



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

Uleam | crece en
buenas manos

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

Creada mediante Ley No. 010 Reg. Of 313 del 13 de noviembre de 1985

FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA DE ARTES PLÁSTICAS

PROYECTO:

**“LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA PERCEPCIÓN
DE LA IMAGEN CORPORAL Y LA AUTOESTIMA”**

Autora:

Sidney Diane Castro Guadamud

Docente tutor:

Arq. Erick Bojorque Pazmiño, Mg

Manta - Manabí - Ecuador



Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades

“LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA PERCEPCIÓN DE LA
IMAGEN CORPORAL Y LA AUTOESTIMA”

Trabajo de proyecto de titulación presentado por: Sidney Diane Castro Guadamud
Tutor: Arq. Erick Bojorque Pazmiño. Mg



CERTIFICADO DE DERECHO DE AUTOR PROPIEDAD INTELLECTUAL

Título del Trabajo de Investigación: LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL Y LA AUTOESTIMA

Autor: Sidney Diane Castro Guadamud

Fecha de Finalización: 20 de agosto 2024

Descripción del Trabajo:

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal Explorar y analizar el impacto de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y la autoestima en la comunidad de Manta, con un enfoque en los aspectos sensitivos, sensoriales y tecnológicos. Este estudio está sustentado en una metodología

Declaración de Autoría:

Yo, Sidney Diane Castro Guadamud, con número de identificación 1313938050, declaro que soy el autor original y que Jorge Erick Bojorque Pazmiño, con número de identificación 0102275476, declaro que soy el coautor, en calidad de tutor del trabajo de titulación titulado "**LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL Y LA AUTOESTIMA**". Este trabajo es resultado del esfuerzo intelectual y no ha sido copiado ni plagiado en ninguna de sus partes.

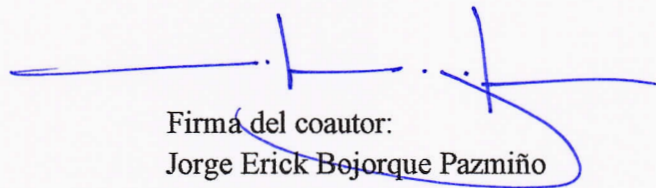
Derechos de Propiedad Intelectual:

El presente trabajo de investigación está reconocido y protegido por la normativa vigente, art. 8, 10, de la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador. Todos los derechos sobre este trabajo, incluidos los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación, pertenecen a los autores y a la Institución a la que represento, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Sidney Castro

Firma del Autor:

Sidney Diane Castro Guadamud
1313938050




Firma del coautor:

Jorge Erick Bojorque Pazmiño
0102275476

Manta, 20 agosto de 2024

CERTIFICADO DEL TUTOR

 ELOY ALFARO DE MANABÍ	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICO

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante CASTRO GUADAMUD SIDNEY DIANE, legalmente matriculada en la carrera de ARTES PLÁSTICAS, período académico 2024- 2025(1), cumpliendo el total de 384 horas , cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es *"LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL Y LA AUTOESTIMA"*

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, Martes, 30 de julio de 2024.

Lo certifico,



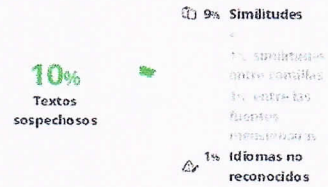
firmado electrónicamente por:
JORGE ERICK
BOJORQUE PAZMIÑO

BOJORQUE PAZMIÑO JORGE ERICK
Docente Tutor

CERTIFICADO DE PLAGIO



EDITADO PARA SEGUNDA REVISIÓN- PLANTILLA INFORME ESCRITO SIDNEY CASTRO



Nombre del documento: EDITADO PARA SEGUNDA REVISIÓN-
PLANTILLA INFORME ESCRITO SIDNEY CASTRO.docx
ID del documento: 6417bba9d9cea1c619e0ec2af03c3758080cf7c3
Tamaño del documento original: 44,35 kB

Depositante: ELIZABETH GARCIA GARCIA
Fecha de depósito: 24/7/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 24/7/2024

Número de palabras: 4897
Número de caracteres: 33,652

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.ufrj.edu.br https://repositorio.ufrj.edu.br/handle/document/123456789/FILE:ANGLO CONDOR DAVIS DANIELA.pdf 11 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 28 (1.5 palabras)
2	adiga.ei La influencia de las redes sociales en la percepción de la imagen corpora... http://adiga.ei/handle/document/123456789/FILE:ANGLO CONDOR DAVIS DANIELA.pdf 8 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 28 (1.7 palabras)
3	www.justi.net http://www.justi.net/handle/document/123456789/FILE:ANGLO CONDOR DAVIS DANIELA.pdf 7 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 28 (1.6 palabras)
4	www.elpark.com http://www.elpark.com/handle/document/123456789/FILE:ANGLO CONDOR DAVIS DANIELA.pdf 19 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 28 (1.7 palabras)
5	www.konung.com http://www.konung.com/handle/document/123456789/FILE:ANGLO CONDOR DAVIS DANIELA.pdf 21 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 18 (1.1 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.behavioralpsycho.com http://www.behavioralpsycho.com/wp-content/uploads/2022/12/05/Reduccion_2022.pdf 1 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: 4 (0.59 palabras)
2	pure.uva.nl http://pure.uva.nl/handle/document/123456789/FILE:ANGLO CONDOR DAVIS DANIELA.pdf 1 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: 4 (1.5 palabras)
3	pdxscholar.library.pdx.edu http://pdxscholar.library.pdx.edu/handle/document/123456789/FILE:ANGLO CONDOR DAVIS DANIELA.pdf 1 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: 4 (1.1 palabras)
4	dx.doi.org Aktüel 500 Bilimieri Dergisi » Makale » Fit Otmavi Tesvik Eden Fotoğr... http://dx.doi.org/10.1501/123456789/FILE:ANGLO CONDOR DAVIS DANIELA.pdf 1 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: 4 (1.5 palabras)
5	doi.org Maquiavelismo y deseo de querer ser youtuber y/o influencer en las gen... http://doi.org/10.1145/123456789/FILE:ANGLO CONDOR DAVIS DANIELA.pdf 1 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: 4 (1.4 palabras)

Fuentes ignoradas Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	PLANTILLA INFORME ESCRITO SIDNEY CASTRO.docx PLANTILLA INFOR... El documento proviene de mi biblioteca de referencias	100%		Palabras idénticas: 100% (4897 palabras)
2	EDITADO PARA SEGUNDA REVISIÓN-PLANTILLA INFORME ESCRITO SIDN... El documento proviene de mi biblioteca de referencias	100%		Palabras idénticas: 100% (4897 palabras)
3	editado para 2da revisión compilatio Sidney Lo sensitivo.docx editado... El documento proviene de mi biblioteca de referencias	23%		Palabras idénticas: 23% (1155 palabras)
4	editado para 2da revisión compilatio Sidney Lo sensitivo.docx editado... El documento proviene de mi biblioteca de referencias	23%		Palabras idénticas: 23% (1165 palabras)
5	PLANTILLA INFORME ESCRITO SIDNEY CASTRO.docx PLANTILLA INFOR... El documento proviene de mi biblioteca de referencias	23%		Palabras idénticas: 23% (1165 palabras)

DEDICATORIA

A mis padres, Jessica Guadamud y José Luis Castro por su amor incondicional, por ser mi guía en cada paso que doy y por enseñarme que el esfuerzo y la perseverancia siempre tienen su recompensa.

