

**Universidad Andina Simón Bolívar**

**Sede Ecuador**

**Área de Comunicación**

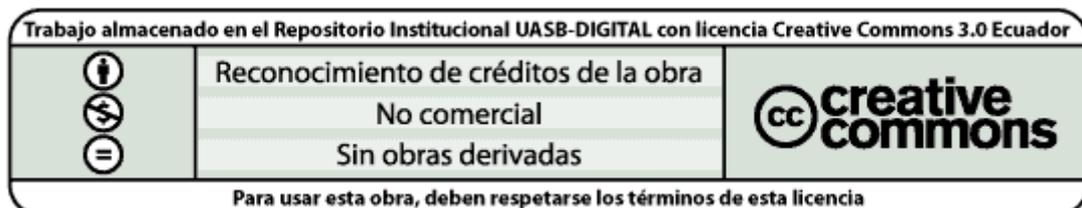
Programa de Maestría en Comunicación

**Proyección de la imagen fotográfica en Facebook: estudio de caso de un grupo de jóvenes desde una perspectiva de género**

Autora: Karla Lorena Lucero Benavides

Tutor: Christian León Mantilla

**2015**



## **Cláusula de cesión de derecho de publicación de tesis/monografía**

Yo, Karla Lorena Lucero Benavides, autor/a de la tesis intitulada “Proyección de la imagen fotográfica en Facebook: estudio de caso de un grupo de jóvenes desde una perspectiva de género”, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Magíster en Comunicación en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

- 1.** Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador Pautas para la elaboración de la tesis de maestría 6 durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
- 2.** Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
- 3.** En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

**Fecha.** .....

**Firma:** .....

## Resumen

La investigación está conformada por tres capítulos: 1) Redes sociales, género y fotografía, donde se expone el problema, que es observar cómo un grupo de jóvenes proyectan su imagen en Facebook para ser integrados por los otros, y cómo esta permite que sean aceptados por un grupo. Para ser parte de este colectivo se debe cumplir requisitos como gustos similares, gestos parecidos, parámetros de cierta moda, estilo, postura, movimientos, rasgos físicos: si no se acercan a lo que el grupo quiere simplemente son excluidos de esa red social. Aquí se explica qué es el Facebook, cuál es su función, el uso de las fotografías, perspectivas de género y patrones sociales y estereotipos. En el segundo capítulo se realiza un análisis fotográfico e iconográfico desde una perspectiva de género.

El método que se utiliza es la etnografía virtual, porque es una técnica de información que permite observar las prácticas culturales de los grupos sociales en internet, que en la actualidad es considerado el espacio donde se produce la interacción social, donde se lo practica y en donde lo social, cultural e identidad se fusionan, es una nueva alternativa para que la personas se relaciona a través de internet con el otro sin salir de su casa. Para realizar este trabajo, la investigación se basó en las fichas fotográficas y en las entrevistas.

En el capítulo tres se realiza un trabajo práctico, en el cual se hacen comparaciones con fotografías de personajes famosos y publicidades con el fin de encontrar características similares, y se observa la influencia de los medios de comunicación, la cultura, la familia, la moda y las redes sociales en cada uno de los diez casos de estudio.

## **Dedicatoria**

Después de tanto esfuerzo y sacrificio, logré culminar el sueño de terminar mi tesis, y conseguir el tan anhelado título de Magister en Comunicación, esto gracias a mi abuelita María, a mi madre Jacqueline, quienes siempre me apoyaron en el transcurso de mi vida. Abuelita: aunque ya no estés físicamente a mi lado sabes que cumplí mi meta y que con tus bendiciones desde el cielo tú me cuidas y me guías para ir por un buen camino.

Mami: gracias por todo tu amor, paciencia, dedicación y sacrificio que hiciste para que tu hija salga adelante y pueda seguir sus sueños; si ahora soy la mujer profesional, hija y hermana es por ustedes. Este logro me llena de felicidad y quiero compartir con mi madre Jacky, mis hermanos Andrés y Katherin, mis tías Grecia y Adriana y a mi prima María Fernanda, que en estos años han sido mi soporte para cumplir mis objetivos.

## **Agradecimiento**

Agradezco a mi tutor Christian León por su apoyo en la elaboración de esta tesis, al área de Comunicación por la motivación que me dieron para culminar este trabajo y al área de la Biblioteca por su apoyo y sugerencias.

Todo sacrificio vale la pena, con la guía y la bendición de Dios todo podemos conseguir, simplemente se debe dar el primer paso y no tener miedo de las caídas, porque de eso uno aprende, se levanta con fuerza y llega hasta el final del camino.

## Tabla de contenidos

Introducción .....	8
Capítulo primero:	
Redes sociales, género y fotografía .....	14
1. Facebook en el contexto de las redes sociales.....	14
2. Uso de la fotografía en Facebook .....	19
3. Perspectivas de género en las redes sociales .....	21
4. Patrones sociales, representaciones de género y estereotipos en Facebook .....	22
5. Proyección de la imagen femenina y masculina en Facebook .....	24
6. Espacio público y privado en la proyección de identidad de género en Facebook.....	25
Capítulo segundo:	
Análisis fotográfico e iconográfico desde una perspectiva de género .....	27
1. Justificación y presentación del caso de estudio .....	27
2. Proyección de la imagen masculina en las redes sociales .....	28
3. Proyección de la imagen femenina en las redes sociales .....	35
4. Elementos iconográficos masculinos .....	42
5. Elementos iconográficos femeninos.....	44
Capítulo tercero:	
Análisis sobre patrones sociales y representaciones de género .....	46
1. Patrones sociales y representaciones de género en Facebook (caso hombres).....	46
2. Patrones sociales y representaciones de género en Facebook (caso mujeres).....	51
3. Medios de Comunicación .....	54
3.1 Influencia de los medios de comunicación (caso de los hombres) .....	54
3.2 Influencia de los medios de comunicación (caso de las mujeres).....	59
4. Influencia cultural.....	62
4.1 Aspectos culturales (caso hombres) .....	63
4.2 Aspectos culturales (caso mujeres) .....	63

5. Familia y grupos de afinidad .....	64
6. Moda.....	67
7. Redes sociales.....	68
Conclusiones.....	71
Bibliografía .....	74
Entrevistas.....	76
Anexos .....	77
Anexo 1: Facebook en Ecuador .....	77
Anexo 2: Redes Sociales Ecuador: Facebook pasó los 8 millones (2015).....	78
Anexo 3: Ficha de análisis fotográfico .....	80
Anexo 4: Cuestionario de entrevistas .....	81

## Índice de fotos

Foto 1 .....	29
Foto 2 .....	30
Foto 3 .....	31
Foto 4 .....	32
Foto 5 .....	33
Foto 6 .....	36
Foto 7 .....	37
Foto 8 .....	38
Foto 9 .....	39
Foto 10 .....	40
Foto 11 .....	47
Foto 12 .....	48
Foto 13 .....	49
Foto 14 .....	50
Foto 15 .....	52
Foto 16 .....	52
Foto 17 .....	53
Foto 18 - Foto 1 .....	55
Foto 19 - Foto 2 .....	56
Foto 20 - Foto 3 .....	57
Foto 21 - Foto 4 .....	57
Foto 22 - Foto 5 .....	58
Foto 23 - Foto 6 .....	59
Foto 24 - Foto 7 .....	60
Foto 25 - Foto 8 .....	61
Foto 26 - Foto 9 .....	61
Foto 27 - Foto10 .....	62
Foto 28 .....	65
Foto 29 .....	66
Foto 30 .....	69
Foto 31 .....	70
Foto 32 .....	70

## **Introducción**

Facebook es un sitio web de redes sociales, a través del cual las personas se conectan con sus amigos, familiares, compañeros de trabajo, con el objetivo de comunicar e intercambiar información, fotografías, videos. Para ello se utilizan equipos como: computador, teléfono celular o tableta e instrumentos que le permiten acceso inmediato con el otro, sin salir de casa o de la oficina, acortando así tiempo y distancia.

El grupo en el que se enfocó esta investigación estuvo conformado por diez jóvenes ecuatorianos, cinco hombres y cinco mujeres de 18 a 24 años. Según información generada por la página de estadísticas Socialbakers Ecuador, de acuerdo al rango de edades, este es el grupo que encabeza los usuarios de la red social, en un 32% (Socialbakers 2012); según el estudio de Cobertura digital hasta diciembre de 2014, el número de usuarios comprendidos entre los 18 y los 34 años es el que más se ha incrementado y ahora representa más del 60% de la población del Ecuador (Espinosa 2014). Para más detalle de esta información consultar el Anexo 1 y 2 al final de este documento. Los jóvenes tienen afinidad con las nuevas tecnologías y tienen el acceso a los aparatos tecnológicos, que les facilitan explorar fuera de su entorno tradicional. A través de esta red social se pueden encontrar con amigos, familiares, compañeros de trabajo y con quienes comparten intereses en común, por ejemplo en el área de la ciencia, tecnología, medicina, les permite intercambiar conocimientos y experiencias en el área que se desarrollan, facilita la comunicación con todas las personas en cualquier país del mundo.

La investigación se orienta a Facebook en las redes sociales, como parte de las nuevas tecnologías de la información. Las perspectivas de género son entendidas como construcciones culturales y sociales creadas por hombres y mujeres de acuerdo a los roles que ejercen en la sociedad, buscando el equilibrio entre ambos sexos. Para continuar esta investigación hay que tener en claro algunos conceptos, como por ejemplo, género, que “es una construcción social que surgió para explicar las desigualdades entre hombres y mujeres, poniendo el énfasis en la noción de multiplicidad de identidades” (Butler 2002, 13).

Además se asocia a lo femenino o masculino con patrones de conducta y comportamiento, se construye a través de las relaciones de poder, producen y regulan los diversos seres corporales” (Butler 2002, 13). Cabe destacar que estas características históricas van cambiando no solo de acuerdo a marcos culturales, sino que también están en constante modificación con y en el tiempo.

Cada cultura tiene sus propias ideas sobre el género, sobre lo que son los roles que tienen en la sociedad los hombres y de mujeres y cómo cada uno de ellos debe actuar según esta construcción social, que ha sido transmitida de generación en generación. Un claro ejemplo es que a los hombres se les ha educado como líderes que ejercen el poder sobre los demás y que ellos son quienes toman la última decisión, mientras que las mujeres son las encargadas del cuidado de sus hijos, de las tareas del hogar. En la actualidad hombres y mujeres tienen acceso a la educación, al trabajo pero aun es evidente estas secuelas de cómo se educaba a los hijos de acuerdo al entorno; ahora existe igualdad.

La perspectiva de género es una forma de ver el mundo y las relaciones entre las personas, que busca generar un cambio en la sociedad haciendo que las relaciones entre hombres y mujeres sean equilibradas, olvidándose de ciertos prejuicios que a través de la historia han ido interponiéndose en el desarrollo del ser humano. Se debe crear conciencia para cambiar empezando desde uno mismo y las dinámicas internas de la organización a la que se pertenece sobre cuestiones de género, porque es una transformación indispensable en lo personal y organizacional, que pretende reducir la violencia estructural de la sociedad en la que se vive. Por ejemplo, la mujer a inicios de siglo XX no tenía derecho al voto, era sólo un derecho para el hombre; actualmente hombre y mujeres son tratados en la misma condición.

Otro de los términos que se utiliza en el desarrollo de esta investigación es la imagen fotográfica que utilizan las personas en los perfiles en Facebook, que es la forma de mostrar una imagen de una persona o un objeto; es la manera de darse a conocer o presentarse a los demás y ser aceptados por ellos, o su carta de presentación.

Hay que tomar en cuenta que las personas intentan mostrar su mejor cara en sus fotos en redes sociales; los planos que normalmente utilizan son primeros planos solo muestran su rostro, o en otros casos el plano general que incluye detalles del entorno, objetos o paisaje, acompañados de otras personas, lo importante es dar una buena impresión a sus amigos y seguidores en Facebook.

Es indispensable conocer como los jóvenes construyen su imagen a través de poses, estereotipos, patrones sociales, para ser aceptados y fortalecer vínculos con un determinado grupo en Facebook, pues una imagen vale más que mil palabras, pero todo depende del entorno en el que se desarrolle. Así por ejemplo, un roquero no se preocupa de salir bien en su foto, sino de mostrarse tal y como es, mientras que una mujer se preocupa más por su imagen, buscará una buena pose, que se vea su mejor ángulo y que todo esté en su lugar.

La interrogante que guió esta investigación es: ¿Cuáles son las representaciones de masculinidad y feminidad que construyen los jóvenes ecuatorianos de 18 a 24 años a través de las fotografías de su perfil para presentarse y ser aceptados en Facebook.

Para iniciar la investigación se escogieron 10 perfiles: 5 mujeres y 5 hombres ecuatorianos de entre 18 a 24 años que pertenecen a la comunidad de Facebook, quienes se comunican con amigos, familiares, compañeros de trabajo de estudios, entre otros.

Las técnicas de recolección de información que utilizadas son: la revisión y análisis de los fotografías del perfil y entrevistas por *chat* de Facebook con el grupo escogido para la investigación.

Los métodos aplicados se basan en cada objetivo, que a continuación se presenta:

El objetivo general se basa en investigar las estrategias, elementos y patrones fotográficos que usan los jóvenes para la proyección de representaciones de género en el Facebook.

El primer objetivo específico es analizar las formas y estrategias de proyección de la imagen personal a través del uso de la fotografía en Facebook, por parte de un grupo de jóvenes desde una perspectiva de género. Para cumplir este objetivo el primer paso fue revisar los perfiles de algunos jóvenes en Facebook, su grupo de amigos, y escoger los que con frecuencia cambian la foto de perfil, buscando el mejor ángulo, leyendo las actualizaciones de estado, en donde expresan estados de ánimo, o escriben lo que quieren decir, los lugares donde están y con quien están reunidos.

La metodología utilizada para este ítem fue revisar los perfiles del grupo objetivo, para conocer sus intereses y saber qué relación tienen entre ellos. Verificar si se produce un cambio a diario de la fotografía y revisar todos los días los perfiles

del grupo objetivo por tres semanas para verificar este dato. Contar cuántas fotos posee en el álbum de perfil y si están solos o acompañados, con el fin de saber cómo se representan como hombres o mujeres y clasificar en grupos, de acuerdo al género. Además, por confidencialidad se decidió asignarles un código; por ejemplo, para hombres H1, H2, H3, H4 y H5; y para mujeres M1, M2, M3, M4 y M5.

El segundo paso fue contactar al grupo elegido, explicarles el tema de tesis y preguntarles si quieren ser parte de la investigación y si es que permiten la utilización de sus Facebook. Después se escogió una foto del álbum de perfil de cada una de las diez personas en las que se basa la investigación, se procedió a la revisión de las fotografías del álbum de perfil y además se solicitó al dueño del perfil que sugiera qué foto le gusta más, o con cuál es con la que se identifica y por qué.

Se concretó una serie de fechas para las entrevistas por *chat* con el grupo escogido para la investigación, porque es una forma de utilizar dicha plataforma, y acceder fácilmente al grupo objetivo mientras están realizando sus actividades cotidianas. El cuestionario de preguntas se divide en tres segmentos: fotografías de Facebook; género; y, preguntas personales sobre feminidad y masculinidad. Por motivo de privacidad se llegó a un acuerdo entre la investigadora y el grupo objetivo de no presentar la foto original sino que se utilice un programa para hacer la fotografía como caricatura, para ser publicada dentro de esta investigación.

El segundo objetivo específico fue analizar los elementos iconográficos (lugares, objetos, poses corporales, expresiones y atuendos) que componen representaciones de género en las fotos de perfil en Facebook. Para cumplir este objetivo se elaboró una ficha de análisis de la foto seleccionada por cada informante que contenía detalles técnicos, elementos iconográficos y representaciones de género. La ficha contenía información sobre lugares, poses corporales, expresiones, atuendos; así como descripciones de tipos de planos, elementos, poses paisajes. Para mayor información detalle de la ficha consultar Anexo 3.

El tercer objetivo específico es identificar los patrones sociales que adoptan los jóvenes para crear representaciones de género en Facebook. Para cumplir con este objetivo se encontró fotografías similares en publicidades en periódicos revista, internet y televisión, para ver si las poses corporales de los jóvenes son copiadas de estas fuentes, ya que en la mayoría de caso siempre se admira alguna persona y se quiere imitarlo. Posteriormente se procedió a analizar los patrones sociales de acuerdo a representaciones de género. Para alcanzar los tres objetivos se usaron

entrevistas de distinto tipo, para mayor detalle del el guión de las mismas consultar el Anexo 4.

Para ello es importante el manejo que hacen de la imagen fotográfica dentro de sus muros, porque consideran que la foto es la carta de presentación para ser aceptados y admirados por los demás.

La técnica de recolección de información que se utiliza es la etnografía virtual, porque es un método de información que consiste en observar las prácticas culturales de los grupos sociales en internet, que en la actualidad es considerado el espacio virtual donde se produce la interacción social que es el compartir con el otro por internet, espacio donde se practica lo social, lo cultural y la identidad. Se trata de una nueva alternativa para que la personas se relacionen a través de internet con el otro sin salir de su casa.

