguir cuando subes una selfie a Instagram?
4. ¿Qué representa para ti una selfie ideal en Instagram?
5. ¿Usas filtros al tomarte una selfie para Instagram?
6. ¿Cuál es el papel que tienen los filtros en una selfie?
7. ¿Si usas filtros crees que puedes ser auténtica?
8. ¿Al tomarte una selfie para subir a Instagram, alguna vez te has sentido presionada para cumplir con ciertos estándares sociales (como los de belleza, políticos, económicos u otros)?
9. Tanto si has sentido o no presión para alcanzar estos estándares ¿cómo crees que afectan a tu imagen?
10. Antes de subir una selfie ¿has sentido duda de hacerlo?
11. ¿Hay algo que te gustaría aportar sobre el tema?

**Cierre**
Muchas gracias por su participación.

**Validado por:**
Mg. Jenny Roa

1713 480661

**Firma**



Universidad Técnica de Ambato
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales
Carrera de Comunicación

**Tema:** Narrativas representativas y el surrealismo de la imagen de la mujer en los selfies en Instagram

**Objetivo:** Describir las narrativas de la imagen de la mujer y el surrealismo en los selfies en Instagram

**Guía de entrevista semiestructurada (Grupo focal)**

1. ¿Para ti, cuál es el objetivo principal que te motiva a tomarte una selfie?
2. ¿Qué opinas de las selfies en redes sociales?
3. ¿Qué es lo que quieres conseguir cuando subes una selfie a Instagram?
4. ¿Qué representa para ti una selfie ideal en Instagram?
5. ¿Usas filtros al tomarte una selfie para Instagram?
6. ¿Cuál es el papel que tienen los filtros en una selfie?
7. ¿Si usas filtros crees que puedes ser auténtica?
8. ¿Al tomarte una selfie para subir a Instagram, alguna vez te has sentido presionada para cumplir con ciertos estándares sociales (como los de belleza, políticos, económicos u otros)?
9. Tanto si has sentido o no presión para alcanzar estos estándares ¿cómo crees que afectan a tu imagen?
10. Antes de subir una selfie ¿has sentido duda de hacerlo?
11. ¿Hay algo que te gustaría aportar sobre el tema?

**Cierre**
Muchas gracias por su participación.

**Validado por:**

**Firma**

**Anexo 3.** Enlaces

- Enlace grupo focal

https://youtu.be/EhKZGVCW_yU

- Enlace diapositivas proyectadas en el grupo focal

https://docs.google.com/presentation/d/16ypaS1RyppTaRuXEZYhmgIuqMAMva58_/edit?usp=sharing&ouid=100396399625452341807&rtpof=true&sd=true