A mi hermano, Bryan Castro por su constante apoyo, por creer en mí incluso en los momentos de duda, y por ser mi ejemplo de fortaleza y determinación.

A mis amigos, Jhon, Adrián, Genesis, Alejandro y Albieres quienes, con su compañía, ánimo y comprensión hicieron más llevadero este camino, demostrando que la amistad es un pilar fundamental en la vida.

A mis queridas mascotas, Duke y Max, por su lealtad y cariño incondicional, que me brindaron compañía y alegría en los momentos más difíciles.

Finalmente, dedico este trabajo a todas las personas que, de alguna manera, me inspiraron y motivaron a seguir adelante, demostrando que los sueños se pueden alcanzar con esfuerzo y determinación. ♥

AGRADECIMIENTO

Al concluir este trabajo de investigación, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todas las personas que, de una u otra manera, hicieron posible la realización de esta tesis.

En primer lugar, agradezco a mis padres, quienes siempre han sido mi mayor fuente de inspiración y apoyo incondicional. Su amor, paciencia y confianza en mí me han dado la fortaleza necesaria para superar los desafíos que encontré en el camino.

A mi hermano, por su constante apoyo, por estar siempre presente cuando lo necesité y por ser un pilar fundamental en mi vida. Su ejemplo de esfuerzo y dedicación ha sido una inspiración constante para mí.

A mis amigos, quienes compartieron conmigo momentos de estudio, discusiones enriquecedoras y también momentos de esparcimiento. Sus palabras de aliento y su compañía hicieron más llevadero este proceso.

A mi director de tesis, el Arq. Erick Bojorque Pazmiño, Mg por su invaluable orientación, paciencia y dedicación. Sus consejos y sugerencias fueron fundamentales para el desarrollo de este trabajo. Su experiencia y conocimiento me guiaron en cada etapa de la investigación.

Finalmente, agradezco a la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí cuyo apoyo fue clave para la realización de este trabajo. Su colaboración y recursos fueron esenciales para llevar a cabo la investigación.

A todos ustedes, muchas gracias

Índice

CERTIFICADO DE DERECHO DE AUTOR PROPIEDAD INTELECTUAL.....	3
CERTIFICADO DEL TUTOR.....	5
CERTIFICADO DE PLAGIO.....	6
DEDICATORIA.....	7
AGRADECIMIENTO.....	8
<i>RESUMEN</i>	11
<i>ABSTRACT</i>	11
INTRODUCCIÓN.....	3
LEY ORGÁNICA:.....	4
EXPLICACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
CONTEXTO HISTÓRICO.....	5
CONTEXTO SOCIAL.....	5
DESARROLLO.....	5
VARIABLE INDEPENDIENTE HÁPTICO.....	5
VARIABLE INDEPENDIENTE SENSITIVO.....	6
VARIABLE INDEPENDIENTE 1.....	6
VARIABLE INDEPENDIENTE 2.....	7
VARIABLE INDEPENDIENTE 3.....	8
VARIABLE DEPENDIENTE 1.....	8
VARIABLE DEPENDIENTE 2.....	9
VARIABLE DEPENDIENTE 3.....	10
METODOLOGÍA.....	10
RESULTADOS.....	11
DISCUSIÓN.....	14
CONCLUSIONES.....	17
CONCLUSIÓN 1.....	17
CONCLUSIÓN 2.....	17
CONCLUSIÓN 3.....	18
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	18
ORDENES COGNITIVOS.....	22



**CARRERA
DE ARTES
PLÁSTICAS**

Tema del proyecto de investigación

Informe escrito: Ensayo

Autor:

Sidney Diane Castro Guadamud
ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-4752-557X>

Tutor:

Arq. Erick Bojorque Pazmiño
ORCID: 0000-0001-6179-5423

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
Facultad de Educación, Turismo, Artes y
Humanidades
Carrera de Artes Plásticas**

**Manta - Ecuador
2023-2024**

2023-2024

Lo sensitivo, sensorial y tecnológico de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y autoestima

The sensitive, sensorial and technological aspects of social networks in the perception of body image and self-esteem

Sidney Diane Castro Guadamud

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo, Lo sensitivo, sensorial y tecnológico de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y autoestima en los ámbitos en la comunidad de Manta 2023.

El impacto de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y la autoestima es un tema complejo que involucra elementos sensibles, sensoriales y tecnológicos. En este contexto, la exposición a imágenes idealizadas de cuerpos en plataformas sociales puede afectar la autoimagen de los usuarios. La presión social para cumplir con estándares de belleza poco realistas, a menudo promovida a través de filtros y herramientas de edición, puede generar preocupaciones sobre la propia apariencia.

El componente sensorial se refiere a la experiencia visual y emocional al interactuar con contenido en redes sociales. La constante comparación con imágenes retocadas y la búsqueda de validación a través de likes y comentarios pueden influir en la autoestima de los individuos.

Desde el punto de vista tecnológico, el uso de algoritmos de recomendación puede contribuir a la creación de burbujas informativas, donde los usuarios están expuestos principalmente a contenidos que refuerzan ciertos estándares estéticos. Además, la proliferación de aplicaciones de edición de imágenes puede distorsionar la

realidad, generando expectativas poco realistas sobre la apariencia física.

ABSTRACT

The objective of this study is: The sensitive, sensory and technological aspects of social networks in the perception of body image and self-esteem in the community areas of Manta 2023.

The impact of social networks on the perception of body image and self-esteem is a complex issue that involves sensitive, sensory and technological elements. In this context, exposure to idealized images of bodies on social platforms can affect users' self-image. Social pressure to meet unrealistic beauty standards, often promoted through filters and editing tools, can lead to concerns about appearance.

The sensory component refers to the visual and emotional experience when interacting with content on social networks. Constant comparison to retouched images and seeking validation through likes and comments can influence people's self-esteem.