Para tener claro el método de recolección de información para la investigación se tomó como referente al libro *Etnografía Virtual* de Christine Hine, porque habla de la utilización del internet y cómo este se integra a la vida de las personas; además, tiene tres tesis centrales: la primera dice que la tecnología no puede ser considerada un agente de cambio en sí misma, sino que todo depende de ella; es decir, cómo el usuario va creando una realidad de acuerdo al entorno en el que está viviendo. La segunda tesis se refiere a que por medio del internet se crea un espacio de estudio sobre las prácticas cotidianas para cuestionar lo establecido. Se puede decir que la etnografía virtual es la metodología adecuada para este tipo de investigación, porque analiza las prácticas sociales, culturales de un grupo de personas en internet (Hine 2004, 13)

Este método permite entender al internet en dos sentidos: como una cultura en sí misma, y un artefacto cultural, porque los significados se construyen de acuerdo al entorno del que vienen y sobre las expectativas del usuario. Los datos que se obtengan de esta investigación permitirán desarrollar un trabajo en el que se podrá evidenciar cómo las nuevas tecnologías crean nuevos espacios de socialización e interacción de quienes las usa diariamente.

Para implementar este método la investigación se basó en la revisión de los muros, fotografías y biografías del grupo escogido, para conocer el uso que le daban a este red social, además se ubicó a los jóvenes a través del *chat* con el fin de interactuar con ellos y saber sobre su experiencia en el uso del las redes sociales.

La utilización de las fotografías facilitan la relación con el mundo, en lo cognitivo, emocional, estético, moral y político. La variedad de expresiones emocionales a través de las imágenes es tan amplia como con las palabras (Berger 1984, 73). Porque las fotos permiten crear, mostrar lo que el personaje desea expresar, mostrar a los demás cómo va creando su entorno virtual.

Es necesario hablar de la evolución de las nuevas tecnologías, y sobre todo de la fotografía que dejó de ser análoga para convertirse en digital, cambiando el significado histórico de la imagen fotográfica, como por ejemplo: la imagen fija, la cinematográfica y la televisiva, “basándose en el análisis de una serie de lugares sociales y concretos en los que las nuevas tecnologías de la imagen interactúan con los usos, valores y significados establecidos de las imágenes fotográficas” (Lister 1997, 14).

A través de las fotografías, hombres y mujeres crean una imagen para presentarse ante los demás tomando en cuenta que “las imágenes fotográficas han sido la clave para las formas modernas de memoria biográfica y para la identidad de géneros, generacional y de familia” (Lister 1997, 41). Hay que tomar en cuenta que la representación de la persona ha cambiado porque dejó de lado la tradicional foto familiar que todos tenían en su casa en un marco en la sala, para ser reemplazada por las nuevas tendencias, como son las fotos personales o los famosos *selfie* o autofotos o autorretratos que uno mismo se toma con el teléfono celular, *tablet* o cámara de fotos, en cualquier lugar o espacio, con variedad de poses, gestos y atuendos, que por lo general se lo usa en las redes sociales.

El procedimiento que se utilizan los jóvenes para hacer la fotografía es el *selfie* es sostener una cámara o un dispositivo móvil con el brazo, o utilizan el temporizador de la cámara apuntándose en primer plano a su rostro, con el fin de exhibirse en determinado lugar o evento y demostrar que solos sí pueden obtener una buena fotografía.

El *selfie* o autofoto del espejo es el más utilizado, porque facilita observar cómo va a quedar la fotografía, buscando la pose adecuada, haciendo el gesto que se quiere expresar, o simplemente posando. Lo que les importa es verse bien y conseguir una buena foto. Hay que tomar en cuenta que el *selfie* también ha evolucionando, porque ya no aparece un solo personaje, sino que está acompañado de otros.

# Capítulo primero

## Redes sociales, género y fotografía

### 1. Facebook en el contexto de las redes sociales

Para iniciar la investigación es necesario tener claro ciertos conceptos, como son Facebook y red social, con el fin de saber qué función cumple cada una dentro del contexto de información y entretenimiento. Las redes sociales son plataformas de comunicación que permiten a los usuarios entrelazarse para poder comunicarse entre sí, con los amigos que se encuentran dentro de su propia red, o gente de desea conocer o estar en contacto, en la cual pueden intercambiar conocimientos, fotos, videos, mensajes instantáneos: es un sitio de fácil acceso que lo administra el propio usuario (Borja Fernández 2010, 17).

Hay varios tipos de redes sociales, por ejemplo: para intelectuales hay blog de ciencia o literatura, donde pueden intercambiar y adquirir conocimientos; en las redes profesionales, para intercambiar experiencias laborales y conseguir empleo; de ocio, para distraerse con juegos en línea; y personales, para estar en contacto con amigos o conocer personas. Las que más utilizan los jóvenes son las de redes personales y de ocio, porque a través de estas pueden tener contacto con amigos y familiares e intercambiar fotografías, imágenes y comentarios. Según Igarza, “las redes sociales son un elemento tan determinante como la actitud personal” (Igarza 2009, 53). También son un paso hacia la descentralización del contenido y de los contactos en línea porque facilitan el acceso a la información.

(...) Facebook es una herramienta que facilita el contacto con familia, amigos, compañeros de trabajo, empresas y además ayuda a crear grupos de interés académico, laboral y social. Esta red social estimula la comunicación de las personas que viven en sitios distantes, otras ciudades, países y continentes. La interacción se realiza a través del *chat*, el muro que generan espacios de intercambio u opinión (Piscitelli 2010, 21).

Esta plataforma web es utilizada por 845 millones de personas a nivel mundial, y en Ecuador en número de usuarios fue de 4 219 440 hasta febrero de 2012 (Socialbakers 2012). Esta información se la puede comparar con datos obtenidos en un estudio por la Consultora Cobertura Digital en Ecuador, que presenta datos de incremento de los usuarios de Facebook desde 2009:

- 2009 / 400 mil usuarios

- **2010** / 1 millón de usuarios
- **2011** / 2 millones de usuarios
- **2012** / 4 millones de usuarios
- **2013** / 6 millones de usuarios
- **2014** / 7 millones de usuarios
- **2015** / 8 millones de usuarios

(...) Básicamente, cabe destacar que del 2011 el de mayor repunte al 2013 crecimos a un ritmo de 2 millones por año mientras que del 2013 al 2014 el crecimiento bajó al millón anual que se ha mantenido durante el último año, a un promedio de poco menos de 100 mil usuarios por mes. Hay que ver si Facebook sostiene ese millón durante el 2015 o quién sabe empieza el año del declive de esta red social que algunos auguran (Espinosa 2014).

El objetivo del uso de Facebook es comunicarse con familiares, amigos y conocer personas que mantengan intereses en común. Existen grupos especializados en medicina, música, literatura, cine, arte, ciencia, religión, política, deporte, entre otros, y tienen la posibilidad de hablar de sus vidas, sus lazos sociales, e institucionales,

(...) pero no de un modo preexistente sino constructivo: no dan cuenta de una identidad anterior, sino que la construyen allí, en el uso, en la interacción con los dispositivos y los usuarios de un modo dinámico y cambiante, a partir de diferentes lenguajes (Piscitelli 2010, 83-84).

Esto confirma que Facebook permite dar a conocer la vida privada de una persona, interactuar con el otro, crear una imagen para ser parte de un grupo con supuestos intereses comunes. Todo lo privado se vuelve público con el fin de mostrarse y exhibirse ante los demás para ser aceptados dentro de una red social, como es el caso de Facebook que tiene como propósito “promover nuevas formas de comunicarse y compartir información con los amigos” (Sibilia 2008, 26), permitiendo que los usuarios mantengan a sus amigos mejor informados sobre sus propios intereses.

Facebook es considerado como “un simulador de la realidad” que está asociado a una sociedad de clase media/media-alta, con acceso a internet y preocupaciones más o menos burguesas (Faerman 2009, 18). La falta de conocimiento en algunos casos de accesibilidad hace que las personas subutilicen el Facebook y desconozcan su utilidad, pero lo que les interesa es crear una forma de simular la realidad y sentirse parte de un grupo.

Es indispensable conocer los accedentes de Facebook. Su creador fue Mark Zuckerberg, estudiante de la Universidad de Harvard, Estados Unidos. En febrero de

2004 “lanzó un sitio llamado The Facebook, como un servicio por ayudar a la red de estudiantes de la institución a conectarse entre sí” (Piscitelli 2010, IX), esto debido a una publicación en la que se mostraba el perfil de los estudiantes y personal, y que era entregado a los nuevos alumnos. La idea era que las personas se conecten a través del uso de sus perfiles, actualizaciones de estado y foros consolidados, con el fin de crear una comunidad auténtica. En apenas 24 horas cerca de mil personas se unieron a la red y llenaron sus datos, y un mes más tarde la mitad del alumnado ya era parte de este proyecto que fue seguido por otras universidades como Stanford y Yale. Cabe informar que en 2005 se módico el nombre por solo “Facebook”.

Por el éxito que consiguió Facebook en las universidades se decide abrir su acceso a las demás personas. El requisito era tener un correo electrónico, con el objetivo de crear una comunidad virtual en la web, que le permita a través de esta plataforma fortalecer lazos familiares, de amistades y conocidos, mantener contacto e intercambiar conocimientos. Por este motivo esta red social se modificó en otros idiomas.

Facebook está conformado por varios elementos:

- **Perfil personal:** que es donde uno pone sus datos, nombre o alias, fecha de nacimiento, ciudad y país de origen, lugar de trabajo, sitio de estudios, gustos de libros, películas, series, estado civil. En este literal va la biografía, la información, fotos y amigos. Además, dispone de una foto de portada y una de perfil, por lo que se cuentan con varios álbumes que son registrados con nombres de acontecimientos, como por ejemplo: fiesta de fin de año, Cumpleaños Rosita, Paseo a Otavalo. Se puede subir las fotos que uno desee, ya que no hay un límite.
- **Amigos:** es el grupo de personas con el que se tiene afinidad por amistad, por lazos familiares, relación laboral o intereses en común.
- **El muro:** es el sitio donde puedes escribir lo que piensas, cómo te sientes, o publicar fotografías con mensajes, con el fin de interactuar con los demás. En la parte inferior los amigos pueden escribir un comentario y el usuario está en capacidad de contestar.
- **Chat o messenger:** es un cibercharla, es decir, una conversación virtual a través de la comunicación escrita de manera inmediata con el uso un software que esté conectado a internet, entre dos o más personas.

- **Video chat:** es la mezcla entre video-conferencia y el *chat* tradicional. Es la forma de conversar con el otro a través de un computador que posea una cámara, viéndose cara a cara, como una conversación normal pero con la diferencia de que el medio para la comunicación es una máquina.
- **Mensajes:** son textos cortos escritos o recados virtuales, que se envía a los amigos a través de Facebook.
- **Grupos:** es la reunión de personas que tienen intereses en común, o comparten gustos, música, o son parte de una institución; estos grupos son abiertos y cerrados dependiendo los intereses que tengan los miembros; cualquier usuario tiene acceso.
- **Eventos:** es una actividad social, una fiesta, sesión solemne, o una reunión de amigos, entre otros, a la que se quieren invitar a los allegados, a través de la plataforma de Facebook. Este ítem cuenta con fecha, hora, detalles del evento y mapa de ubicación para poner el lugar de la reunión.
- **Notas:** es lo más parecido a un blog (es un sitio Web en donde uno o varios autores desarrollan contenidos) que se encuentra en el Facebook, sirve para contar o expresar lo que se desee, e incluso se puede utilizar fotos en ellas, la información se actualiza de acuerdo a lo que se quiere informar y se guarda cronológicamente.
- **Noticias:** es información que se va generando de acuerdo al acontecer o de lo que se quiere comunicar o decir. Quien decide lo que se publica o no es el propietario de la cuenta de Facebook o usuario. La fuentes puede ser el usuario o compartida desde una cadena de noticias, simplemente dando un clic para compartir.
- **Artículos publicados:** son informaciones o noticias generadas por los diferentes medios de comunicación, que presentan el acontecer nacional y mundial, pero además pueden ser escritos por el dueño de dicho Facebook con el fin de informar sobre algún acontecimiento.
- **Mercado:** es la forma de ofertar productos, servicios entre los miembros de la red social, es decir, permite crear sitios de comercio electrónico en minutos y de manera gratuita para vender en una tienda virtual propia cualquier producto, bien y servicio.

- **Páginas (*pages*) o perfiles públicos:** son usados para presentar o promocionar una marca, empresa, un artista, un candidato, etc. Cualquier persona se puede hacer fan o seguidor y no requiere autorización, se puede poner fotografías, videos o enlaces al sitio web del usuario en su página de admiradores.
- **Aplicaciones:** son aquellas que dan funcionalidad extra a los perfiles o a las páginas, son desarrolladas por Facebook o por usuarios externos.

Las aplicaciones son las siguientes:

- **Fotos:** son las fotografías que uno se toma a través de la cámara, celular o *laptop* en la que el usuario está solo o acompañado, dependiendo de la actividad que está realizando.
- **Vídeo:** es un conjunto de imágenes en movimiento de un determinado evento, o lugar o persona.
- **Juegos:** son espacios de entretenimiento y distracción virtual en línea que permiten al usuario jugar solo o en grupo. Los que más se destacan son: Candy Planet, Candy Crush, Jewel Epic, Treasure Epic, entre otros.

Esta red social permite interactuar con otras personas que están en otro lugar ciudad, país o continente, por medio de un computador, sin salir de casa, de la oficina; las nuevas tecnologías de la comunicación agilitan estos procesos reduciendo tiempo y espacio. En la actualidad el acceso a internet facilita la utilización las nuevas tecnologías de la información, que son utilizadas por niños, jóvenes y adultos, con el fin de informarse, educarse y sobre todo entretenerse, pues viven en una sociedad en la que sobresalen las innovaciones tecnológicas que facilitan el acceso a cualquier tipo de información y sin salir de casa, apenas conectándose desde un computador, *laptop*, *tablet* o celular que tenga internet, lo que les hace vivir en un mundo más acelerado.

Los jóvenes utilizan Facebook para mantenerse en contacto con sus amigos y familiares; lo que importa es saber de la vida del otro a través de fotografías, videos y comentarios en un medio que facilita el fortalecimiento de las relaciones sociales a través de una plataforma virtual o red social. En la actualidad el internet es el medio al que la mayoría de la población tiene acceso, por su costo accesible y además porque facilita la comunicación a otras ciudades, países y continentes de manera inmediata.

## 2. Uso de la fotografía en Facebook

Los jóvenes utilizan las fotografías en Facebook para que sus amigos y familiares los identifiquen; además, son una carta de presentación, una manera de dar a conocer las cosas que hacen, como por ejemplo un paseo, una fiesta, o simplemente mostrarse tal y como son. Según Fontcuberta, “la fotografía es una nueva modalidad de escritura icónica que estructuralmente se caracteriza por plasmar una superficie a la vez” (Fontcuberta 1990, 24). Siguiendo esta idea, la fotografía es la tarjeta de presentación para que los usuarios de Facebook los identifiquen, en la que se mezclan varios elementos, como son los gestos, poses, atuendos, lugares y personas.

Es importante saber qué imagen se quiere proyectar al momento de elegir una foto para subir al álbum de foto de perfil del Facebook, por ejemplo, mostrarse como una persona seria e intelectual, como un deportista, madre de familia, o como un profesional.

No para todas las personas son importantes las fotos que suben en su álbum de perfil porque simplemente suben la foto porque les parece chévere o es algo diferente a las de sus amigos, pero también hay el grupo que le interesa mucho salir bien presentado en la foto y se preocupa de su vestimenta, maquillajes, poses. El objetivo es verse agradable para recibir un “Me gusta” o “like”, un comentario o ser aceptado por el otro, y además dicen que la primera imagen o impresión es la que cuenta.

La fotografía siempre estuvo relacionada con lo doméstico y dentro de lo privado. Un claro ejemplo es el álbum de fotografías que cada familia tenía donde se archivaba cada acontecimiento o evento especial. En el álbum de familia se guardan recuerdos especiales de un grupo de personas, es decir, cuenta historias a través de imágenes, pero “el álbum no es solo un testimonio de familia sino su propio árbol genealógico y aspiracional” (Silva 1998, 43). Hay que tomar en cuenta que para que para que álbum exista,

(...) debe cumplir cuatro condiciones nominales que definen el nombre de lo que culturalmente llamamos álbum familiar: 1. la familia como el objeto representado; 2. la foto como el medio visual de registro; 3. el álbum como técnica a de archivo y 4. Contar su condición narrativa a través de la foto el álbum y la familia” (Silva 1998, 20).

La familia es quien narra o cuenta la historia a través de las fotografías, que son las imágenes que se construyen con el fin de representar a un grupo o a un sujeto

dentro de una actividad determinada, que se guarda o archivan en un álbum de fotos, “un libro de su propiedad y creación colectiva y hacerse y hacernos memoria visual de nosotros mismos” (Silva 1998, 21).

Con el paso de los años la fotografía analógica se quedó de lado y en la actualidad la fotografía digital ha ido ganando espacio, haciendo que lo privado pase a ser público. Un claro ejemplo son las fotografías que existen en los álbumes virtuales en Facebook, donde el usuario se representa a sí mismo, a su familia y amigos, contando la historia de su vida a través de dicho archivo.

Hoy en día la mayoría de personas tienen acceso a una cámara de fotos, en su celular, *laptop*, computador, *tablet* o *iPad*, y ya no es necesario acudir a un centro especializado en fotografías para guardar una buena imagen, simplemente con el acceso a estos aparatos tecnológicos se logra registrar una imagen en la vida cotidiana, como por ejemplo, en un evento, en un día normal de la vida, con la familia y amigos, que simplemente se la sube a la red y se la muestra a los conocidos dentro de la plataforma web.

A través de las fotografías digitales se tienen secuencias del evento o momento que se busca guardar o archivar dentro del álbum se quiere mostrar a los demás, es decir, es una experiencia cultural que pretende exhibir-ver y ver-exhibir.

La imagen fotográfica es vista como un objeto cultural y tecnológico, pues esta representa o cuenta historias de una persona o un grupo. Además, las fotografías se crean automáticamente y son pasivas ante la realidad, esta cualidad de la fotografía es lo que Barthes llama “estar ahí” (Barthes 1997, 59), son una evidencia o forma de reafirmar que se estuvo en un lugar solo o acompañado de personas.

Las fotografías que se suben al Facebook son guardadas en espacios virtuales “de hospedaje de imágenes” como es el caso de el álbum de perfil, es una forma de dejar de lado lo privado e incursionar en lo público mostrando un archivo que está íntimamente ligado con la vida de una persona, pues a las que todos los usuarios tienen acceso y las pueden ver a través de internet. En este marco: “Esto es considerado un vaciamiento aureático, un proceso mediante el cual todos ven la foto, lo que provoca un vaciamiento febril de la imagen” (Silva 1998, 29).

Hay que destacar que cada álbum tiene un proceso que va de un comienzo a un final, es decir, es como una cronología que se marca por el tiempo o la fecha en la que se tomó la fotografía. En el caso de Facebook, se suben las fotografías de acuerdo a los acontecimientos importantes de la vida del usuario, que quiere mostrar

a los demás su vida y cómo esta se ha ido desarrollando a través del tiempo. Las nuevas tecnologías, y programas como “*Photoshop*™ permiten retocar la fotografía para que se vea agradable, también permite el fácil escaneo de una imagen impresa, otro de los programas utilizados es el adobe *Photoshop*™, que permite controlar el proceso por el cual la fotografía o diapositiva se convierte en imagen digitalizada” (Silva 1998, 58).

Cada persona es dueña del uso social que le dé a la imagen dentro de su álbum de fotos:

(...) El uso social que se hace de la fotografía, ya sea tomada como expresión de la realidad, con la apariencia de un lenguaje sin códigos, como señala Bordieu (Bourdieu 2003, 100), bajo la pretensión de algo ‘tan natural’ como lo ven nuestros ojos como simple huella, en el sentido lógico de un índice, como es señalado por autores como Dubbois o Scheeffler, desde una perspectiva peirceana marca una manera de comprenderla (Silva 1998, 59).

La imagen fotográfica dentro de Facebook se construye en base a representaciones generadas por una ideología, es decir, es la primera impresión de lo impostergable, por lo que se intenta mostrar una imagen que represente a la persona, sin tomar en cuenta su esencia, simplemente una imagen que diga o presente alguien. Esto simplemente muestra una representación de una realidad simulada en la que se pretende mostrar lo que uno supuestamente es. ¿Acaso estamos construyendo identidades virtuales que facilitan la aceptación del otro por una simple fotografía? Y, ¿dónde dejamos lo que sentimos, lo que nos gusta y lo que pensamos?, ¿acaso nos estamos volviendo esclavos de las nuevas tecnologías o simplemente representamos una realidad que no existe?

### **3. Perspectivas de género en las redes sociales**

Con la aparición de las nuevas tecnologías de la información, y el cambio del rol de la mujer en la sociedad, que deja de ser ama de casa para incursionar en lo profesional se busca conseguir la igualdad de género dejando de lado la discriminación.

Actualmente hombres y mujeres tienen los mismos deberes y derechos dentro de una sociedad, por ejemplo, acceso a la educación, salud, alimentación, servicios básicos y tecnológicos, es por eso por lo que la presente tesis se orienta al análisis de perspectivas de género.

Para continuar con el desarrollo de la investigación es necesario tener claro el significado de género: es una construcción social, que abarca creencias, valores, comportamientos y actividades atribuidas de manera diferenciada a mujeres y hombres, a través de un proceso de asimilación social; es una forma de ubicar al hombre y mujer dentro de la sociedad y que cumpla determinado rol. Según Butler, el género determina lo femenino y masculino: “La construcción del género implica una cultura o una acción de lo social que obra sobre una naturaleza, que a su vez se supone como una superficie pasiva, exterior a los social y que es” (Butler 2002, 21).

Es una imposición de la sociedad sobre determinados roles que cumplen hombres y mujeres dentro de una colectividad, en la que no existe la igualdad y hay discriminación. Así, “el género es el sexo transformado, en producto un constructo de la actividad humana, el espacio donde el cuerpo empieza hablar un lenguaje socialmente compartido y comprendido” (Colaizzi 2007, 24).

Otro de los términos que se debe tener claro es “perspectiva de género”, se la entiende como una construcción social, una manera de ver el mundo y las relaciones entre las personas, además es una opción que sirve para generar un cambio en la sociedad buscando relaciones más armónicas entre hombres y mujeres. Adoptar la perspectiva de género implica visualizar, analizar y actuar sobre las situaciones de inequidad, discriminación e intolerancia generadas a partir de la diferencia sexual” (Celam 1994, 6).

#### **4. Patrones sociales, representaciones de género y estereotipos en Facebook**

El patrón social es aquello que nos sirve de referencia para elegir diversas opciones para escoger dentro de una sociedad. Estos dependen del entorno, la cultura donde uno vive y se desarrolla. Es importante tener claro que “una representación social es una unidad organizada y jerárquica de juicios, actitudes y de información que un grupo social dado elabora a propósito de un objeto” (Aguirre 2003, 3). Cada persona crea un referente de lo que quiere ser o quiere mostrar a los demás, porque ellos conocen los pro y contra del camino escogido, también al patrón social se lo considera un estilo de vida.

(...) Las representaciones sociales son modalidades de pensamiento práctico orientadas a la comunicación, la comprensión y dominio del entorno social, además es una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. Desde un punto de vista más amplio, designa una forma de pensamiento social (Jodelet 1993, 474).

Hay diferentes formas de abordar la representación social, de acuerdo a Jodelet Moscovici existen cinco enfoques:

[...] 1) Como cognición social en donde la representación presenta dos dimensiones: una de contexto (donde están inmersas las situaciones de interacción social) y la dimensión de pertenencia (donde encontramos los valores y normas en la construcción de la representación). 2) Se refiere al aspecto significante, lugar donde el individuo interpreta y da sentido a la representación según su contexto cultural. 3) Como forma de discurso, enfatiza el uso comunicativo que de la representación hacen los sujetos. 4) Nos habla de las normas sociales e ideología predeterminantes que se rige el sujeto. 5) La representación es el mediador entre las interacciones de los grupos y de las imágenes resultantes entre sus miembros, se hace énfasis en los paradigmas culturales y por ende de las ideologías dominantes (Jodelet 1993, 474-475).

Los estereotipos son creaciones que se relacionan estrechamente con las representaciones sociales que manejan cierto tipo de influencia sobre las informaciones que los sujetos tienen sobre un objeto determinado. “El estereotipo actúa, a la vez, como un recurso justificatorio para la aceptación o el rechazo categórico de un grupo y como un recurso selectivo o ‘pantalla’, que asegure el mantenimiento de la simplicidad en la percepción y el juicio” (Allport 1971, 216). Es necesario tener claro que los estereotipos son los rasgos que se atribuyen a un determinado conjunto de personas; también se lo considera como construcciones que atribuyen determinadas características a los miembros de un grupo y no individualmente a una persona; los estereotipos se resisten al cambio a pesar de que existan evidencias en su contra, además simplifican la realidad, no se detienen en los detalles, simplemente generalizan y completan la información cuando esta es confusa.

La sociedad facilita en forma de representaciones sociales, el patrón a partir del cual las personas crean sus representaciones individuales, por tanto, las primeras ubican a los sujetos hacia la práctica y constituyen orientaciones para la actuación.

Las representaciones sociales de género son indispensables y necesarias en toda sociedad, porque son parte de sus elementos ideológicos de reproducción social, y como tal se transmiten de generación en generación, mediante un proceso de socialización (Aguilar 1998, 26). Se debe tener claro que el género asigna los papeles y las funciones que se consideran más apropiados para cada sexo, determinándose pues la configuración de la propia identidad femenina o masculina en una cultura.

Otro elemento presente en todas las realidades sociales de los sujetos y, por lo tanto, también en el mundo de la producción o del trabajo, son las categorías de género.

[...] Las categorías de género se han presentado como una construcción social en la que determinados símbolos e ideas han conformado unos modelos de representación ideológica, y como ocurre con el concepto de trabajo, en cada cultura que analicemos encontraremos un sistema de género particular. El género, es una construcción cultural que basa su existencia en las diferencias objetivas que se dan entre los sexos, y es a partir de estas diferencias sobre las que cada cultura determina tanto las categorías de sexo como las de género (Téllez 2001, 59).

Culturalmente al hombre se le ha creado el estereotipo del patriarca, una persona creada para hacer el trabajo fuerte, que cohibe sus sentimientos, es el rol que le ha designado la sociedad. Se puede afirmar que “en las culturas patriarcales, la masculinidad es el objeto sagrado primordial” porque existe esa idea errónea de lo que masculino es superior a lo femenino” (Andrade 1999, 104). Así como lo explica Bourdieu, en su libro *Un arte medio*: “lo masculino se relaciona a la fecundación, al trabajo, y provisión de alimentos, es lo de afuera el espacio público, el mundo político de la toma de decisiones, donde se detecta el poder y se alcanza el prestigio” (Bourdieu 2003, 115). Respecto a la representación de la mujer Simón De Beauvoir, afirma que:

[...] la mujer es un producto creado por la civilización, por lo que la femineidad es construida, a través de un sin número de comportamientos, aptitudes, movimientos, gestos, adornos, vestidos y formas corporales socialmente establecidas que las convierten en el otro que debe agradar a los hombres (Beauvoir 1999, 56).

Cada hombre y mujer se representa de acuerdo a los roles que le ha determinado la sociedad en la que vive, cumpliendo las normas establecidas y evitando alejarse de ellas para no ser alejados del grupo.

## **5. Proyección de la imagen femenina y masculina en Facebook**

La imagen, es producto de un proceso de interacción, de intercambio, de negociación de significaciones. Se ha considerado que Facebook es un escenario comunicativo, porque es un campo virtual, que permite la participación e intervención de múltiples agentes sociales que están en permanente intercambio de enunciados a través de los cuales se generan sentidos y se construyen significaciones.

En Facebook a través de las fotografías uno se muestra como uno quiere que lo vean. Este es el punto de partida del análisis de las interacciones en el caso de los diez jóvenes ecuatorianos escogidos.

La foto de portada, es la que se encarga de mostrar un rasgo del ser, permite el reconocimiento, la identificación, la validación del ser, al mismo tiempo que le da continuidad al relato, su función es dar coherencia a la entidad representada. En Facebook la foto que muestras debe proyectar la persona que tú eres. Para Paula Sibilía, “este deseo de ser distinto estimula la hipertrofia del yo hasta el paroxismo, Un rasgo típico de la Web 2.0 es que nos convierte en la personalidad del momento” (Sibilía 2008, 27). ES así como este grupo de jóvenes proyectan su imagen como hombres y mujeres.

## **6. Espacio público y privado en la proyección de identidad de género en Facebook**

En la modernidad las identidades de género se construyen en cauces paralelos: el hombre era considerado ciudadano, público e individuo y la mujer doméstica, privada, e idéntica. El espacio privado es una condición de posibilidad del espacio público. Los hombres pueden ser individuos y ejercer la ciudadanía, precisamente porque tienen en común un espacio privado, donde pueden actuar como líderes o personas con poder sobre los demás. Mientras que las mujeres, han sido recluidas imaginariamente en el ámbito privado, son parte de un colectivo de indiscernibles; las identidades construidas en la modernidad le dan roles como: el de encargarse de las tareas del hogar y la crianza de sus hijos, en este espacio se relacionan la privacidad masculina y femenina.

Hoy en día las mujeres han logrado que esa visión ambigua de ser amas de casa cambie y ahora se enfocan a nuevos roles, como ciudadanas, estudiantes, profesionales, tienen los mismos derechos y oportunidades que los hombres en todos los ámbitos y tienen acceso a las nuevas tecnologías de la información, como es el caso de Facebook, que es una red social donde se genera el intercambio de datos privados, donde se presentan los intereses, las preferencias y las actividades de los usuarios. En este espacio público todo es expuesto, compartido haciendo que la privacidad se quede en segundo plano.

El espacio privado deja de ser, por definición, sólo privado, y necesita de lo público, la intimidad ya no existe. En ese instante, aparecen diversos e infinitos intereses, mediatizados por lo virtual. Porque podemos acceder a la información del otro simplemente siendo parte de esta red social. “Millones de usuarios en todo el planeta, gente común, precisamente como usted o yo, se han apropiado de las

diversas herramientas disponibles on line, que no cesan de surgir y expandirse, y las utilizan para exponer públicamente su intimidad” (Sibilia 2008, 32).

En Facebook se encuentra la oportunidad presente y futura de conocer gente, unirse a grupos, luchar por causas en común o de encontrar a familiares y amigos compartiendo la intimidad, lo privado, que en este espacio deja de serlo y ser convierte totalmente público.

## Capítulo segundo

### Análisis fotográfico e iconográfico desde una perspectiva de género

#### 1. Justificación y presentación del caso de estudio

Para iniciar la investigación se escogieron 10 perfiles de 5 mujeres y 5 hombres ecuatorianos de entre 18 a 24 años, quienes pertenecen a un grupo de amigos que comparten intereses comunes y gustos; además, se realizó un seguimiento de con qué frecuencia cambian su foto de perfil.

Actualmente estas son las nuevas tendencias que los jóvenes utilizan desde 2012, para representarse desde una perspectiva de género como hombres y mujeres en las redes sociales o ciberespacio, todo está en la originalidad de cada uno para hacer su *selfie* es una foto tomado por uno mismo a través del celular, o una cámara de fotos.

Al grupo que se escogió para la investigación se les preguntó: ¿cuáles son los pasos para hacer un buen *selfie*? Ellos respondieron: la luz natural facilita una buena fotografía y además permite encontrar el ángulo e intensidad que más favorezca, así que se debe tener un lugar con buena iluminación. Se debe usar un trípode o el espejo, como soporte para la cámara o el celular, ya el brazo pasó de moda y ha sido reemplazado por el temporizador de la cámara.

Buscar una buena pose, es decir explotar tú lado bueno, la cámara se debe colocar a la altura de los ojos y angulada, nunca de frente, si es una fotografía en primer plano. En el caso de ser de cuerpo entero se ubica la cámara a la altura de la cintura y se busca una buena posición.

Es importante también que el fondo de la fotografía se vea y sea agradable. Se recomienda utilizar el ángulo conocido como picado, que es la foto tomada desde arriba porque da el efecto de verse delgado, hace más finos los rasgos y estiliza la figura.

Por lo general las mujeres se toman los *selfie* frente al espejo de cuerpo entero mostrando sus curvas, vestuario, en otros de ciertas partes de su cuerpo como rostro, primero plano de labios y ojos, y otras más atrevidas se toman de sus nalgas, este género se denomina *belfie*, las fotografías que se toman son *sexys*, eróticas. Mientras que los hombres se toman *selfie* en plano medio es decir muestran desde su cabeza

hasta su cintura, pero ellos también enfocan en su cara y gestos que realizan con sus manos, además les gusta tomarse fotos cuando hacen algún deporte extremo o una actividad peligrosa para ser admirados por sus seguidoras, o mostrarse fuertes porque están en el gimnasio.

La imagen permite señalar y hacer existir al personaje teniendo como propósito una doble realidad, haciendo que uno de ellos se aproxime al referente en términos de apariencia, propiedades y cualidades que posee. Las apariencias pueden ser cognitivas a través del conocimiento, experiencia o manera de mostrarse figuradamente.

## **2. Proyección de la imagen masculina en las redes sociales**

Los hombres construyen su imagen de acuerdo a su apariencia física, vestimenta, gestos. Otros de los referentes son también el entorno social, laboral y cultural, como es el caso de los cinco jóvenes que participan en la investigación. De acuerdo a las fotografías que se escogieron para dicho análisis se determinó que este grupo pretende ratificar el género masculino, mostrándose en su rol de hombre fuerte y serio, pero que también pueden verse tiernos y sonrientes, sin perder la esencia de ser hombres, es decir, sus gestos y vestimenta.

(...) La masculinidad tiene como elemento clave el poder, supuestamente ser hombre es tener y ejercer el poder, que se caracteriza por buscar siempre ganar, ordenar, lograr objetivos y ser duro para controlar emociones, sentimientos, y necesidades afectivas, con el fin de no perder el control, dominio sobre el otro y por temor a que le atribuyan características femeninas (Kaufman 1997, 54).