From a technological point of view, the use of recommendation algorithms can contribute to the creation of information bubbles, where users are mainly exposed to content that reinforces certain aesthetic standards. Additionally, the proliferation of image editing applications can distort reality, creating unrealistic expectations about physical appearance.

Palabras clave:

*autoestima
aislamiento
insatisfacción*

INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como objetivo, Lo sensitivo, sensorial y tecnológico de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y autoestima en los ámbitos en la comunidad de Manta 2023.

El impacto de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y la autoestima es un tema complejo que involucra elementos sensibles, sensoriales y tecnológicos. En este contexto, la exposición a imágenes idealizadas de cuerpos en plataformas sociales puede afectar la autoimagen de los usuarios. La presión social para cumplir con estándares de belleza poco realistas, a menudo promovida a través de filtros y herramientas de edición, puede generar preocupaciones sobre la propia apariencia.

El componente sensorial se refiere a la experiencia visual y emocional al interactuar con contenido en redes sociales. La

constante comparación con imágenes retocadas y la búsqueda de validación a través de likes y comentarios pueden influir en la autoestima de los individuos.

Desde el punto de vista tecnológico, el uso de algoritmos de recomendación puede contribuir a la creación de burbujas informativas, donde los usuarios están expuestos principalmente a contenidos que refuerzan ciertos estándares estéticos. Además, la proliferación de aplicaciones de edición de imágenes puede distorsionar la realidad, generando expectativas poco realistas sobre la apariencia física. realidad, generando expectativas poco realistas sobre la apariencia física

PRINCIPIO KELSENIANO

El presente proyecto de investigación se enmarca en los siguientes preceptos legales:

1.- **Constitución de la República:** El Art. 393 indica que el Estado garantizará la seguridad humana a través de políticas y acciones integradas, para asegurar la

convivencia pacífica de las personas, promover una cultura de paz y prevenir las formas de violencia y discriminación y la comisión de infracciones y delitos. La planificación y aplicación de estas políticas se encargará a órganos especializados en los diferentes niveles de gobierno (Constitución de la república del Ecuador, 2008)

2.- Objetivos de desarrollo sostenible de la ONU: Según los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU "16: Paz, Justicia e instituciones sólidas" (Moran et al., 2020), es importante promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.

LEY ORGÁNICA:

3.- Ley Orgánica de cultura: Art. 276 de la Constitución de la República establece que es parte de los Objetivos del régimen de desarrollo: "Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de

reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural"

EXPLICACIÓN DEL PROBLEMA

El problema que se abordará en este proyecto de investigación se centra en los efectos adversos en la autoimagen y la salud mental de la sociedad y la juventud actual, que son consecuencia de los estereotipos promovidos por las redes sociales. Estos efectos se manifiestan en situaciones tales como la insatisfacción corporal crónica, la creación de comparaciones poco realistas, el deterioro de la autoestima, el aislamiento social en la vida cotidiana, el experimentar niveles elevados de estrés y ansiedad, la falta de autenticidad en las relaciones sociales, y un impacto negativo en el rendimiento tanto académico como laboral. Estos aspectos, a su vez, contribuyen a la generación de problemas emocionales y socavan la calidad de vida de las personas involucradas.

CONTEXTO HISTÓRICO

Con el paso del tiempo, diversas redes sociales como Twitter, Instagram y Snapchat se han incorporado a la vida cotidiana, dando lugar a lo que conocemos como la "cultura de la imagen". En este contexto, los usuarios comparten de forma constante fotografías de sí mismos y sus vidas, lo que ha elevado la importancia de la apariencia física en línea. La tecnología también ha desempeñado un papel fundamental, gracias a la introducción de aplicaciones de edición de fotos y filtros, lo que ha permitido que las imágenes compartidas sean altamente estilizadas y modificadas. Esto ha contribuido a crear una percepción distorsionada de la realidad entre los internautas y, con frecuencia, ha llevado a comparaciones poco realistas con estándares de belleza difíciles de alcanzar. En algún momento de la cotidianidad, este flujo constante de imágenes idealizadas promovidas por las redes sociales comenzó a tener un impacto negativo en la percepción de la imagen corporal y la autoestima de las personas. Muchos individuos se comparaban con estas imágenes, lo que resultaba en

sentimientos de insatisfacción y una baja autoestima

CONTEXTO SOCIAL

Los estereotipos impulsados por las redes sociales en la sociedad actual, especialmente entre los jóvenes, a menudo tienen un impacto perjudicial en la autoimagen y la salud mental. Esto se debe a que conducen a comparaciones poco realistas, insatisfacción con la imagen corporal y la búsqueda de una perfección inalcanzable. Además, influyen en la conformidad con estándares de belleza poco saludables y la presión por proyectar una imagen impecable en línea. En respuesta a estas presiones, han surgido movimientos de empoderamiento en línea que promueven la autoaceptación y la diversidad corporal para contrarrestar estos efectos negativos que perpetúan una sociedad obsesionada con las apariencias y el juicio ajeno.

DESARROLLO

VARIABLE INDEPENDIENTE

HÁPTICO

La importancia de analizar el impacto de las

redes sociales en la autoimagen y salud mental desde un enfoque háptico radica en su capacidad para proporcionar una visión integral de cómo estas plataformas afectan a las personas en un nivel emocional y físico. Este enfoque multisensorial, que considera las sensaciones físicas y emocionales, es esencial para comprender mejor los efectos negativos y positivos de las redes sociales en la salud mental. Según investigaciones como las de Stodolska y Kaczynski (2014) en "Social Media and Well-Being: Pitfalls, Progress, and Promise," se ha demostrado que la percepción táctil y emocional de las interacciones en línea tiene un impacto significativo en el bienestar psicológico de los usuarios, lo que resalta la importancia de considerar estas dimensiones en el análisis de las redes sociales y su influencia en la autoimagen y la salud mental.

VARIABLE INDEPENDIENTE

SENSITIVO

Un enfoque sensitivo puede arrojar luz sobre cómo las redes sociales impactan en la autoimagen y las emociones, lo que es

fundamental para abordar los desafíos relacionados con la salud mental en la era digital y desarrollar estrategias efectivas de promoción del bienestar emocional. Un estudio de Primack et al. (2017) en "Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S." demuestra la correlación entre el uso intensivo de redes sociales y la percepción de aislamiento social, lo que subraya la importancia de evaluar cómo las interacciones en línea pueden afectar la salud mental y emocional.

VARIABLE INDEPENDIENTE 1

LO SENSITIVO, SENSORIAL Y TECNOLÓGICO: PERCEPCIÓN PERSONAL Y LA AUTOEVALUACIÓN.