A continuación pasamos a describir y analizar las fotografías de perfil de los informantes con los cuales realizamos esta investigación. Las fotos están con este contraste a fin de proteger la identidad de los colaboradores. La fotografía de H1 es en plano medio, porque se enfoca desde la cabeza hasta la cintura, locación interior, luz artificial, tomada desde un celular, se lo considera un *selfie* a través de un espejo. Los elementos de género que encontramos en la fotografía de acuerdo a las fichas realizadas se consiguió la siguiente información: H1 está dentro de una habitación frente a un espejo, se muestra pensativo, preocupado, con sus expresión facial denota inocencia, preocupación, su dedo índice de su mano izquierda topa su boca, como que diciendo silencio, él esta vestido con una camiseta a rayas de color blanco y turquesa, que le queda apegada al cuerpo, es el vestuario de un joven que le gusta ser sencillo y además se refleja el paso a la edad adulta.

De acuerdo a la entrevista realizada, H1 contó que con esa fotografía quería decir a las personas que “soy un hombre que tiene fe y al que le molesta los comentarios o que hablen mal de mí y les pide a las personas que se callen con el signo de poner su dedo en la boca. Y añadió en la entrevista realizada que la foto escogida es importante para mí porque refleja mí personalidad, mí forma de ser, mis creencias” (H1 2013).

Foto 1  
H1



Fuente: Facebook, 2013

Se percibe que H1 se ve como un hombre grande y fuerte por su contextura corporal, pero que expresa con el gesto de su rostro ingenuidad, pero que con sus gestos hecho por su manos y su mirada quiere expresar algo a los demás, con el crucifijo en su cuello se podría decir que él cree en Dios o una religión u referente del poder masculino porque en siglos pasados la religión era representada por un hombre porque era el patriarca de la iglesia.

En el caso de H2 la fotografía es en plano americano, medio largo o 3/4 porque se enfoca desde la cabeza hasta la rodilla, locación interior, iluminación artificial, fue tomada con un celular. Respecto a las fichas de análisis fotográfico realizadas para detallar las fotografías en el ítem elementos de género nos

encontramos con las siguientes novedades: H2 está dentro de un coliseo, lleva puesto una chompa de cuero con cierres, una camiseta y un pantalón de color negro, su peinado es estilo rockero, rapado a los costados y con cabellos largos en el centro parados; con su mirada trata de intimidar a quien lo observa, sus expresiones son de seriedad y poder, su mirada es intimidante: H2 explicó él porque de sus gestos durante la entrevista y dijo: “para mí es una forma de decir no te metas conmigo, porque tengo un lado oscuro. Me gusta esta foto porque me muestro como un hombre firme, tranquilo, que reafirma una etapa de su vida y al mismo tiempo exterioriza como me siento (H2 2013).

Foto 2  
H2



Fuente: Facebook, 2013

Respecto a la entrevista realizada H2 expresa con la fotografía: “Yo quería mostrar una nueva etapa de mi vida, el gusto por el rock, su música, vestuario y peinado. Al mismo tiempo exterioriza como me siento y que pertenezco la cultura rockera, y es parte de la proyección de mi masculinidad” (H2 2013). Según nuestro análisis, H2 se muestra en la fotografía con una mirada seria y profunda como que dice que es malo y no lo molesten, se representa como un rockero por su vestuario de color negro y su cabello peinado con los pelos parados. Esta representación es creada por la sociedad muestra al varón como una persona dura, que parece que no tiene

sentimientos y que rechaza los afectos. Además se representa como parte de la cultura rockera que comparte mismos gustos y tendencias relacionadas al rock.

La fotografía de H3 es un plano medio, porque se enfoca desde la cabeza hasta la cintura, locación interior, con luz artificial, tomada con cámara de fotos. H3 está dentro de una habitación frente a un espejo, vestido con un terno y corbata negro, una camisa blanca, se muestra rígido, solemne, sonriente con un gesto de placer y con un vaso en su mano derecha, él nos dijo durante la entrevista que: “estaba en una fiesta con mis amigos y celebramos por él éxito conseguido en nuestros estudios” (H3 2013). “La exhibición del vaso de licor en la foto es una pose típica masculina muy reiterada” (Silva 1998, 49), porque es una formas de supuestamente sentirse poderoso y mostrar que tiene el poder de decisión de lo que consume, como signo de solemnidad.

Foto 3  
H3



Fuente: Facebook, 2013

Se intuye que H3 construye su imagen como la de un hombre adulto, porque esta con un terno oscuro y un vaso de licor en su mano derecha que es una forma de mostrarse en un evento solemne. El vaso con licor es un signo que representa masculinidad, porque es la representación del hombre como una persona que tiene

poder y que él decide lo que consume en el momento que él desea, por lo general dentro de un evento social, es lo que la sociedad le ha mostrado durante su vida. Y además él se quiere mostrar como un hombre fuerte, y serio por la vestimenta que usa, pero que con su sonrisa demuestra que disfruta de lo que hace y lo que es.

Foto 4  
H4



Fuente: Facebook, 2013

La fotografía H4 es un plano general donde se lo ve junto a un amigo en un patio, locación exterior, luz natural, tomada con un celular. H4 se encuentra en un patio, en la parte de atrás se observa una pared color amarillo, está acompañado de un amigo los dos están abrazados y haciendo gestos con sus con sus manos derecha el amigo. Sus manos izquierdas tienen doblados sus dedos índices, medio, anular y los dedos índice y menique como forma de cachos, tiene una leve sonrisa. El acompañante de la fotografía esta vestido con una chompa color azul eléctrico, un jean, bufanda de color negro, lleva puesto una peluca de cabello largo y negro y en su mano derecha una manilla. H4 está con un jean y camiseta pegada al cuerpo color negro, su cabellos es ondulado, lleva manillas en sus mano izquierda. H4 comenta: “Para mi si es importante la pose porque las fotos se ven sexys y agradables, eso es

lo que les gusta ver a los demás, y simplemente no le tomo importancia a la ropa ni al lugar donde me tome la fotografía” (H4 2013).

El protagonista de la fotografía comentó que esta foto le gusta porque “estoy junto a mi mejor amigo y era la fiesta de fin de año que realizan en el colegio y que por ese motivo mi amigo llevaba puesto una peluca larga de color negro y una gorra, que los gestos que hicieron con nuestras manos significa que nos gusta el rock” (H4 2013).

Se concluye que H4 es un joven que le gusta la libertad, disfruta su vida, se presenta informal viste un jean, una camiseta, y demuestra que no se complica por nada, está acompañado de un amigo que lleva una peluca; es una forma de demostrar que ellos pueden hacer lo que quieren siempre y cuando tengan el poder, pero rompen los esquemas de la proyección de la masculinidad porque expresan sentimientos pero a la vez tiene la libertad de hacer lo que quiera y no ser juzgados por la sociedad.

Foto 5  
H5



Fuente: Facebook, 2013

La fotografía de H5 es un plano medio, porque está enfocada desde la cabeza hasta la cintura, locación interior, luz artificial, tomada desde un celular. El lugar que se utilizó para tomarse la foto es una habitación, frente al espejo. H5 se muestra

serio, misterioso, rígido y haciendo gestos con sus manos como que formara una pistola, esta con una camisa blanca, abierta los botones mostrando su pecho y con gafas oscuras, H5 expresó lo siguiente: “Yo me muestro como un hombre seguro de mi mismo, no me importa lo que los demás digan de mí” (H5 2013), la fotografía es un *selfie* de espejo.

H5 manifestó durante la entrevista que “la foto me la tomé de imprevisto porque me estaba arreglando para salir al trabajo y cuando estaba frente al espejo se me ocurrió hacer un gesto con mis manos como que estaba disparando como signo de que estoy armado para protegerme de mis enemigos” (H5 2013).

Se concluye que H5 es el típico hombre que se muestra como el masculino misterioso, seductor, el farrero que disfruta de lo que hace, pero que no se muestra con el paradigma de seriedad, porque su objetivo es mostrarse como un hombre seguro de sí mismo, que puede atraer miradas. Según el entrevistado, “yo me muestro seguro de mí mismo, me gusta conocer personas y si puedo conquistar a una mujer lo hago, es parte de ser hombre” (H5 2013).

Los jóvenes que son parte de la investigación se representan de diferentes formas, por ejemplo: H2, H3 y H5, muestran una masculinidad tradicional caracterizada por la seguridad, la seriedad y la fuerza que son características del poder, mientras que H1 y H4 se muestran una posición asociada a la ternura a lo emocional, son informales.

Mientras de H3, H4 y H5, coinciden que en la foto se quieren mostrar al natural, es decir, como hombres jóvenes que están empezando la edad adulta y que construyen una imagen para sentirse bien con ellos mismos y ser aceptados por los demás, pero que a la vez tienen poder sobre su entorno y decisiones.

Respecto al uso que ellos le dan a la fotografía en Facebook manifestaron que es indispensable actualizar su foto de perfil, porque así sus amigos y conocidos los pueden identificar y además es una forma de mostrar su imagen a los demás, lo consideran su carta de presentación y además pueden mostrar lo que están haciendo, los lugares que visitan, su vestuario, su estado de ánimo. Los hombres se representan en las fotografías informales y joviales caso de H1 y H4 mientras que H2, H3 y H5 se ven serios.

Referente a la pregunta que se realizó durante la entrevista de ¿Cómo se identifican como hombres? H1 dice: “Me identifico como un hombre humilde y sencillo que no se complica con nada ni nadie” (H1 2013); H2 manifiesta: “Me

siento un hombre firme de mis convicciones y decisiones” (H2 2013); H3 respondió: “Pues me siento normal un hombre adulto que se muestra tal y como es, que evita el exhibicionismo” (H3 2013). H4 dijo: “Trato de ser original y no seguir a nadie” (H4 2013). Y finalmente H5 expresó: “Yo me identifico con el tipo de hombre trabajador y seductor” (H5 2013).

Estas respuestas nos llevan a concluir que la proyección de lo masculinidad en la fotografía utiliza la máscara como una metáfora simbólica que oculta la esencia del ser, una manera de ocultar la realidad. Los chicos coinciden en que como hombres ellos son humildes, sencillos, no se complican por nada que simplemente se muestran tal y como son, se sienten seguros de sí mismos, de sus creencias, convicciones y decisiones que viven la vida y disfrutan de lo que dicen y hacen.

Cada uno de los jóvenes escogidos construyen su masculinidad de acuerdo al entorno en el que se desarrollan, como se dijo anteriormente H2, H3 y H5 tienen tendencia a la masculinidad tradicional porque se muestran solemnes, serios, pero cada uno pone la diferencia, H2 se orienta por la cultura del rock, H3 tiene como referente la solemnidad, celebración y H5 pese a su sobriedad busca ser un símbolo de seducción. Mientras que H1 y H4 construyen su imagen de una manera más informal sin tener un referente claro a seguir, simplemente se muestran como los jóvenes y son más expresivos, no reprimen sus sentimientos. La proyección de sus masculinidades depende del entorno en el que se criaron y en el que viven actualmente.

En este caso los hombres se diferencian de las mujeres porque son más conservadores, serios, solemnes, reprimen sus sentimientos, y tratan de crear una realidad superficial porque no se muestran tal y como son, crean una máscara para mostrarse fuertes y no expresan sus sentimientos, con tal de mostrarse como el género fuerte y dominante, en el caso de las mujeres son más espontáneas, muestran con libertad sus sentimientos, se preocupan por crear una buena imagen y ser aceptadas por los demás.

### **3. Proyección de la imagen femenina en las redes sociales**

Las mujeres construyen su imagen en algunos casos de acuerdo a su referente materno, a su personalidad introvertida o extrovertida y a la sociedad en la que se desarrolla, según las fichas realizadas para la investigación, ellas se muestran mujeres sexys, sencillas, en su rol como madres, profesionales, jóvenes y divertidas,

se interesan por mostrar una buena foto en la que resalten sus atributos y belleza. Cabe destacar que algunas mujeres son vanidosas, le gusta exhibirse y mostrar sus atributos físicos. Y recordar que nuestra imagen proyecta lo que somos, y es lo que los otros ven de nosotros en el ámbito, social, cultural, académico y profesional.

Para desarrollar este subtítulo es importante tener la descripción de las fotos a utilizarse de acuerdo a las fichas de ayuda para encontrar lo elementos que le componen.

Foto 6  
M1



Fuente: Facebook, 2013

La fotografía de M1 es en plano general, porque muestra al personaje, a las personas y entorno que le rodea, es una foto grupal en la que aparecen 11 personas: 2 mujeres y 9 hombres, la locación es interior y utiliza luz artificial, tomado con una cámara de fotos, el lugar es la cocina de una casa, donde están celebrando un *baby shower*.

Las poses de las personas que están en la foto son modeladas, la homenajeadista está en el centro de todos. M1 posa como una monarca, muestra femenina, sus expresiones son de felicidad, alegría, su vestuario es ropa informal, lleva puesta una chaqueta color celeste, una blusa, pantalón blanco pegados al cuerpo

y esta puesta una banda color blanca con letras celestes. Su cabello esta suelto y es ondulado, la otra mujer es con un blusa de cuello alto color negro y peinada con un moño, los nueve hombres son afro y están vestidos con jeans y camisetas, mujeres con jeans blusas y sacos.

En la entrevista M1 dijo que “esta foto me gusta porque estoy con mi esposo, y mis amigos celebrando previo al nacimiento de mi hijo y me agrada posar en las fotos, buscar un vestuario adecuado y el lugar para que todo salga perfecto” (M1 2013).

Concluimos que M1 es una mujer joven que se muestra maternal, porque celebra la llegada de su hijo, es feliz, le gusta estar rodeada de personas, se preocupa mucho por su imagen personal y en la mayoría de ocasiones es el centro de atención, claro ejemplo es que ella resalta en el centro de la fotografía, se representa como una monarca por la banda que lleva puesta.

Foto 7  
M2



Fuente: Facebook, 2013

La fotografía M2 es en plano medio, porque está enfocada desde la cabeza hasta la cintura y además la protagonista de la misma está sentada, locación interior porque está dentro de un vehículo, la iluminación es natural, la foto fue tomada con un celular y es un *selfie* grupal porque M2 está acompañada de una niña, ambas están sentadas en el asiento de un carro, posando para la foto, la joven se muestra coqueta

pero a la vez seria, mientras que su acompañante sonríe, su vestuario es ropa juvenil, un jean, una blusa de color azul con puntos blancos y gafas oscuras, la niña lleva una camiseta celeste.

M2 es una joven que refleja felicidad, y junto a la niña denota inocencia. Ella durante la entrevista dijo que: “esta foto es importante para mí porque fue el primer viaje de mi sobrina, y es la que quedara para el recuerdo” (M2 2013).

Desde nuestro punto de vista percibimos que M2 construye su imagen para presentarse agradable a los demás, y es evidente que para ella la imagen es la que cuenta y que ella es coqueta, feliz, le gustan los niños y disfruta de las cosas que hace junto a su familia y amigos.

Foto 8  
M3



Fuente: Facebook, 2013

La foto de M3 está en plano americano conocido además como plano medio largo o 3/4, porque encuadra desde la cabeza hasta las rodillas, la locación interior, iluminación natural, tomada con un celular. M3 está parada en un patio rodeada de plantas, ella posa para la foto se muestra sonriente, feliz, pero también se la ve sensual, su cabellos es largo y ondulado, esta vestida con un jean azul, y una blusa

sin mangas y escote color negro, su vestimenta es adecuada para un lugar de clima cálido.

M3 dijo durante la entrevista que “es la foto que más me gusta, porque es el recuerdo del último paseo del colegio y la subí a Facebook porque muchas personas me han dicho que les gusta, además es importante que en cualquier foto que yo suba me vea bien y que sea una foto buena, agradable y amigable” (M3 2013).

Desde nuestro punto de vista percibimos que M3 construye su imagen para mostrar su belleza, juventud, y sobre que sus amigos, familiares y conocidos la identifiquen y ubiquen dentro de las redes sociales.

Foto 9  
M4



Fuente: Facebook, 2013

La fotografía de M4 es en plano general porque ella está acompañada de una niña, se las observa de cuerpo entero y además el entorno que le rodea es un patio con césped, y una casa. Es en exteriores, la iluminación es natural y es tomada con un celular. M4 lleva puesta un vestido de color negro y rosado, y zapatos de plataforma color negro, su cabello esta suelto y tiene cerquillo, su acompañante esta puesta un vestido blanco con estampado de flores, peinada con una trenza, se muestran alegres, pero a la vez con sus manos derechas realizan gestos, M4 tiene

doblados sus dedos medio, anular y los dedos pulgar, índice y menique como forma de cachos y la niña tiene doblados sus dedos pulgar, medio, anular y índice y menique como forma de cachos, hacen gestos como de que se identifican con el rock.

M4 dice que le gusta esta fotografía porque “comparto con mi sobrina y fue una ocasión especial junto a mi familia y que por eso motivo estábamos puestas vestido y de pronto se nos ocurrió posar y hacer gestos con las manos, mientras mi hermana nos tomaba la foto” (M4 2013).