La interacción entre lo sensitivo, sensorial y tecnológico en el contexto de las redes sociales tiene un impacto significativo en la percepción de la imagen corporal y la autoestima. Al reflexionar sobre estos elementos, es evidente que la tecnología no solo amplifica las experiencias sensoriales, sino que también altera la percepción de la

realidad. La capacidad de manipular y modificar imágenes en las redes sociales crea estándares de belleza inalcanzables, lo que puede afectar negativamente la autoestima de los individuos. La percepción de la imagen corporal, influenciada por la exposición constante a estas imágenes idealizadas, puede llevar a una distorsión de la realidad y a una autoevaluación crítica. Es crucial entender que nuestra interpretación de las imágenes no es meramente una cuestión de percepción visual, sino que está profundamente influenciada por factores psicológicos, sociales y culturales. Al reconocer cómo estas dimensiones sensoriales y tecnológicas interactúan, se puede desarrollar una conciencia crítica que permita a los individuos navegar de manera más saludable en el entorno digital, manteniendo una autoestima positiva y una percepción corporal realista.

VARIABLE INDEPENDIENTE 2

LAS REDES SOCIALES EN LA PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL Y AUTOESTIMA: IMPACTO ESPECÍFICO DE LAS

REDES SOCIALES EN LA AUTOESTIMA.

“La influencia de las redes sociales en la autoestima de los individuos es un tema que requiere una reflexión crítica para entender su complejidad y profundidad. Al considerar cómo las redes sociales afectan la autoestima, es importante reconocer que estas plataformas facilitan comparaciones constantes con los demás, presentando imágenes y estilos de vida idealizados. Estas comparaciones pueden llevar a una disminución de la autoestima, ya que los individuos pueden sentirse insuficientes en comparación con las versiones editadas y filtradas de las vidas de otros. La percepción de que uno no cumple con los estándares de belleza o éxito presentados en las redes sociales puede resultar en sentimientos de inseguridad y baja autoestima. Además, la búsqueda constante de validación a través de "me gusta" y comentarios puede crear una dependencia emocional en la aprobación externa, afectando negativamente la

autoimagen y la autoconfianza. Reflexionar sobre estos aspectos permite a los individuos desarrollar una conciencia crítica sobre el uso de las redes sociales y cómo proteger su autoestima en un entorno digital que puede ser tanto inspirador como perjudicial.

VARIABLE INDEPENDIENTE 3

EL IMPACTO TECNOLÓGICO EN LA PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL

La tecnología, y en particular las herramientas disponibles en las redes sociales, tiene un impacto significativo en la percepción de la imagen corporal. Reflexionar sobre esta variable implica entender cómo las aplicaciones y filtros de edición de imágenes pueden distorsionar la percepción de la realidad. Al modificar fotografías para cumplir con ideales de belleza poco realistas, los usuarios pueden internalizar estos estándares y desarrollar una percepción distorsionada de su propio cuerpo. Esta práctica puede conducir a una dismorfia corporal, donde la imagen propia

se ve gravemente afectada por las comparaciones con versiones editadas de uno mismo y de otros. Además, el acceso constante a imágenes perfeccionadas y estilizadas en las redes sociales refuerza la idea de que estas representaciones son alcanzables y deseables, lo que puede incrementar la insatisfacción corporal y disminuir la autoestima. Al tomar conciencia de estos efectos, los usuarios pueden desarrollar una actitud crítica hacia el contenido consumido y compartido en las redes sociales, promoviendo una percepción más saludable y realista de su imagen corporal.

VARIABLE DEPENDIENTE 1

LA PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL

La percepción de la imagen corporal es una construcción compleja que resulta de la interacción entre influencias externas, como las redes sociales y los medios de comunicación, y factores internos, como la autoestima y la autopercepción. Al reflexionar sobre esta variable dependiente,

TECNOLÓGICAS AFECTAN ESTE ASPECTO CRUCIAL DE LA IDENTIDAD PERSONAL.

es evidente que nuestra autoimagen está constantemente moldeada por los mensajes y las imágenes que consumimos a diario. Las redes sociales, en particular, juegan un papel fundamental al proporcionar un flujo continuo de imágenes idealizadas que pueden establecer estándares de belleza poco realistas. Esta exposición constante puede llevar a una dismorfia corporal, donde la percepción de uno mismo se distorsiona y no se alinea con la realidad. Además, la búsqueda de aprobación y validación a través de "me gusta" y comentarios puede exacerbar los sentimientos de inseguridad y baja autoestima, influyendo negativamente en la autoimagen.

Reconocer estos mecanismos permite una mayor autoconciencia y la posibilidad de desarrollar estrategias para mitigar los efectos negativos, fomentando una percepción corporal más positiva y realista.

VARIABLE DEPENDIENTE 2

LA EXPERIENCIAS EN LAS REDES SOCIALES Y LAS INFLUENCIAS

Sidney Diane Castro Guadamud

La autoestima es una variable dependiente profundamente influenciada por la interacción constante con las redes sociales y la tecnología. Al reflexionar sobre cómo estos factores impactan la autoestima, es evidente que la retroalimentación obtenida a través de "me gusta", comentarios y seguidores puede convertirse en una medida externa de valía personal. Esta dependencia en la validación externa puede hacer que la autoestima fluctúe de manera significativa, dependiendo de la aceptación y aprobación percibida en estas plataformas. Además, la exposición constante a imágenes idealizadas y narrativas de éxito en las redes sociales puede provocar comparaciones negativas, disminuyendo la autoconfianza y fomentando sentimientos de insuficiencia. Es crucial desarrollar una autoconciencia crítica que permita discernir entre la realidad y las representaciones filtradas y editadas que se encuentran en las redes sociales. Al comprender estos mecanismos, los individuos pueden trabajar hacia una

autoestima más estable y basada en una autoevaluación interna positiva, en lugar de depender exclusivamente de la validación externa.

VARIABLE DEPENDIENTE 3

LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA AUTOIMAGEN O LA AUTOEFICACIA

La autoimagen es una variable dependiente que se ve significativamente afectada por las redes sociales y las tecnologías asociadas. Al reflexionar sobre cómo las interacciones en línea influyen en la autoimagen, es crucial reconocer que las redes sociales proporcionan un espacio donde las personas pueden proyectar versiones idealizadas de sí mismas. Esta proyección puede llevar a una disonancia entre la autoimagen real y la imagen percibida, creando tensiones y conflictos internos. Además, la exposición constante a representaciones estilizadas y retocadas de los demás puede hacer que los individuos se sientan inadecuados o insatisfechos con su propia apariencia. Esta

insatisfacción puede, a su vez, afectar negativamente la autoeficacia, es decir, la creencia en la capacidad de uno para realizar tareas y alcanzar metas. Reconocer estos efectos permite una mayor autoconciencia y la oportunidad de desarrollar una autoimagen más saludable y auténtica, al tiempo que se cultiva una autoeficacia basada en habilidades y logros reales, en lugar de en comparaciones con estándares inalcanzables.

METODOLOGÍA

La metodología propuesta para la investigación sobre la influencia de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y la autoestima, centrada en los aspectos sensitivos, sensoriales y tecnológicos, ofrece un enfoque integral y riguroso para abordar este fenómeno complejo. A través de la revisión de literatura, el análisis de contenido en redes sociales, estudios cuantitativos y cualitativos, así como la exploración de factores sensoriales y tecnológicos, se espera obtener una comprensión profunda de los

mecanismos subyacentes y sus consecuencias.

El análisis de contenido en redes sociales permitirá identificar los patrones visuales y los estándares estéticos prevalentes, arrojando luz sobre cómo estos factores pueden impactar la autoimagen. La combinación de encuestas y entrevistas cuantitativas y cualitativas proporcionará una visión completa de la percepción individual de la autoestima y la imagen corporal, mientras que los experimentos sensoriales añadirán una dimensión emocional y subjetiva a la investigación.

La investigación tecnológica, centrada en las herramientas de edición y los algoritmos de recomendación, complementará la comprensión general, destacando la importancia de los aspectos tecnológicos en la formación de ideales estéticos y su influencia en la autoimagen.

RESULTADOS

El resultado de la **tabla 1** se desprende la variable “dependiente 1” que enmarca a la percepción de la imagen corporal

¿Cómo crees que las redes sociales afectan la percepción de la imagen corporal en la comunidad de Manta?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Mejora la percepción positiva de uno mismo	44	31%
No tiene ningún impacto	8	6%
Puede distorsionar la imagen corporal y bajar la autoestima	84	43%
Solo afecta a los adolescentes	8	59%
TOTAL	144	139%

Se puede evidenciar que con la pregunta: ¿Cómo crees que las redes sociales afectan la percepción de la imagen corporal en la comunidad de Manta? La mayoría opto por puede distorsionar la imagen corporal y la baja autoestima.

El resultado de la **tabla 2** se desprende la variable “dependiente 2” que enmarca la experiencia en las redes sociales y las influencias tecnológicas afectan este aspecto crucial de la identidad personal ¿Qué papel crees que juega la tecnología en la autoestima de las personas jóvenes?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
No tiene ningún papel	9	6%
Ayuda a mejorar la autoestima	16	11%
Puede contribuir a la baja autoestima debido a las comparaciones constantes	114	91%
Solo afectan a la autoestima de los adolescentes	5	31%
TOTAL	144	139%

Se puede evidenciar que la pregunta ¿Qué papel crees que juega la tecnología en la autoestima de las personas jóvenes? La mayoría opto por Puede contribuir a la baja autoestima debido a las comparaciones constantes

El resultado de la **tabla 3** se desprende la variable “dependiente 3” que la influencia de las redes sociales en la autoimagen o la autoeficacia

¿De qué manera se puede utilizar un performance para explorar la influencia de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y la autoestima en los jóvenes de Manta?

Indicador	Cantida d	Porcentaje
-----------	-----------	------------

Título del tema de investigación	Cantidad	Porcentaje
Arte visual y multimedia	74	86%
Uso de tecnología	27	19%
Representación Visual	26	18%
Simulación de redes sociales	17	12%
TOTAL	144	139%

Se puede evidenciar que la pregunta ¿De qué manera se puede utilizar un performance para explorar la influencia de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y la autoestima en los jóvenes de Manta?

La mayoría opto por Artes visuales y multimedia

El resultado de la **tabla 4** se desprende la variable “independiente 1” que enmarca lo sensitivo, sensorial y tecnológico:

percepción personal y la autoevaluación

¿Cuáles son algunos efectos adversos de los estereotipos promovidos por las redes sociales?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Insatisfacción corporal y creación de comparaciones	72	52%
Aumento de la autoestima y la autoconfianza	19	17%
Trastornos alimentarios y		57%

problemas de salud mental	35	
Mejora de las relaciones sociales y la interacción interpersonal	18	13%
TOTAL	144	139%

Se puede evidenciar que la pregunta ¿Cuáles son algunos efectos adversos de los estereotipos promovidos por las redes sociales? La mayoría opto por Insatisfacción corporal y creación de comparaciones.

El resultado de la **tabla 5** se desprende la variable “independiente 2” que enmarca impacto específico de las redes sociales en la autoestima

¿Cómo reaccionas generalmente al ver publicaciones sobre estilos de vida y cuerpos "perfectos" en redes sociales?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Me inspiran a mejorar	52	36%
Me hace sentir inseguro/a	31	21%
No me afectan	38	26%
Me hacen cuestionar la autenticidad de las imágenes	23	56%
TOTAL	144	139%

Se puede evidenciar que la pregunta ¿Cómo reaccionas generalmente al ver publicaciones sobre estilos de vida y cuerpos "perfectos" en redes sociales?

La mayoría opto por Me inspira a mejorar.

El resultado de la **tabla 6** se desprende la variable “independiente 3” que enmarca el impacto tecnológico en la percepción de la imagen corporal

¿Qué tipo de contenido en redes sociales crees que tiene mayor impacto en la percepción de la imagen corporal?

Indicador	Cantidad	Porcentaje
Publicaciones de influencers y celebridades	106	73%
Publicaciones de amigos y familiares	13	9%
Contenidos publicitarios	9	45%
Contenidos educativos y de autoayuda	16	12%
TOTAL	144	139%

Se puede evidenciar que la pregunta ¿Qué tipo de contenido en redes sociales crees que tiene mayor impacto en la percepción de la

imagen corporal? La mayoría opto por Publicaciones de influencers y celebridades

DISCUSIÓN

Con respecto a los resultados de la “Tabla 1” se analiza la cita de Susan Sontag. En su libro "Regarding the Pain of Others", Sontag explora cómo las imágenes de sufrimiento y belleza afectan nuestra percepción y comprensión de la realidad.