Podemos concluir que M4 y su acompañante se identifican como mujeres porque llevan puestas la tradicional prenda que representa al sexo femenino como son los vestidos, se observan alegres, divertidas por la expresión que muestran en sus rostros y las poses que realizaron durante la foto.

Foto 10  
M5



Fuente: Facebook, 2013

La fotografía de M5 es en primer plano porque se ve el rostro y los hombros de la protagonista de la foto, este plano sirve para mostrar confianza e intimidad respecto al sujeto, locación interior, iluminación artificial, tomada desde un celular. El lugar que se utilizó para tomarse la foto es una habitación, M5 se muestra pensativa y seria, ella sostiene con su brazo derecho su rostro, está puesta un sweater de lana color rosado y recogida el cabello como media cola y lo demás suelto.

M5 dijo que esta foto le gusta mucho “porque expresa a los demás lo que yo soy, pero esta foto en especial, me gusta porque me hace ver más seria, pensativa,

como una mujer madura, no como normalmente demuestro un lado dulce, tierno y agradable” (M5 2013).

Podemos concluir que M5 es una mujer que construye su imagen como una persona seria, madura, que no se complica por buscar una buena foto, sino que se muestra tal y como es.

El grupo de chicas escogido de acuerdo a las entrevistas que se realizó a través del *chat* de Facebook, M1, M2, M3 y M4 coincidieron en decir que es importante proyectar su imagen personal basada en los siguientes ejes: cuidar su aspecto exterior, con lo que respecta a su cuidado personal, cuerpo, vestimenta, su expresión corporal y verbal, porque les gusta aparecer en la fotografías pulcras, simpáticas y atractivas.

Mientras M5 dijo en la entrevista que “el rol de la mujer ha cambiado en la sociedad ya no es la típica ama de casa, ahora puede hacer actividades que hacen los hombres” (M5 2013); ella concuerda con el criterio de Simone de Beauvoir que dice que “la época ha cambiado, es la era en la que mujeres en sus fotos de perfil intentan mostrar su personalidad y los roles que desempeñan en la sociedad como: jóvenes, profesionales y madres” (Colaizzi 2007, 23-24). Simone de Beauvoir se refiere a la dimensión social de la feminidad con su frase célebre: “No se nace mujer, llega una a serlo: la feminidad no es una esencia sino un proceso (o un trayecto, como sugiere Freud con sus estudios de la sexualidad femenina), un llegar a ser propiciado por un conjunto de tecnologías sociales” (Colaizzi 2007, 23-24).

En las entrevistas realizadas a las 5 jóvenes se les hizo la siguiente pregunta: ¿Quién sube más fotos al Facebook, hombres o mujeres? A lo que ellas respondieron: “Sin duda las mujeres somos quienes subimos más fotos a nuestros Facebook, porque nos gusta mostrarnos en todas nuestras facetas como jóvenes, madres, estudiantes y profesionales, siempre y cuando nos vean hermosas. Nos gusta presentarnos bien pues una buena imagen es su carta de presentación en cualquier circunstancia y lugar del mundo” (M1 2013) (M2 2013) (M3 2013) (M4 2013) (M5 2013). De acuerdo a las fichas realizadas de cada fotografía se ha encontrado la siguiente información: M1 se muestra jovial, divertida y feliz, está embarazada y celebra el pronto nacimiento de su hijo rodeada de amigos; M2 está acompañada de su sobrina ambas se muestran femeninas, y alegres. M3 es una chica joven que se muestra sexy característica de feminidad. M4 se muestra más libre, como que ella y la niña que le acompaña tienen libertad de mostrarse tal y como son. Mientras que

M5 se ve sencilla y no le importa como los demás la observen, porque ella se acepta tal y cual es.

Podemos decir que las mujeres en sus fotos de perfil de Facebook quieren proyectar seguridad, sencillez, madurez, que saben lo que quieren, que son felices por ser jóvenes, estudiantes, profesionales y madres. Por ejemplo, en las entrevistas realizadas por *chat*: M1 dice que “me muestro como una mujer madura, que sabe lo que quiere y que se siente feliz de ser madre y profesional” (M1 2013).

M2 dijo: “Me presentó como una joven sencilla, que tiene su propia personalidad y que no deja influencias por nada ni nadie” (M2 2013); M3 expresó: “Me gusta proyectar una imagen fresca y juvenil”, porque para ella es importante que se le vea linda, atractiva y profesional, porque dice que la primera impresión es la que cuenta (M3 2013); M4 señala: “Me presento como una mujer tierna, y segura de sí misma” (M4 2013).

Este grupo de mujeres tienen facilidad para expresar sus sentimientos, por ejemplo M1, M2, M3 y M4 están sonrientes y radiantes, se representan las jóvenes, como el grupo de hombres H1 y H4 que se presentaban joviales, informales y alegres, mientras que M5 se muestra más seria y pensativa, se le podría ver como una mujer adulta, ella se asemeja al contexto de los hombres que se mostraban serios y solemnes.

M1, M2, M3 y M4 conforman un grupo de mujeres a quienes les gusta compartir sus fotografías en diferentes acontecimientos de sus vidas porque pueden compartir con sus familiares y amigos. Ellas se identifican con más frecuencia con la función de madres, como es el caso de M1, que está embarazada, M2 que esta con su sobrina. Mientras que los hombres en ningún caso se auto representan en el papel de padres, porque ellos buscan formas de representación de su masculinidad.

#### **4. Elementos iconográficos masculinos**

Para el análisis de la investigación es necesario conocer los elementos iconográficos relacionados con los lugares, los objetos, que se utilizan para la conformación de la fotografía. Según Marc Augé:

(...) un lugar es una ocupación de vida donde se reconocen sus habitantes, quienes no necesitan entender algo diferente de lo que tienen. El lugar expresa identidad del grupo que lo habita, es decir, los lugares fortalecen las relaciones y las proximidades al comprimir las acciones expresadas entre los sujetos que en ella interactúan (Augé 1992, 56).

En las fotografías de H1 y H5, el lugar que escogieron para las fotografías fue el cuarto de baño, que es el espacio que las personas utilizan para el aseo personal, baño y evacuación de desechos humanos; es considerado un espacio individual e íntimo porque la persona ingresa sola. Podríamos concluir que ellos escogieron el lugar porque es un espacio íntimo, en el que están solos y se sienten seguros para plasmar sus fotografías frente al espejo, sin que nadie los interrumpa o moleste. En el caso de H1, de acuerdo a la entrevista realizada por *chat*, confirmó que “la fotografía fue tomada en el baño frente al espejo” (o más conocida como *selfie* del espejo), porque es el lugar privado (H1 2013). A este espacio se lo puede relacionar con lo masculino, porque es un espacio individual.

La fotografía de H2 fue tomada en el coliseo Rumiñahui en la ciudad de Quito, un amplio espacio donde se realizan eventos deportivos, conciertos, obras u otras actividades, al que acuden cientos de personas, el evento en el que participó H2 fue el concierto de Marilyn Manson, el lugar se puede relacionar con lo masculino porque es un amplio espacio que acoge a varias personas y donde el hombre puede ir libremente.

La fotografía de H3 fue tomada en un corredor de una sala de recepciones, frente al espejo, en donde el protagonista se releja para ver su imagen de hombre serio y adulto, este espacio lo podemos relacionar también con lo masculino porque es un espacio de gozo, disfrute y entretenimiento.

Mientras que H4 escogió como lugar el patio de su colegio, un lugar al aire libre que se utiliza para la recreación, juego y diversión de niños y jóvenes. La foto fue tomada durante un festejo de fin de año en el que los chicos estaban disfrazados para celebrar esta fecha. Es un espacio masculino porque es el sitio en el que los hombres realizan actividades como practicar deportes, actividades que se plasman en la fotografía: “Las imágenes tienen un lugar vivo en la vida diaria son aquellas relacionadas con las formas prácticas más que con la memoria o representación que son parte del tiempo instantáneo del presente del consumo más que del tiempo histórico marcado por el álbum familiar” (Lister 1997, 186), pero en este caso las fotografías y sus elementos y espacio o lugar son parte del álbum de su perfil en Facebook y se estructuran o forman de acuerdo al criterio del protagonista de la misma.

## 5. Elementos iconográficos femeninos

La fotografía es un auto representación que tiene un papel fundamental en la proyección de la identidad que tiene que ver con la cultura consumista, está en la ropa, en el cuerpo, en la decoración de la casa y en toda la serie de decisiones de estilo en las que la identidad se produce a través de una presentación del “yo” en el momento, y no como representación reflexiva en una imaginaria continuidad en el tiempo (Lister 1997, 186).

Para el proceso de tomar una fotografía hay un triple ejercicio:

(...) intencional, pasional y cultural. En el esfuerzo intencional se busca, se seleccione un objeto; en lo pasional, deseo el objeto, lo miro, lo quiero, hecho imagen, entonces oprimo el botón para conseguir la fotografía. El tercer supuesto de orden social, da cuenta del hecho que vivimos dentro de una cultura fotográfica y esto nos hace sabernos mirados (Silva 1998, 126).

La fotografía de M1 fue tomada en una cocina de una casa, es un espacio o lugar especialmente equipado para la preparación de alimentos; se observa el refrigerador, un guante y una despensa de vinos. Para algunos grupos sociales este espacio es disponible para todos, y además cumple funciones de socialización familiar. Es un espacio que se lo puede relacionar con la feminidad porque es el lugar donde la mujer ha preparado los alimentos siglos atrás y en la actualidad.

M1 en la entrevista dijo: “Para mí es importante la ropa, la poses y lugar, porque uno cuando se toma fotos se viste y siente cómoda, y busca un buen lugar para que todo salga perfecto” (M1 2013). La foto de M2 fue tomada dentro de un vehículo, espacio considerado por Marc Augé:

(...) como un no lugar o espacio de transitoriedad que no tienen suficiente importancia para ser considerados como ‘lugares’. Son lugares antropológicos los históricos o los vitales, así como aquellos otros espacios en los que nos relacionamos. Un no-lugar es una autopista, una habitación de hotel, un aeropuerto, un vehículo o un supermercado (Augé 1992, 56).

Esta fotografía fue tomada espontáneamente por eso se la improvisó dentro de un vehículo.

Mientras que M3 y M4 escogieron como lugar un jardín o patio, es el espacio sin techo que está al aire libre, alberga una variedad de plantas, flores y elementos naturales y donde uno entra en contacto con la naturaleza lugar que se relaciona con lo femenino y lo masculino porque es el principio de la creación. Para finalizar, M5 escogió su habitación como espacio de intimidad, un lugar donde ella encuentra paz, tranquilidad, descanso, ella se muestra pensativa, como que analiza alguna situación

antes de realizarla es decir piensa y luego actúa. En conclusión, las mujeres buscan coordinar cada uno de los elementos que componen su fotografía, empezando con el vestuario que van a usar, lo que quieren expresar con su gestos, con su cuerpo, es una manera de mostrarse atractiva y agradable a los demás y un buen lugar para que la foto salga bien.

## Capítulo tercero

### Análisis sobre patrones sociales y representaciones de género

#### 1. Patrones sociales y representaciones de género en Facebook (caso hombres)

De acuerdo con las entrevistas realizadas se preguntó al grupo: “¿Con qué tipo de hombre te identificas?”, Los hombres respondieron: H1: “Me identifico con un hombre humilde, tranquilo que no les gusta que nadie hable mal de mí” (H1 2013); H2 dijo: “Me identifico como un hombre recto en sus convicciones” (H2 2013); H3 manifestó: “Con ninguno, trato de ser original y no seguir a nadie” (H3 2013); H4 dijo: “Pues me identifico como un hombre normal que le gusta el rock, que no trato de exhibirme, solo que vean como soy” (H4 2013); H5 respondió: “Me identifico con tipo de hombre trabajador y que le gusta la farra, la fiesta con amigos y amigas” (H5 2013).

Cada uno de los hombres entrevistados se relaciona a los diferentes estereotipos, a través de los cuales construye su imagen ideal, expresada en sus fotos de perfil. En los casos de H1, H2 y H4 se identifican con la imagen del hombre sencillo, humilde, centrado, que les gusta mostrarse tal y como son; mientras que H3 dice que no sigue a nadie, pero al analizar su fotografía de perfil se puede decir que es un hombre que se siente a gusto en un acto social y que él tiene poder decisión sobre lo que bebe, característica que le ha heredado la sociedad en la que él vive. H5 se muestra alegre, seductor y coqueto, a él se le podría ubicar en el grupo de los hombres que les gusta coquetear y conquistar al grupo femenino.

Para continuar con el desarrollo de esta investigación se realizó la siguiente pregunta al grupo que participa en esta actividad: ¿Cuáles son las influencias que tienes para proyectar tus fotos de perfil?”. H1 respondió: “Yo admiro a Tupac Amaru Shakur, fue un cantante estadounidense de rap. La revista Rolling Stone lo nombró como el 1° en su lista de los mejores raperos de todos los tiempos. Las letras de sus canciones se basan en la cotidianidad: alrededor de la violencia, la pobreza, los abusos hacia la mujer, las dificultades de los barrios y mensajes de igualdad racial, lo admiro por ser una persona humilde y luchadora” (H1 2013).

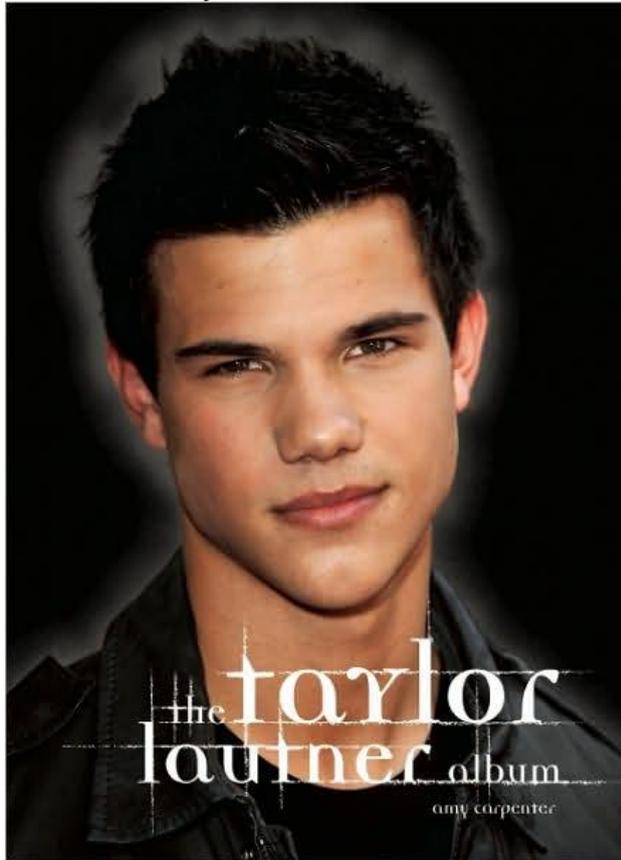
Foto 11  
**Tupac Amaru Shakur**



Fuente: wordpress.com, 2011

H2 dijo: “Admiro a Taylor Lautner, porque es un hombre que demuestra que puede lograr lo que se propone. Es un actor, modelo, actor de voz y luchador de artes marciales estadounidense. Es conocido por su papel de Jacob Black en el largometraje Crepúsculo de 2008 y en sus secuelas tituladas The Twilight Saga: New Moon, The Twilight Saga: Eclipse, The Twilight Saga: Breaking Dawn - Part 1 y The Twilight Saga: Breaking Dawn - Part 2” (H2 2013).

Foto 12  
**Taylor Lautner**



Fuente: álbum Amy Carpenter, 2009

H3 respondió: “Admiro a Sylvester Stallone por su dedicación en hacer las películas y luchar por lo que se propone, la dedicación por hacer bien las cosas. Es uno de los actores más trascendentes del cine de acción de Hollywood y ha representado a Rocky Balboa, boxeador de Filadelfia, que venció todos los pronósticos y ante la adversidad se convirtió en campeón” (H3 2013).

Foto 13  
**Sylvester Stallone**



Fuente: Excelsior.com.mx, 2014

H4 y H5 coincidieron en su respuesta el personaje que admiran es Johnny Depp, a lo que H4 añadió: “Yo admiro a este personaje por su forma rara de ser, porque es una persona de muchas apariencias y todas son espectaculares: es actor, productor, músico y pintor estadounidense que fue nominado en tres oportunidades al Óscar y ganó un Globo de Oro y un Premio César. Y por su papel en la Saga “Los piratas del Caribe” (H4 2013); mientras que H5 dijo: “Me agrada porque es extrovertido y dinámico” (H5 2013).

Foto 14  
**Johnny Depp**



Fuente: newhdwallpapers.in

Cada uno de los hombres entrevistados expresó su admiración por actores de cine como: Johnny Depp, Sylvester Stallone y Taylor Lautner, y uno de ellos por un cantante de rap, Tupac Amaru. De acuerdo a sus respuestas y al análisis de las fotografías escogidas se puede concluir que cada uno se identifica con su personaje favorito, en el caso de H1 él se muestra como una persona callada, sencilla y humilde, es como él le describe a Tupac Amaru, un hombre sensible desde el punto de vista del entrevistado.

H2 se lo puede relacionar con Taylor Lautner porque el entrevistado tiene gusto por las historias de vampiros, cosas oscuras, rock, y porque dice que el actor hace las cosas bien. H3 se identifica con Sylvester Stallone porque es un referente de lucha y que hace bien las cosas, las celebridades mencionadas son hombres que se muestran duros y valientes, mientras que a H4 y H5 les agrada Johnny Depp porque en sus actuaciones es una persona extrovertida, porque su tipo de masculinidad es alternativa y dinámica.

## **2. Patrones sociales y representaciones de género en Facebook (caso mujeres)**

De acuerdo a las entrevistas realizadas se preguntó al grupo: ¿Con qué tipo de mujer te identificas?, a lo que respondieron: M1: “Me identifico con la mujer que es madre, profesional y que le gusta divertirse” (M1 2013), M2 dijo: “Con el tipo de mujer que tiene creencias católicas, buenas costumbres y mucha personalidad” (M2 2013).

M3 respondió: “Soy una mujer muy emotiva, extrovertida, educada, me gusta mucho las formalidades sobre todo en mi trabajo, me gusta relacionarme con personas de las cuales pueda aprender y pueda mantener una buena conversación, me gusta hacer las cosas que disfruto hacer” (M3 2013); M4 explicó: “Yo me identifico como una mujer joven que le gusta disfrutar de los momentos en familia y con sus amigos” (M4 2013); Mientras que M5 manifestó: “Me identifico más con los hombres que con el prospecto normal de mujer, porque siento que soy más suelta, libre y espontánea” (M5 2013).

De acuerdo a las respuestas de este grupo de mujeres se puede concluir que el estereotipo que ellas siguen, en el caso de M1, M2, M3 y M4, es del modelo de mujer como: joven, estudiante, profesional y madre, que disfruta de lo que tiene y lo que hace siempre y cuando este dentro de las normas de la sociedad en la que vive. Hay que destacar que M1 en su fotografía lleva puesta una banda como representación de la monarquía inglesa, como signo de realeza, poder y en torno a ella gira los demás personajes de la imagen; pero en el caso de M5 ella dice que se relaciona más a los hombres porque se siente libre y espontánea.

Ante la pregunta sobre las influencias que usan cada una para proyectar sus fotos de perfil, respondieron lo siguiente: M1: “Sinceramente no me he puesto a pensar, me gusta ser yo” (M1 2013); M2 respondió: “Una mujer que admiro es Adele, porque alcanzó sus sueños y porque es una cantautora británica de soul, R&B y pop, me agradan las letra de sus canciones” (M2 2013).

Foto 15  
**Adele**



Fuente: Revista vogue.com

M3 dijo que le agrada “Drew Barrymore, actriz de cine y televisión, modelo y productora estadounidense, la admiro precisamente porque me gusta mucho como actúa (M3 2013).

Foto 16  
**Drew Barrymore**



Fuente: charliesangels.wikia.com

M4 respondió: “Me agradan muchos actores, pero no tengo preferencia por ninguno” (M4 2013); M5 dijo: “Marilyn Monroe, porque a pesar de que tuvo una infancia difícil y mil decepciones amorosa, siempre salió adelante sola, se dio cuenta que el poder femenino abre muchas puertas, aunque realmente, no fuera eso lo que le interesara totalmente, fue inteligente, linda y bastante dominante, aunque un poco inestable emocionalmente, me siento algo identificada con ella” (M5 2013).

Foto 17  
**Marilyn Monroe**



Fuente: mundotkm.com

Para concluir se puede decir que M1 y M4 dicen que no tienen una actriz, actor o cantante favorito. Desde el punto de vista de esta investigación es posible decir que estas mujeres están menos sujetas a la influencia de patrones sociales dominantes, esta idea se ratifica en sus fotografías en donde se las ve posando y mostrándose tal y como son; mientras que a M2 le gusta su cantante favorita, que es Adele, y se identifica con ella porque dice que es una mujer luchadora que cumple sus sueños. M3 dice que le agrada como actúa Drew Barrymore, la admira por la trayectoria de su carrera. Mientras que M5 dijo que su referente es Marilyn Monroe, porque siente

que su vida es muy similar a la de ella. Las feminidades que presentan estas celebridades son mujeres atractivas y talentosas que se destacaron en la actuación.

### **3. Medios de Comunicación**

Los medios de comunicación o *mass media* (la prensa escrita, la radio, la televisión, el cine, el internet, los libros, los videos) son instrumentos de difusión colectiva de información, noticias, opiniones, e ideas que influyen a los individuos y a diversos grupos que pertenecen a una sociedad.

En la actualidad a los medios de comunicación se los valora como instrumentos eficaces de universalización de la cultura y como factores positivos de participación social. Se podría decir que son vehículos del intercambio de ideas, pensamientos, información, entretenimiento y educación entre las personas.

Los medios de comunicación se caracterizan por la producción, transmisión y recepción de formas simbólicas, lo que compromete la materialización de recursos de varios tipos, a través de lo cual los individuos interactúan unos con otros de acuerdo a sus prioridades, necesidades o gustos.

El objetivo de los medios de comunicación es informar, educar y entretener a todas las personas que tienen acceso a ellos desde su aparición; hoy en día dichos medios cumplen con sus funciones, y a la vez son creadores y transmisores de estereotipos que son utilizados con frecuencia en las publicidades. Un claro ejemplo son las publicidades de electrodomésticos que asocian a las mujeres con labores domésticas y se presentan como los salvadores de las amas de a casa, porque les ayudan a cocinar o lavar en menos tiempo, y a tener espacios de descanso que los pueden invertir en otras actividades, y crean el estereotipo de la ama de casa moderna que ya no tiene que pasar todo el día en las labores domésticas, estereotipo que ha sido impuesto por la sociedad.

#### **3.1 Influencia de los medios de comunicación (caso de los hombres)**

Continuando con el análisis de la investigación sobre la proyección de la imagen de un grupo de personas a partir de las perspectivas de género se han encontrado determinadas características que utiliza el grupo escogido para presentar su imagen en Facebook. Para realizar el análisis se buscó imágenes de publicidades, fotos utilizadas en artículos de revistas e internet que tengan características parecidas a las fotos de las personas que son parte de la investigación.

Foto 18  
**Adal Ramones**



Fuente: alcione.org

Foto 1  
**H1**



Fuente: Facebook, 2013

La fotografía de H1 es similar a la de Adal Ramones, presentador, actor y comediante mexicano, porque en ambas los protagonistas se muestran pensativos, con la mirada perdida, dedo índice de la mano derecha en la boca, y aunque sus dedos están ubicados de diferente forma, este gesto es codificado socialmente porque representa a una persona que esta pensativa, ambos miran hacia el lado izquierdo, están con ropa informal y las fotos son en plano medio. Las imágenes fueron tomadas en interiores, en un estudio y un baño, respectivamente.

En el caso de la fotografía de H2 se encontró similitud con la foto de una publicidad de Saint Laurent, donde aparece Marilyn Manson, un cantante estadounidense de rock. La similitud que se encontró entre las fotografías es que ambos tienen una mirada profunda, sus expresiones en el rostro son parecidas, como diciendo soy malo, no te acerques, están vestidos con chompas de cuero color negro, son planos medios y están en interiores.

Foto 19  
Marilyn Manson



Fuente: pensando en las muselinas.blogspot

Foto 2  
H2



Fuente: Facebook, 2013

H2 durante la entrevista realizada dijo: “Yo me identifico como un rockero definitivamente, como una persona que no le gusta socializar mucho, que a través de los gestos de mi rostro, en especial de mi mirada, digo: no te acerques a mí y por mi vestimenta oscura” (H2 2013).

Es evidente que H2 tiene como referente a su artista favorito Marilyn Manson que canta música rock, él es su modelo a seguir, porque sus gestos y expresión en el rostro y vestimenta son similares a la publicidad de Saint Laurent. Es notoria la influencia de los medios de comunicación porque lo que se presenta en la publicidad hacen que sea consumido o que se asuma alguna característica del producto anunciado.

Foto 20  
**Publicidad de whisky**



Fuente:blogs.revistagq.com

Foto 3  
**H3**



Fuente: Facebook, 2013

La fotografía de H3 tiene alguna características parecidas a la de la publicidad de whisky, en la foto 20 como en la foto 3 se puede observar que las dos personas sostienen un vaso de licor, en el primer caso con su mano izquierda y el segundo con la derecha, en sus rostros se puede observar gestos de placer, satisfacción, picardía, ambos están con ternos oscuros, camisas blancas y corbatas, fotos en plano americano e interiores.

Foto 21  
**Jóvenes rockeros**



Fuente: fotolog.com

Foto 4  
**H4**

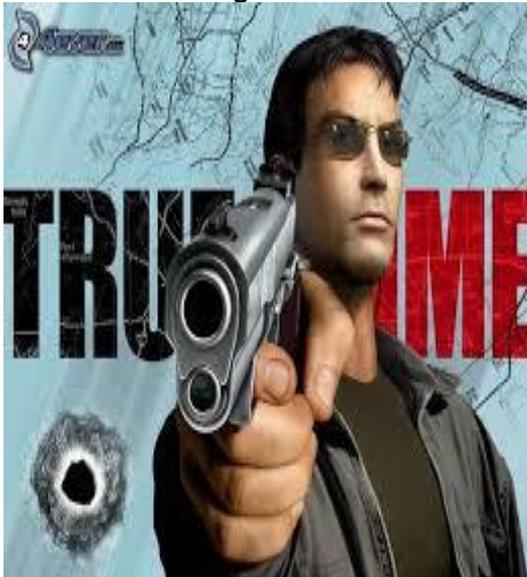


Fuente: Facebook, 2013

La fotografía de H4 es parecida a la de este grupo de jóvenes que apareció en un medio de comunicación, porque hacen gestos similares con sus manos, sus vestimentas son oscuras y es evidente que les gusta el rock, además tienen tatuajes en sus brazos, sus gestos en el rostro demuestran que disfrutaban este género musical.

H4 dijo: “A mí me gusta el rock y por ese motivo me tomé esa foto con mi amigo, hicimos gestos con nuestras manos, demostrando nuestro agrado por este género musical” (H4 2013).

Foto 22  
**Publicidad gafas de sol**



Fuente: imagenes.4ever.eu

Foto 5  
**H5**



Fuente: Facebook, 2013

La fotografía de H5 se parece en algunas características a la de la publicidad de gafas de sol, donde el personaje está puesto unas gafas de sol, una camisa y una camiseta y con su mano derecha sostiene una pistola, su expresión en el rostro es firme y seria, la diferencia con H5 es que él con su mano derecha forma una pistola.

En esta foto desde el punto de vista de la investigación se concluye que existe influencia de los medios, su referente podría ser Terminator, porque se muestra misterioso y con la forma que hace de pistola en su mano es como que dice: yo tengo el control y nadie me puede hacer daño, es decir, es el hombre invencible.

### 3.2 Influencia de los medios de comunicación (caso de las mujeres)

Al igual que en caso de los hombres se buscó fotografías que guarden similitudes con las imágenes de las mujeres que participan en esta investigación sobre proyección de su imagen en Facebook a través de las perspectivas de género. A continuación desarrollamos el trabajo realizado.



La fotografía de M1 guarda similitudes con la de la publicidad de Dolce Gabbana, porque la mujer está en el centro rodeada de un grupo de hombres, ella lleva una corona como signo de realeza, un abrigo de color rojo y una cartera de color negra, los jóvenes que le acompañan están con ternos de color negro y camisas blancas, la observan como admirándole, mientras que M1 está rodeada de un grupo de hombres, está en el centro y lleva puesta una banda. Las fotos son en plano general.

Ambas fotografías poseen elementos y personas similares, las poses son distintas pero demuestran que la mujer es el centro, y que los demás son acompañantes que le rinden un homenaje por los objetos como la corona y la banda que llevan puestas, que son signos de la realeza. Es evidente que sí existe la influencia de los medios de comunicación, porque cuando una imagen impacta se te queda en tu cabeza y la puede reproducir.

Foto 24  
Artículo sobre madres



Fuente: Revista mujer.es/babies

Foto 7  
M2



Fuente: Facebook, 2013

La fotografía de M2 tiene algunas similitudes con la fotografía de la publicidad de la madre, ambas mujeres están puestas gafas, tienen escote sexy, sonríen y tienen entre sus brazos en el primer caso a un niño y en el segundo a una niña, quienes también sonríen y posan en la foto. Las dos fotografías son en exteriores y además están en planos medios.

Las dos fotos se relacionan porque tienen personajes similares que realizan los mismos gestos y se muestran maternales, agradables y sexys; es determinante la influencia del rol de madre protectora porque están con los niños en brazos, su vestuario es sencillo.

Foto 25  
**Jessica Alba**



Fuente: happyhair.es

Foto 8  
**M3**



Fuente: Facebook, 2013

La foto de M3 se parece a la de la actriz Jessica Alba, porque ambas jóvenes llevan puesto jeans, sus blusas tienen escote, ambas están posando sexy para las fotos, la foto de la publicidad es en interiores, la de M3 es en exteriores, ambos son planos americanos porque están sobre la rodilla.

Foto 26  
**Disney-Princesa Sofía**



Fuente: semana.es

Foto 9  
**M4**



Fuente: Facebook, 2013

La fotografía de M4 se parece por el número de sus protagonistas a una imagen de Disney. Las cuatros están puestas vestidos, y lo que les diferencia son las poses, las cuatros sonríen pero en el primer caso la madre da la mano a su hija, y en el segundo la joven y su sobrina realizan gestos con sus manos como símbolo del rock.

Foto 27  
**Mujer pensando**



Fuente: dreamstime.com/imagenes

Foto10  
**M5**



Fuente: Facebook, 2013

La fotografía de M5 es similar a la foto del artículo sobre la mujer y sus pensamientos, porque ambas mujeres se muestran pensativas y con la mirada al frente, tienen sus manos derechas cerca de su mentón, se desatan sus cuellos, la foto publicitaria es un plano medio y la de M5 es primer plano y son tomadas en interiores.

La foto de M5 sí tiene influencia de los medios de comunicación porque es similar a la foto del artículo de mujer pensativa, porque las poses son similares, los dos personajes tienen cabellos crespo, se muestran pensativas y mirando al frente.

#### **4. Influencia cultural**

Cada individuo desde que nace pertenece a un determinado grupo social, a medida que va creciendo confirma su pertenencia a estos grupos, de la misma manera adquiere identidad personal y social, y al conocer las manifestaciones culturales del grupo asimila su identidad cultural.

Ninguna persona está aislada de un grupo, siempre es necesario el otro, que es diferente a en su personalidad, cultura y gustos. A partir del proceso de socialización

se crean los estereotipos a través de los cuales se ubican los prejuicios y la discriminación.

A continuación se analiza los estereotipos culturales en el caso de hombres y mujeres.

#### **4.1 Aspectos culturales (caso hombres)**

La cultura y el entorno en el que se desarrolla el hombre es el espacio a través del cual el individuo adquiere un determinado estereotipo, que es un conjunto de características que asimilan a un grupo dentro de una sociedad.

Se realizó la siguiente pregunta al grupo de hombres que participan dentro de la investigación: ¿Qué elementos de la foto reflejan la cultura ecuatoriana?:

H1 respondió: “Puede ser por lo que los ecuatorianos somos creyentes porque estamos apegados a una religión, y se usa el rosario en signo de respeto hacia Dios” (H1 2013); H2 dijo: “Dentro de los elementos están la libertad de escoger, gustos rumbos, libertad cultural” (H2 2013). H3 manifestó que “la celebración se demuestra con un vaso de vino o licor; la cultura ecuatoriana celebra así” (H3 2013).

De acuerdo a las fotografías escogidas se puede concluir que H1 se orienta sobre la cultura religiosa y el respeto a Dios. que es el símbolo del Todo Poderoso que no se rinde ante nada; mientras que H2 se muestra como el hombre que evita expresar sus sentimientos y que todo el tiempo está rígido; H3 es el típico hombre que porque consume licor se siente macho y parte de una sociedad; H4 se muestra como el joven que disfruta y que un no tiene las responsabilidades de ser hombre, y H5 se muestra como el misterioso, que él tiene el poder y como que él solo puede manejar y controlar su vida. Pero al final todos tienen características de los estereotipos culturales de la sociedad en la que desarrollan.

#### **4.2 Aspectos culturales (caso mujeres)**

Dentro de la cultura, la mujeres es considerada supuestamente como sexo débil, la encargada de la crianza, educación de sus hijos y de las labores de su hogar dentro de una sociedad, porque durante siglos se ha creído que el único que tiene el poder de decisión es el hombre, pensamiento que está cambiando, porque ahora la mujer tiene mayor participación en lo laboral, académico y la político.

En el caso de las mujeres a la pregunta: ¿Qué elementos de la foto reflejan la cultura ecuatoriana?, M1 respondió: “Creo que la cultura ecuatoriana se refleja a

través edificaciones, costumbres y tradiciones y mi foto es la típica imagen en grupo en la que queremos tener el recuerdo de la fiesta” (M1 2013).

M2 dijo: “La único que refleja de la cultura ecuatoriana dentro de mi fotografía es el amor que se tiene a la familia” (M2 2013); M4 expresó: “Tal vez los gestos que hacemos que tienen un parecido con la cultura del rock en el país” (M4 2013) y M5 no respondió nada.