"Las imágenes son representaciones de lo que vemos, pero también configuran nuestra manera de experimentar y entender el mundo. El impacto de las imágenes no reside solamente en su capacidad de mostrar, sino también en cómo moldean nuestra percepción y nuestra respuesta emocional. La imagen puede convertirse en una forma de conocer y sentir la realidad, trascendiendo la simple observación para convertirse en una experiencia interna y transformadora." (Sontag, 2003, p. 99)

TABLA 2

Con respecto a los resultados de la “Tabla 2” se analiza la cita de Jia Tolentino, autora y periodista conocida por sus escritos sobre cultura digital. En su libro "Trick Mirror:

Reflections on Self-Delusion", Tolentino explora cómo las redes sociales afectan la autoimagen y la autoestima

Las redes sociales no solo nos ofrecen un reflejo de nosotros mismos, sino que nos obligan a confrontar la forma en que deseamos ser vistos por los demás. La validación a través de ‘me gusta’ y comentarios se convierte en un indicador de nuestro valor personal, y en este proceso, nuestras percepciones de éxito y felicidad se ajustan a los estándares editados y a menudo irreales que se nos presentan. Esta constante búsqueda de aprobación externa puede erosionar la autoconfianza y transformar la autoestima en algo volátil y dependiente de factores externos." (Tolentino, 2019, p. 53)

TABLA 3

Con respecto a los resultados de la “Tabla 3” se analiza la cita David Hockney, conocido por sus comentarios sobre la percepción y representación. Hockney ha reflexionado sobre cómo las imágenes digitales y los medios afectan nuestra percepción del yo y la realidad. "La tecnología ha cambiado la

manera en que vemos y representamos el mundo. Las imágenes digitales permiten a las personas crear versiones idealizadas de sí mismas, y esto puede generar una discrepancia entre la autoimagen real y la imagen proyectada. Esta disonancia no solo afecta cómo nos vemos a nosotros mismos, sino también cómo evaluamos nuestras propias habilidades y logros. La clave es recordar que lo que vemos en las redes sociales a menudo no es un reflejo de la realidad, sino una versión editada que puede distorsionar nuestra percepción y afectar nuestra confianza en nuestras propias capacidades." (Hockney, 2011, p. 122)

TABLA 4

Con respecto a los resultados de la "Tabla 4" se analiza la cita Nan Goldin puede ofrecer una perspectiva valiosa sobre la interacción entre lo sensitivo, sensorial y tecnológico en la percepción de la imagen corporal y la autoestima. Goldin, conocida por sus fotografías íntimas y personales, explora temas de identidad y autoimagen, a menudo abordando cómo las imágenes afectan nuestra percepción del yo.

En su entrevista con el New York Times, Goldin reflexiona sobre el impacto de las imágenes en la percepción personal

"Las imágenes que vemos y compartimos en las redes sociales son una forma de crear una narrativa sobre nosotros mismos, pero esa narrativa a menudo está distorsionada por la necesidad de cumplir con expectativas externas. La tecnología no solo amplifica estas narrativas, sino que también distorsiona la realidad. Esto puede llevar a una autoevaluación crítica basada en estándares de belleza inalcanzables y en la comparación constante con los demás. La clave es reconocer que estas imágenes no reflejan la realidad completa, sino una versión editada que puede afectar profundamente nuestra autoestima y nuestra percepción de la imagen corporal." (Goldin, 2018)

TABLA 4

Con respecto a los resultados de la "Tabla 4" se analiza la cita Hannah Höch, una artista clave en el movimiento del dadaísmo que

reflexionó sobre la manipulación de imágenes y su impacto en la percepción.

"Las imágenes que vemos están cuidadosamente construidas para transmitir una cierta imagen de la realidad, a menudo idealizada y manipulada. Este fenómeno de manipulación visual no solo afecta cómo vemos el mundo, sino también cómo nos vemos a nosotros mismos. La constante exposición a versiones editadas de la vida de otros puede crear una percepción distorsionada de lo que es 'normal' o 'deseable', alimentando inseguridades y afectando la autoestima. Es vital cuestionar y entender estas imágenes para mantener una autoimagen realista y saludable." (Höch, 1972)

TABLA 5

Con respecto a los resultados de la "Tabla 5" se analiza la cita Barbara Kruger, conocida por su trabajo que cuestiona las representaciones de la identidad y el cuerpo en los medios de comunicación, puede ser especialmente relevante para tu reflexión sobre el impacto de la tecnología en la percepción de la imagen corporal.

Kruger, en su obra, explora cómo las imágenes mediáticas y los mensajes publicitarios afectan la autoimagen y la autoestima. En su libro "Barbara Kruger: Belief+Doubt", Kruger

"Los medios visuales tienen el poder de moldear y distorsionar nuestra percepción del cuerpo y de la belleza. Las imágenes que nos bombardean a través de la tecnología y las redes sociales no solo presentan ideales inalcanzables, sino que también refuerzan la idea de que el valor de una persona está vinculado a su apariencia. Esta distorsión puede llevar a una dismorfia corporal y a una profunda insatisfacción con uno mismo. La clave es desarrollar una conciencia crítica sobre cómo estas imágenes afectan nuestra autoimagen y aprender a cuestionar los estándares de belleza que se nos imponen." (Kruger, 2010, p. 78)

TABLA 6

Con respecto a los resultados de la "Tabla 6" se analiza la cita Jenny Holzer puede proporcionar una perspectiva relevante. Holzer es conocida por su trabajo en el que

utiliza el texto para explorar temas de identidad y percepción.

En una de sus obras más destacadas, Holzer reflexiona sobre cómo los mensajes y las imágenes impactan la percepción personal

"El flujo constante de mensajes y la exposición a imágenes idealizadas pueden distorsionar nuestra percepción de quiénes somos y qué debemos ser. La tecnología y los medios amplifican ciertos estándares de belleza y éxito, creando una visión del mundo que puede ser muy diferente de la realidad. Esta distorsión puede llevar a una dismorfia corporal y a una autoimagen negativa. Es fundamental reconocer estos efectos y buscar una comprensión más auténtica de uno mismo, alejándose de las presiones externas y enfocándose en una autoevaluación más equilibrada." (Holzer, 2007)

CONCLUSIONES

CONCLUSIÓN 1

En conclusión, los resultados obtenidos a través de la tabla indican que la distorsión de la imagen corporal es un problema

significativo en la comunidad de Manta. La alta proporción del 43% de los encuestados que consideran que las redes sociales pueden distorsionar la imagen corporal y bajar la autoestima demuestra que la exposición a estándares de belleza poco realistas es perjudicial para la autoimagen. Esto resalta la importancia de abordar y mitigar estos efectos negativos para promover una percepción corporal más saludable.

CONCLUSIÓN 2

En conclusión, los resultados obtenidos a través de la tabla indican que la tecnología tiene un impacto notable en la autoestima de los jóvenes. La alta proporción del 91% de los participantes que creen que la tecnología puede contribuir a la baja autoestima debido a las comparaciones constantes demuestra que la exposición a imágenes idealizadas y la búsqueda de validación en redes sociales afectan negativamente la autoconfianza. Este hallazgo subraya la necesidad de desarrollar estrategias para fomentar una autoestima más sólida y menos dependiente de la validación externa.