Para concluir se puede afirmar que las cinco mujeres escogidas para la investigación siguen los estereotipos que les ha dado la cultura, porque cumplen los roles que la sociedad en la que se desarrollan les han impuesto. Las fotografías de Facebook se ven menos marcas de la cultura local o nacional. Se construyen escenas en no-lugares o sitios en donde los referentes de la cultura nacional están reducidos a su mínima expresión.

## **5. Familia y grupos de afinidad**

En la actualidad, la familia ha adquirido nuevos roles para la proyección del hogar, el cual es responsabilidad tanto del hombre como de la mujer. La familia es el primer entorno en donde el individuo es parte de los procesos de socialización, es el lugar donde aprende las normas de conducta, los hábitos, valores y formas de comunicación bases de la convivencia humana. Los roles que se asumen en función de las relaciones familiares que se establecen, basadas en las expectativas y exigencias atribuibles al género, son importantes, porque determinan y afectan el perfil y la identidad de los dependientes.

Los modelos a seguir en el caso de los hombres son sus padres y de las mujeres sus madres; además, los medios de comunicación se encargan de crear estereotipos sobre la familia. Es el caso de series como los Simpson, que es la típica familia norteamericana, en la que Homero, el padre, trabaja en una fábrica y en sus ratos de ocio acude a un bar donde toma cerveza con sus amigos y le gusta ver televisión, mientras que su esposa Marge es la mujer que se encarga de sus hijos y de arreglar la casa y cuidar a sus hijos, Bart el hijo mayor, que es el niño problema que no hace deberes y le encanta hacer travesuras, Lisa es la niña genio, una excelente estudiante y su talento es la música, mientras que la pequeña Maggie es la bebe que pasa todo el tiempo con su madre (Groening 1989).

Foto 28  
**Los Simpson**



Fuente: [elcondensadordefluzo.blogs.fotogramas](http://elcondensadordefluzo.blogs.fotogramas)

Otro ejemplo que podemos abordar es el de la serie ecuatoriana llamada “Tres familias” en la que participan tres parejas que representan a la sociedad guayaquileña: Jaime Andrés Plaza y Lulú Lagos son la pareja representa a la clase alta, él es el empresario exitoso, dueño de una empresa, tiene varias propiedades, su esposa es la típica rubia atractiva, con atributos físicos y sin cerebro, lo único que hace es gastar el dinero de su esposo.

Por su parte, Carlos Vaca y Carla Galindo representan a la clase media. Ella es quien lleva los pantalones en la casa y tiene un trabajo estable, su esposo es el hombre débil de carácter que hace todo por complacer a su esposa, aunque siempre le falta el dinero. Y finalmente Genaro Tomalá y Génesis Cabezas son quienes representan a la clase popular; él es comerciante de cualquier tipo de producto, su esposa le apoya en el trabajo y su objetivo es salir adelante, ellos viven en una zona popular con presupuesto ajustado (Ecuavisa 2014).



Fuente: [quehago.ec/blog/tres-familias-por-ecuavisa](http://quehago.ec/blog/tres-familias-por-ecuavisa)

De acuerdo a las fotografías escogidas para la investigación, en el caso de los hombres: H1, H2, H3 y H5 aparecen solos en sus fotos y no tienen ningún referente de familia, mientras que H4 aparece en su foto con un amigo, que lo considera parte de su familia y con quien comparte gusto como el rock. En el caso de las mujeres, M1 aparece en la fotografía junto a su esposo y sus amigos como símbolo de unión, M2 y M4 están acompañadas de sus sobrinas, se las observa maternales, M3 y M5 aparecen solas en sus fotografías.

Los estereotipos por grupos de afinidad aparecen cuando las personas comparten gustos por ciertas cosas; de acuerdo a la investigación realizada se puede decir que en el caso de los hombres H1 se inclina a relacionarse con las personas que tienen fe y creen en Dios; H2 y H3 tienen preferencia por juntarse con personas que les gusta el género musical del rock y visten como ellos con chompas de cuero, ropa de color negro; H4 se orienta al grupo de los hombres formales que les gusta mostrarse machos porque toman y fuman y H5 pertenece al grupo de los hombres que le gusta la diversión y la farra. En el caso de las mujeres: M1 disfruta con su esposo y amigos de una fiesta y porque se siente en su entorno; M2 y M4 tienen afinidad por cuidar y compartir con sus sobrinas, quienes les recuerdan sus momentos gratos de la infancia. Las mujeres comparten con otras mujeres de acuerdo a sus gustos y preferencias.

## 6. Moda

Actualmente cada generación comparte gustos y preferencias por la moda, no solo en la forma de vestir, sino también en la de comportarse, quienes influyen directamente son las publicidades que los diferentes medios de comunicación presentan a la sociedad para que sean consumidores de ropa, comportamientos, tendencias y se sientan parte del grupo.

Convengamos que “la moda es un símbolo inconfundible del capitalismo, además es la búsqueda siempre vana, a menudo ridícula, y a veces peligrosa de una belleza superior ideal” (Benjamin 1971, 78). La moda es un fenómeno social que se desarrolla en el contexto sociocultural y antropológico. El capitalismo y moda son realidades que se relacionan, porque son el deseo que se expresa y satisface consumiendo; además son la atracción por el lujo, por el exceso y la seducción.

En la actualidad la moda es universal, pero que no siempre luce o se ve bien en todo, porque cada persona tiene su personalidad y se deja influenciar por una simple banalidad, como es el consumismo y por sentirse igual o ser aceptado por el otro y no se dan cuenta que están cayendo en un abismo sin sentido, por la esencia es lo que cuenta y no el cascarón.

Durante las entrevistas se preguntó a los hombres sobre: ¿Qué gestos, poses y vestuarios que utilizas te identifican como hombre? H1 respondió: “Solamente sonreír o posar serio a la cámara, el vestuario que siempre uso son camisetas o camisas” (H1 2013); H2 dijo: “Me vestí con una chompa de cuero y una camiseta color negra, y me peiné como rockero con el cabello levantado, porque me encontraba en el concierto de Marilyn Manson, estaba acorde a mi entorno” (H2 2013); H3 manifestó: “Bueno, no hago gestos, lo que sí trato de salir de una manera sonriente y con ropa común como me visto a diario y dependiendo de la ocasión” (H3 2013); H4 comentó: “Pues ese día nos dijeron que podíamos ir con cualquier ropa al colegio y a mí me encanta el color negro y por eso fui fue una foto inesperada” (H4 2013) y H5 dijo: “Porque ese día estaba haciendo sol y el resto de mi mano sólo fue de improviso, Ya que salía a trabajar y me tocaba salir rápido” (H5 2013).

Del grupo de mujeres, ante la pregunta ¿Qué gestos, poses y vestuarios que utilizas te identifican como mujer?, M1 respondió: “La ropa que uso en la foto me la compre justo para esa ocasión especial y pese a que estaba embarazada. Siempre me ha gustado ponerme ropa al cuerpo exhibiendo las curvas; los gestos como una

sonrisa coqueta, poses sexys” (M1 2013); M2 dijo: “Sí son importantes porque la ropa, poses y paisajes representan mucho a la foto y describen en que ocasión te encuentras” (M2 2013); M3 manifestó: “Las mujeres creo que buscamos algo un poco sexy, los hombres pues una pose normal de foto, el vestuario debe ser el mejor en mujeres, bueno en hombres también puede darse eso y con los gestos siempre debe haber una sonrisa en las mujeres y en los hombres también” (M3 2013); M4 comentó: “Por ejemplo en mi foto yo con vestido y tacones” (M4 2013) y M5 dijo: “Hacia el lado más femenino, en todo caso, siempre son poses dulces, relajadas, alegres, en cuanto a vestuarios coloridos que demuestren la formas naturales del cuerpo de una mujer” (M5 2013).

En el caso de los hombres ellos adquieren de la moda comportamientos y actitudes, no son tan consumistas de ropa u objetos. Por ejemplo, H1 tiene gestos religiosos y viste sencillamente; H2 y H4 tienen la moda del rock, que es evidente por sus vestimentas de color oscuro y por los gestos que hacen con sus manos, con H3 y H5 su ropa es formal y casual respectivamente, porque lleva un terno el primero y cada uno una camisa color blanca.

En el caso de las mujeres se puede afirmar que ellas sí consumen la moda, porque están vestidas, maquilladas y peinadas con la ropa de temporada, todo lo que los medios les presenta consumen porque es lo que está chic. En el caso de M1 su vestuario es al cuerpo; pese a que está embarazada dice sentirse femenina y posa como todo una reina en el centro rodeada de un grupo de hombres; M2 y M3 se muestran joviales, sus blusas son sin mangas y tienen escotes; M4 se muestra formal, está con un vestido y tacos, y M5 ella se viste como quiere y con lo primero que encuentra, ella no es tan apegada a la moda. “La moda es la que convierte a las mujeres en voraces consumidoras, no solo de vestidos, adornos y accesorios; sino también de una figura que le proporciona atractivo físico como portada de esta” (Benjamin 1971, 67). Es evidente la influencia que existe de la moda en los medios de comunicación y que llega a las mujeres de todos los niveles sociales, que hacen lo que sea por comprarse la ropa de la época o adquieren diversas formas de comportamiento.

## **7. Redes sociales**

Las redes sociales tienen el potencial de manejar grupos extensos de personas y pueden definir las conductas de esta; es así como determina estereotipos que

afectan a las sociedades, porque les presenta determinados estilos de vida, modas, que se imponen dentro del mundo virtual, por ejemplo la moda en los adolescentes, la manera de actuar o de vestir, muchos lo hacen porque los demás lo siguen y hacen (que de hecho así es como se propaga la moda), las redes sociales influyen mucho en la ignorancia de los jóvenes, ya que comparten todo tipo de información personal incluso con desconocidos.

Saber explotar un estereotipo en un blog, en un libro o en las redes sociales es un éxito y puede tener créditos de todo tipo. Las redes sociales están hechas para la gente. Las tendencias que tenían al inicio los jóvenes eran los famosos *selfie*, fotografiarse uno mismo con sus celulares y hacer gestos con su boca y hojas, posteriormente vino la moda de fotografiarse de cuerpo entero mostrándose sexy y en la actualidad se dice que la moda que esta impactando son las fotografías de las partes íntimas.

En el caso de las diez personas que participan dentro de la investigación ellos en sus fotos de perfil en el caso del H1, H2, H3, H5, M2 y M5 son *selfie*, fotos tomados por ellos mismos desde sus teléfonos celulares, mientras que en el caso de H4, M1, M3 y M4 son fotografías tomadas por otra persona con teléfono móvil. A continuación ejemplos de *selfie*.

Foto 30  
**Selfie grupal**



Fuente: chicnfit.com

Foto 31  
**Selfie mujer**



Fuente: [flashpik.com/gallery](http://flashpik.com/gallery)

Foto 32  
**Selfie hombre**



Fuente: [hola.com](http://hola.com)

## Conclusiones

Se evidenció que las redes sociales son nuevos espacios virtuales de interacción social, a través de los cuales se puede asegurar que las perspectivas de género o construcciones culturales y sociales son creadas por hombres y mujeres de acuerdo a los roles que ejercen en la sociedad, buscando el equilibrio entre ambos sexos.

Los jóvenes construyen su imagen a través de estereotipos, patrones sociales, que están presentes en la sociedad y en los diferentes medios de comunicación, con el fin de ser aceptados y fortalecer vínculos con un determinado grupo en Facebook. A través de la investigación se verificó que una imagen vale más que mil palabras.

Las representaciones de masculinidad que construyen los jóvenes son a través de su apariencia física, vestimenta, gestos, su entorno social, cultural, educativo y laboral. Ellos, a través de sus fotografías, se muestran como el género fuerte y serio que se caracteriza por controlar emociones, sentimientos y necesidades afectivas.

Además, la masculinidad tiene como elemento clave el poder, que se caracteriza por buscar siempre alcanzar el liderazgo, ganar, ordenar y lograr objetivos. En el caso de H1, su referente de poder masculino es la religión, porque es representada por un hombre que era el patriarca de la iglesia.

H2 se siente parte de la cultura rockera. Socialmente se ha designado el gusto por este género musical a los hombres; para diferenciarse de los demás visten ropa oscura, sus peinados con el cabello parado, donde cada uno le da su toque personal. H3 se representa como el masculino adulto que decide qué es lo que puede consumir, es este caso él está bebiendo licor en un vaso, durante una reunión social, rol que la sociedad le ha impuesto, es un signo de masculinidad.

H4 se muestra como un joven libre, disfruta su vida y se muestra informal, rompe los esquemas de la proyección de la masculinidad, porque expresa sentimiento; él puede hacer lo que quiera con su vida. H5 se presenta como el masculino, misterioso, seductor, farrero que disfruta lo que hace.

La proyección de lo masculinidad en la fotografía utiliza la máscara como una metáfora simbólica que oculta la esencia del ser, una manera de ocultar la realidad. Los chicos coinciden en que como hombres ellos son humildes, sencillos,

no se complican por nada que simplemente se muestran tal y como son, se sienten seguros de sí mismos, de sus creencias, convicciones y decisiones que viven la vida y disfrutan de lo que dicen y hacen. La proyección de sus masculinidades depende del entorno en el que se criaron y en el que viven actualmente.

Las mujeres proyectan su imagen en primer lugar por un referente materno, y a partir de aquí es donde se determina si su personalidad es introvertida o extrovertida. De acuerdo a las fichas realizadas para la investigación, se puede concluir que ellas se representan como mujeres sexys, sencillas, atractivas, y se desarrollan en roles como: madres, profesionales, jóvenes. Las mujeres son detallistas y les gusta escoger la mejor foto en la que se vean atractivas. La imagen proyecta lo que somos, y es lo que los otros ven de nosotros en el ámbito, social, cultural, académico y profesional.

M1, M2 y M4 se muestran en el rol del madres, en el primer caso ella está embarazada y celebra la llegada su hijo, en los siguientes casos las dos jóvenes están acompañadas por sus sobrinas, se las observa tiernas, jóvenes y alegres. M3 proyecta su imagen para mostrar belleza, juventud. M5 se identifica con la mujer seria y madura que piensa y analiza antes de actuar o tomar una decisión.

En este caso los hombres se diferencian de las mujeres porque son más conservadores, serios, solemnes, reprimen sus sentimientos, y tratan de crear una realidad superficial porque no se muestran tal y como son, crean una máscara para mostrarse fuertes y no expresan sus sentimientos, con tal de mostrarse como el género fuerte y dominante. En el caso de las mujeres son más espontáneas, muestran con libertad sus sentimientos, se preocupan por crear una buena imagen y ser aceptadas por los demás.

Los hombres se toman fotografías en lugares como el baño, en un salón, en un coliseo, en un patio. Estos sitios se los puede considerar masculinos porque son espacios de distracción y entretenimiento, en el caso del baño es un entorno íntimo, no se fijan en detalles, mientras que las mujeres coordinan cada uno de los elementos que componen su fotografía, empezando con el vestuario que van a usar, lo que quieren expresar con su gestos, con su cuerpo, que es una manera de mostrarse atractivas y agradables a los demás y en donde se requiere de un buen lugar para que la foto salga bien.

La proyección de la imagen de la mujer en los medios de comunicación se percibe como limitada y degradada, porque la convierte en un objeto sexual, dejando

de lado sus demás atributos como persona, un claro ejemplo: son las modelos que se presentan en programas concursos que físicamente son atractivas y exhiben sus atributos físicos, además históricamente la presentaban como la típica ama de casa, que educa a sus hijos.

Los medios de comunicación tienen una fuerte influencia negativa en las mujeres, al proyectar mensajes e imágenes que fomentan la creación de estereotipos y la adopción de conductas de alto riesgo.

En el caso de los hombres los medios de comunicación proyectan su imagen como: el padre de familia, el profesional, el deportista, es el sujeto que siempre se destaca en determinada actividad y que tiene libertad para escoger lo que le gusta.