CONCLUSIÓN 3

En conclusión, los resultados obtenidos a través de la tabla indican que el arte visual y multimedia es una herramienta efectiva para explorar la influencia de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y la autoestima. La alta proporción del 86% de los encuestados que sugieren el uso de arte visual y multimedia demuestra que estas formas artísticas pueden establecer una conexión genuina con la audiencia y ayudar a sensibilizar sobre los efectos negativos de las redes sociales. Esto resalta la importancia de utilizar medios creativos para promover una percepción más positiva y realista de la autoimagen.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Machado Ortiz D.M. (2017). La percepción confiesa el valor artístico. *RCUISRAEL LA PERCEPCIÓN CONFIESA EL VALOR ARTÍSTICO*, vol. 4, no. 2, Quito mayo/ago. 2017. Disponible en:
[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2631-

27862017000200051](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2631-27862017000200051)

Blanco J.F., de la Maza M., & Peñaloza M.Á. (2015). Memoria inscrita. Arte rupestre de contacto integración y dominación en el centro-sur de Chile. **Bol. Mus. Chil. Arte Precolomb.**, vol. 20, no. 2, Santiago. Disponible en:
[https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-68942015000200006&script=sci_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-68942015000200006&script=sci_arttext)

Maurette P. (2015). El sentido olvidado: Ensayos sobre el tacto. *Hermenéutica Intercultural Revista de Filosofía*, N° 31, Pág. 211. Disponible en:
[[file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-ElSentidoOlvidadoEnsayosSobreElTacto-7005723%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-ElSentidoOlvidadoEnsayosSobreElTacto-7005723%20(2).pdf)]([file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-ElSentidoOlvidadoEnsayosSobreElTacto-7005723%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-ElSentidoOlvidadoEnsayosSobreElTacto-7005723%20(2).pdf))

Vogel E. A., Rose J. P., Roberts L. R., & Eckles K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. DOI: [10.1037/ppm0000047](<https://doi.org/10.1037/ppm0000047>)

Fardouly J., Diedrichs P. C., Vartanian L. R., & Halliwell E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45. DOI: [10.1016/j.bodyim.2014.12.002](<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>)

Pila E., Stamiris A., Castonguay A. L., & Sabiston C. M. (2014). Body-related envy: A social comparison perspective in sport and exercise. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 36(1), 93–106. DOI: [10.1123/jsep.2013-0100](<https://doi.org/10.1123/jsep.2013-0100>)

Tiggemann M., & Slater A. (2014). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 47(6), 630–643. DOI: [10.1002/eat.22386](<https://doi.org/10.1002/eat.22386>)

8. Hogue J. V., & Mills J. S. (2019). The effects of active social media engagement with peers on body image in young women. *Body Image*, 28, 1-5. DOI: [10.1016/j.bodyim.2018.11.002](<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.11.002>)

de Vries D. A., & Peter J. (2013). Women on display: The effect of portraying the self online on women's self-objectification. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1483-1489. DOI: [10.1016/j.chb.2013.01.015](<https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.01.015>)

Groesz L. M., Levine M. P., & Murnen S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body

satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 31(1), 1-16. DOI: [10.1002/eat.10005](<https://doi.org/10.1002/eat.10005>)

Tiggemann M. (2004). Media influences on body image development. *Advances in Child Development and Behavior*, 31, 41-66. DOI: [10.1016/S0065-2407(03)31002-4]([https://doi.org/10.1016/S0065-2407\(03\)31002-4](https://doi.org/10.1016/S0065-2407(03)31002-4))

12. **Perloff R. M. (2014).** Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. **Sex Roles**, 71(11-12), 363-377. DOI: [10.1007/s11199-014-0384-6](<https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>)

13. **Valkenburg P. M., Koutamanis M., & Vossen H. G. M. (2017)** The concurrent and longitudinal relationships between adolescents' use of social network sites and their social self-esteem. *Computers in*

Human Behavior, 76, 35-41. DOI: [10.1016/j.chb.2017.07.008](<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.008>)

14. **Burrow A. L., & Rainone N. (2017).** How many likes did I get?: Purpose moderates links between positive social media feedback and self-esteem. **Journal of Experimental Social Psychology**, 69, 232-236. DOI: [10.1016/j.jesp.2016.09.005](<https://doi.org/10.1016/j.jesp.2016.09.005>)

Forest A. L., & Wood J. V. (2012). When social networking is not working: Individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook. *Psychological Science*, 23(3), 295-302. DOI: [10.1177/0956797611429709](<https://doi.org/10.1177/0956797611429709>)

Fardouly J., Pinkus R. T., & Vartanian L. R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's

everyday lives. *Body Image*, 20, 31-39.

DOI:

[10.1016/j.bodyim.2016.11.002](<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.11.002>)

ORDENES COGNITIVOS

ORDEN METACOGNITIVO



Amalia Ulman es una artista conocida por su uso innovador de medios digitales y performances. Explora la identidad, la feminidad y las percepciones sociales mediante esculturas e instalaciones. Utiliza redes sociales para crear narrativas complejas, investigando la relación entre imagen y realidad, y desafía las expectativas sociales y la autoimagen a través de personajes ficticios y situaciones elaboradas.

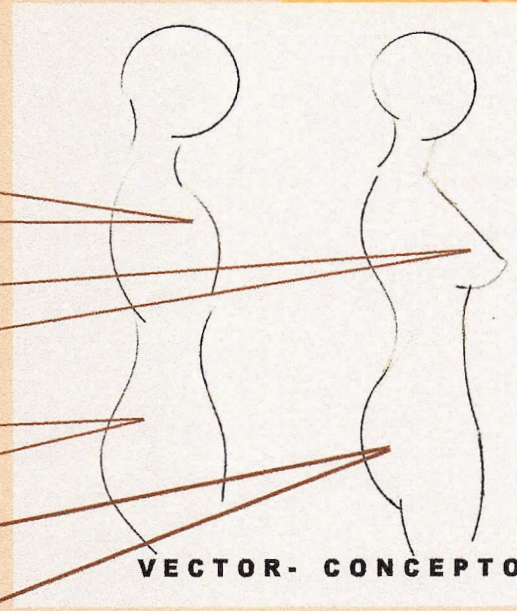
Identidad y feminidad: Explora temas de identidad, feminidad y percepción pública a través de personajes ficticios y situaciones elaboradas.



Crítica social y autenticidad: Desafía las expectativas sociales y la autoimagen, invitando a los espectadores a reflexionar sobre la autenticidad y las construcciones sociales en la era digital.