## Bibliografía

- Aguilar, Jorge. 1998. *Prejuicios, estereotipos y discriminación*. México: OPEN ACCESS.
- Aguirre, Eduardo. 2003. *Representaciones sociales y Análisis del Comportamiento Social*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Allport, Gordon. 1971. *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires : Eudeba.
- Andrade, Xavier. 1999. *Masculinidades en el Ecuador*. Quito: Flacso.
- Augé, Marc. 1992. *Los no lugares, espacios de anonimato*. Barcelona : Gedisa.
- Barbero Martín, Jesús. 2012. *Reconfiguraciones comunicativas del saber y del narrar. La educación desde la comunicación*.  
<<http://www.eduteka.org/pdfdir/SaberNarrar.pdf>>.
- Barthes, Roland. 1997. *la cámara lucida: nota sobre fotografía* . Barcelona : Paidós.
- Beauvoir, Simon. 1999. *El segundo Sexo*. Buenos Aires: Siglo Veinte.
- Benjamin, Walter. 1971. *Angelus Novus*. Barcelona: Edhasa.
- Berger, John. 1984. *Nuestros rostros, mi vida, breves como fotos*. Madrid : Pantheon.
- Borja Fernández, Canelo. 2010. *Las redes sociales, lo que hacen sus hijos por internet*. Alicante : Club Universitario.
- Bourdieu, Pierre. 2003. *Un arte medio* . Barcelona : Gustavo Gili.
- Butler, Judith. 2002. *Los cuerpos que importan*. Buenos Aires: Paidós.
- Celam, Selac, Unicef. 1994. *Estudios de práctica de crianza*. Reunión, Bogotá: Kimpres Ltda.
- Colaizzi, Giulia. 2007. *La pasión del significante: Teoría de género y cultura visual*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Tres Familias*. 2014. Dirigido por Catrina Tala. Interpretado por Ecuavisa.
- Espinosa, Christian. *Consultora Cobertura Digital*. 29 de Diciembre de 2014.  
<http://www.cobeturadigital.com/2014/12/29/redes-sociales-ecuador-facebook-paso-los-8-millones-2015> (último acceso: 30 de Diciembre de 2014).
- Faerman, Juan. 2009. *Faceboom*. Buenos Aires: Planeta.
- Fontcuberta, Joan. 1990. *Fotografía: conceptos y procedimientos*. Barcelona: Gustavo Gili.

- Hall, Stuart. 1997. *Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage.
- Hine, Christine. 2004. *Etnografía Virtual*. Barcelona: Atea digital.
- Igarza, Roberto. 2009. *Burbujas de Ocio*. Buenos Aires: La Crujía.
- Jodelet, Denise. 1993. *La representación social: Fenómenos, concepto y teoría*.  
Barcelona: Paidós.
- Judith, Butler. 2002. *Los cuerpos que importan*. Buenos Aires: Paidós.
- Kaufman, Michael. 1997. *Las experiencias contradictorias del poder entre los  
hombres*. Santiago : Flacso.
- Lister, Martín. 1997. *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Barcelona : Paidós.
- Piscitelli, Alejandro y otros. 2010. *El Proyecto de Facebook y la Postuniversidad*.  
Madrid: Fundación Telefónica.
- Sibilia, Paula. 2008. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de  
Cultura Económica.
- Silva, Armando. 1998. *Álbum de Familia*. Medellín: UDEM.
- Los Simpson*. Dirigido por Matt Groening. Interpretado por Los Simpson. 1989.
- Socialbakers. *Estadísticas de usuarios de Facebook*. 28 de Marzo de 2012.  
[www.socialbakers.com/Ecuador](http://www.socialbakers.com/Ecuador) (último acceso: 28 de Marzo de 2012).
- Téllez, Anatasia. "Trabajo y representaciones ideológicas de género. Propuesta  
para un posicionamiento analítico desde la antropología cultural." *Revista  
Gazeta de Antropología*, 2001: 52-73.

## Entrevistas

M1, entrevista de Karla Lucero. *Proyección de la imagen en Facebook* (30 de julio de 2013).

M2, entrevista de Karla Lucero. *Proyección de la imagen en Facebook* (27 de Julio de 2013).

M3, entrevista de Karla Lucero. *Proyección de la imagen en Facebook* (28 de Julio de 2013).

M4, entrevista de Karla Lucero. *Proyección de la imagen en Facebook* (1 de Agosto de 2013 ).

M5, entrevista de Karla Lucero. *Proyección de la imagen en Facebook* (26 de Julio de 2013).

H1, entrevista de Karla Lucero. *Proyección de la imagen en Facebook* (29 de Julio de 2013).

H2, entrevista de Karla Lucero. *Proyección de la imagen en Facebook* (29 de Julio de 2013).

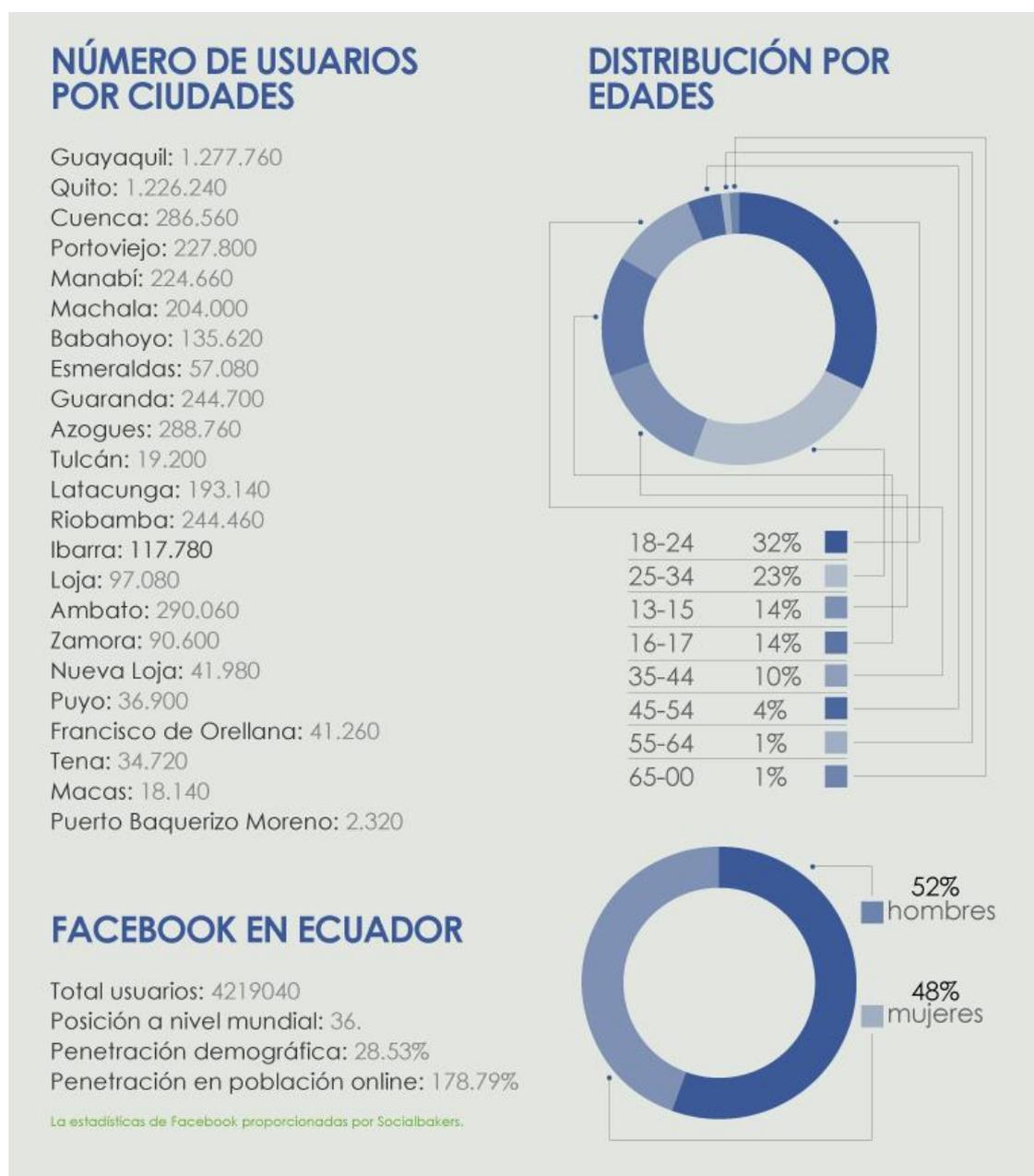
H3, entrevista de Karla Lucero. *Proyección de la imagen en Facebook* (30 de julio de 2013).

H4, entrevista de Karla Lucero. *Proyección de la imagen en Facebook* (1 de agosto de 2013).

H5, entrevista de Karla Lucero. *Proyección de la imagen en Facebook* (2 de Agosto de 2013).

## Anexos

### Anexo 1: Facebook en Ecuador



© “Derechos reservados. 2012 EDITORES ECUATORIANOS S.A. Queda prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio, de todos los contenidos sin autorización expresa del EDITORES ECUATORIANOS S.A.” (Proaño 2012)

## Anexo 2: Redes Sociales Ecuador: Facebook pasó los 8 millones (2015)

By Christian Espinosa B. / 29 diciembre 2014. (Espinosa 2014)

**Ecuador pasó de los 7 a los 8 millones de usuarios en Facebook durante el último año.**

Este es un reporte comparativo de la evolución de la red social que más impacto tiene en el país a partir de un seguimiento que **COBERTURA DIGITAL** lo ha venido haciendo desde el 2009.

- **2015** / 8 millones de usuarios Facebook Ecuador
- **2014** / 7 millones de usuarios Facebook Ecuador
- **2013** / 6 millones de usuarios Facebook Ecuador
- **2012** / 4 millones de usuarios Facebook Ecuador
- **2011** / 2 millones de usuarios Facebook Ecuador
- **2010** / 1 millón de usuarios en Facebook Ecuador
- **2009** / 400 mil usuarios Facebook Ecuador

Básicamente, cabe destacar que del 2011 -el de mayor repunte- al 2013 crecimos a un ritmo de 2 millones por año mientras que del 2013 al 2014 el crecimiento bajó al millón anual que se ha mantenido durante el último año, a un promedio de poco menos de 100 mil usuarios por mes.

Hay que ver si Facebook sostiene ese millón durante el 2015 o quién sabe empieza el año del declive de esta red social que algunos auguran (¿Empezamos a hablar de un estancamiento de Facebook?)



## Provincias repuntan

Mientras tanto, lo innegable es que al menos 9 de cada 10 ecuatorianos que tienen acceso a internet en Ecuador tienen una cuenta en Facebook.

Con 1.780.000 de usuarios, Guayaquil es la ciudad de Ecuador con más cantidad de audiencia en Facebook, seguido de Quito con 1.720.000 usuarios y, en tercer lugar, con 360.000 de usuarios está Cuenca.

Un dato curioso es que las dos provincias más grandes del país ya no se llevan el 50% del pastel como ocurría hasta el 2013 sino que ha bajado al 40% y resto de provincias subió al 60%. (De hecho, durante el 2010 entre Quito y Guayaquil sumaban el 90% de usuarios en Facebook)

4. Ambato (200.000 usuarios) y 5. Machala (188.000) son las ciudades más “Facebookeras” después de las 3 ciudades más grandes del país. Facebook, sin duda - y lo he podido comprobar mucho incluso en provincias de la Amazonia) manda a nivel hiperlocal (6. Portoviejo 178.000, 7. Manta 176.000, 8. Riobamba 168.000, 9. Loja 164.000)

## Baja porcentaje de uso entre adolescentes

En cuanto a las edades, podemos comprobar cómo ha bajado el porcentaje de uso de adolescentes de 13 a 18 años que antes representaba el 28% en el 2012 y ahora el 18% para fines de 2014 e inicios 2015 (¿migración a Instagram, SnapChat?

Mientras que los usuarios comprendidos entre los 18 y los 34 años es la que más ha crecido pasando a representar a más del 60% de la población del Ecuador en esta red social (un dato interesante de cara a las siguientes elecciones).

Edades	Audiencia	Porcentaje
13 – 15	620.000	7,75%
16 – 17	900.000	11,25%
18 – 28	3.800.000	47,50%
29 – 34	1.040.000	13,00%
35 – 44	960.000	12,00%
45 – 54	420.000	5,25%
55 – 64	150.000	1,88%
65+	68.000	0,85%

### Anexo 3: Ficha de análisis fotográfico

<b>Nombre:</b>				<b>Foto</b>	<b>1</b>								<b>Número: M1</b>
<b>Características técnicas</b>	<b>Planos</b>					<b>Locación</b>			<b>Iluminación</b>		<b>Origen del equipo</b>		
	<b>P. Panorámico</b>	<b>P. General</b>	<b>P. Americano</b>	<b>P. Medio</b>	<b>P. Primer</b>	<b>P. Detalle</b>	<b>exterior</b>	<b>Interior</b>	<b>natural</b>	<b>artificial</b>	<b>celular</b>	<b>cámara</b>	<b>cámara profesional</b>
<b>Elementos iconográficos</b>	<b>Lugares</b>		<b>Poses corporales</b>		<b>Expresiones</b>			<b>Atuendos</b>		<b>Tipo de foto</b>			
<b>Representación de Género</b>	<b>Lugares</b>		<b>Poses corporales</b>		<b>Expresiones</b>			<b>Atuendos</b>		<b>Patrón social</b>			

## **Anexo 4: Cuestionario de entrevistas**

### **1. Preguntas sobre fotografías Facebook hombres y mujeres**

¿Qué importancia tiene la foto de perfil para ti? ¿Por qué tienen es varias fotos en tu álbum de fotos de perfil?

¿Cuál de tus fotos de perfil te gusta más?

¿Cada qué tiempo cambia tu foto de perfil?

¿Por qué crees que es importante cambiar la fotografía de perfil?

¿Para qué te sirve la foto de perfil?

¿Qué equipos usas para tomarse las fotografías?

¿Es importante la ropa, poses y paisajes en la fotografía de perfil?

### **2. Preguntas sobre género en Facebook hombres y mujeres**

¿Cómo se representan los hombres y las mujeres en Facebook?

¿Quiénes crees que suben más fotos en sus Facebook hombres o mujeres?

¿Qué gestos, poses y vestuarios que utilizas te idénticas como hombre (o mujer)?

¿Qué imagen quieres proyectar como hombre o como mujer en tus fotos de perfil?

¿Con qué tipo de hombre (o mujer) te idénticas?

¿Qué hombres (o mujeres) del cine, la televisión o la moda admiras?

¿Si tu verías esta foto sin conocer a la persona; qué tipo de hombre creerías que es esta persona?

¿A qué actor, modelo o famoso del cine o la tv te pareces?

¿Qué parecidos le encuentras a tu foto con las de tus amigos en Facebook?

¿Qué elementos de la foto reflejan la cultura ecuatoriana?

### **3. Preguntas sobre la foto perfil**

#### **• Preguntas hombres**

##### **H1**

¿La foto en qué lugar la tomaste específicamente y fue con cámara o celular?

¿Qué intentas mostrar con esa expresión en tu rostro?

¿Lo que llevas en tu cuello es un rosario es una cadena?

¿La foto fue espontánea o planeada?

¿Qué querías mostrar con esa foto?

¿Escogiste la ropa para la foto?

##### **H2**

¿Por qué esa expresión de chico malo?

¿Por qué escogiste ese vestuario y peinado?

¿En qué lugar estabas para la foto?  
¿Quién te tomó la foto, fue con cámara o celular?  
¿Qué quieres proyectar con esta foto?

### **H3**

¿La foto es tomada con cámara o celular, quién la tomó?  
¿En qué programa hiciste el collage de tres fotos?  
¿Por qué le pusiste esos efectos a la foto?  
¿En qué lugar estas? ¿La foto fue planificada o espontánea?  
¿Por qué elegiste como foto de portada esta en al que estas con un vaso en la mano?  
¿Por qué te gusta esta foto entre todas las de perfil?

### **H4**

¿En qué lugar se tomo la foto y fue con cámara o celular?  
¿Por qué utilizan esos gestos en la foto y que representan?  
¿Por qué escogiste la ropa negra para la foto??  
¿Si esta es tu foto de perfil, por qué estas acompañado de tu amigo?

### **H5**

¿Por qué escogiste esta foto de perfil?  
¿Por qué estas con gafas y haces ese gesto con tu mano?  
¿La foto fue espontánea o planificada?

### **• Preguntas mujeres**

#### **M1**

¿Puedes identificar a las personas que están en la fotografía?  
¿Por qué te pusiste al centro para la foto?  
¿Por qué llevas puesta una banda?  
¿Por qué hay tantas personas afro en la foto?  
¿Qué celebraban en la reunión?  
¿Porqué solo hay dos mujeres en la foto?  
¿Por qué escogiste esa ropa?  
¿Con la pose que tienes en la foto que querías mostrar?  
¿Cómo es la relación entre hombre y mujeres en este grupo?

#### **M2**

¿Las fotos son tomadas con cámara o celular, quien te tomo las fotos?  
¿En qué programa hiciste el collage de tres fotos?  
¿Por qué le pusiste esos efectos a la foto?

- ¿En qué lugar estabas cuando te tomase la foto?
- ¿Escogiste el vestuario y los accesorios para las fotos?
- ¿Por qué en la foto aparece una niña?
- ¿Por qué usas gafas y escote en esta foto?
- ¿Si esta es tu foto de perfil, ¿por qué a la nena también?

### **M3**

- ¿En qué lugar se tomó la foto?
- ¿La foto fue tomada con cámara o celular?
- ¿La foto fue planificada o espontánea?
- ¿Por qué posas con los brazos hacia atrás?
- ¿Por qué te gusta esta foto entre todas las de perfil?
- ¿Por qué escogiste esta blusa para la foto?

### **M4**

- ¿Porque te gusta esta foto entre todas las de perfil?
- ¿En qué lugar te tomaste la fotografía?
- ¿Por elegiste este vestido para la foto?
- ¿Si es tu foto de perfil, porque te acompaña tu sobrina?
- ¿Qué significado tienen los gestos que hacen ambas con sus manos?
- ¿Por qué esa pose?
- ¿Qué imagen de mujer crees que proyecta esta foto?

### **M5**

- ¿Qué imagen de mujer crees que proyecta esta foto?