Uso de redes sociales como medio artístico: Transforma redes sociales en herramientas artísticas para cuestionar la relación entre la imagen y la realidad.

Interacción con el espectador: Sus obras invitan al público a cuestionar la autenticidad y manipulación de las emociones, creando una conexión reflexiva y crítica.

Procedimientos realizados con fines cosméticos para mejorar la apariencia

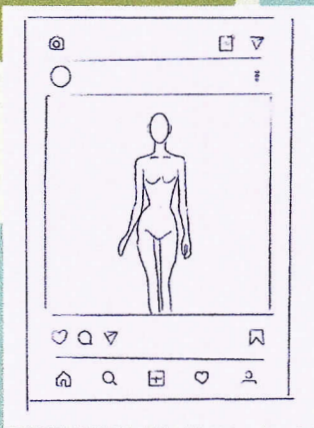


	Fecha	Nombre	Materiales:	
Dibujado	dd-mm-a		N/A	
Revisado	dd-mm-aa		Denominación	Escala
			ORDEN 1: METACOGNITIVO	1:1
 			Lo sensible, sensorial y tecnológico de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y autoestima en los ámbitos en la comunidad de Maná 2023	Hoja 1 / 9

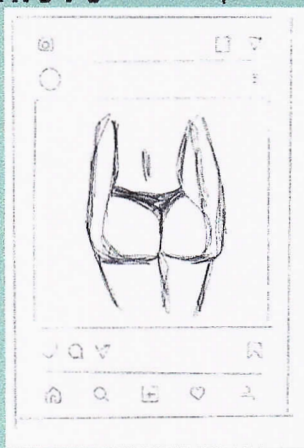
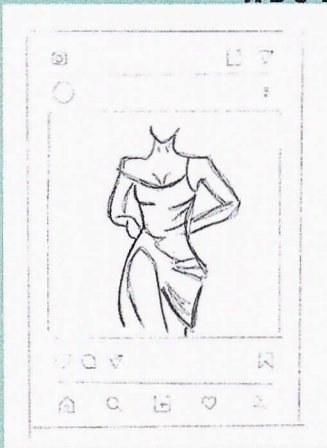
ORDENES COGNITIVOS

ORDEN GEOMETRICO

CLASICO



ABSTRACTO



Simetría y Balance:

Composición de las figuras: La disposición de las dos figuras sentadas en una posición casi simétrica crea un equilibrio visual en la obra.



Formas y Líneas:

Curvas del cuerpo humano: Las figuras humanas presentan formas orgánicas y curvas naturales que contrastan con la rigidez geométrica de los hilos.

LÍNEAS DE LOS HILOS:

Los hilos dorados crean una red de líneas rectas y curvas que se entrelazan, formando patrones geométricos complejos alrededor de las cabezas de las figuras.

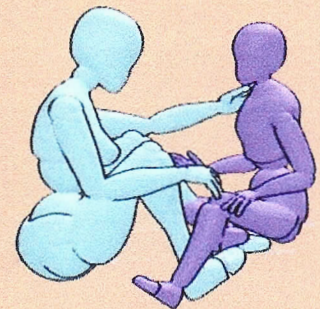


	Fecha	Nombre	Materiales:	
Dibujado			N/A	
Revisado			Denominación ORDEN 2: GEOMETRICO	Escala 1:1
 Uleam <small>UNIVERSIDAD DE LA ESPERANZA</small> <small>ELOY ALFARO DE MANABÍ</small>				
<i>Lo sensitivo, sensorial y tecnológico de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y autoestima en los ámbitos en la comunidad de Manta 2023</i>				Hoja 1 / 9

ORDENES COGNITIVOS



ORDEN DISPOSICIONAL

La obra presenta una composición centralizada, donde las dos figuras humanas son el punto focal principal. Están dispuestas de manera simétrica, sentadas una frente a la otra, lo que crea un centro visual claro en la obra.



Hay un equilibrio simétrico en la disposición de las figuras. Aunque no son perfectamente simétricas, la similitud en sus posturas y la conexión de sus cabezas mediante los hilos dorados sugieren una simetría central.

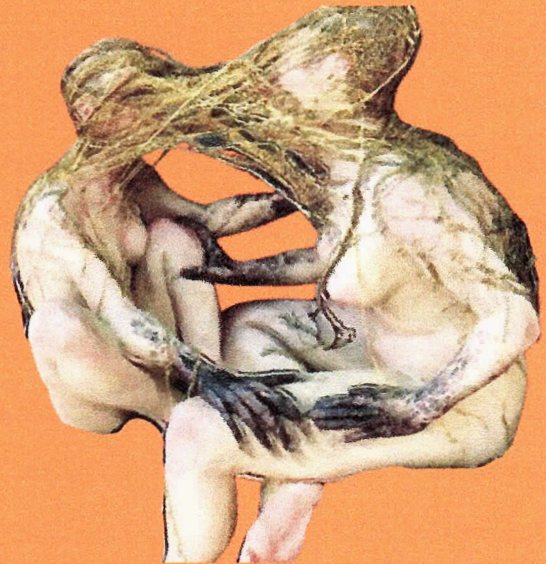




	Fecha	Nombre	Materiales:	
Dibujado			N/A	
Revisado			Denominación	Escala
			ORDEN 3: DISPOSICIONAL	1:1
 Uleam ELOY ALFARO DE MANABI			 <i>Lo sensitivo, sensorial y tecnológico de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y autoestima en los ámbitos en la comunidad de Maná 2023</i>	

ORDENES COGNITIVOS

ORDEN MORFOLOGICO

La obra destaca la conexión íntima entre dos figuras humanas mediante una disposición morfológica y sintáctica que resalta la proximidad y la superposición de elementos dorados. Este enfoque crea una narrativa visual de unión y simbiosis, invitando al espectador a reflexionar sobre la fusión de identidades y experiencias. La imagen simboliza la interconexión y la influencia mutua de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y la autoestima, reflejando la vulnerabilidad, la constante comparación y la manipulación que los usuarios experimentan, e invitando a una reflexión crítica sobre el impacto de las redes sociales en la autoimagen y la identidad.



	Fecha	Nombre	Materiales:	
Dibujado			N/A	
Revisado			Denominación	Escala
			ORDEN 4: MORFOLOGICO	1:1
	Uleam UNIVERSIDAD DE LA FUERZA ARMADA ELOY ALFARO DE MANSABE		<i>Lo sensitivo, sensorial y tecnológico de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y autoestima en los ámbitos en la comunidad de Manabí 2023</i>	Hoja 1 / 9

OBJETO EN EL ESPACIO

Figuras Humanas:

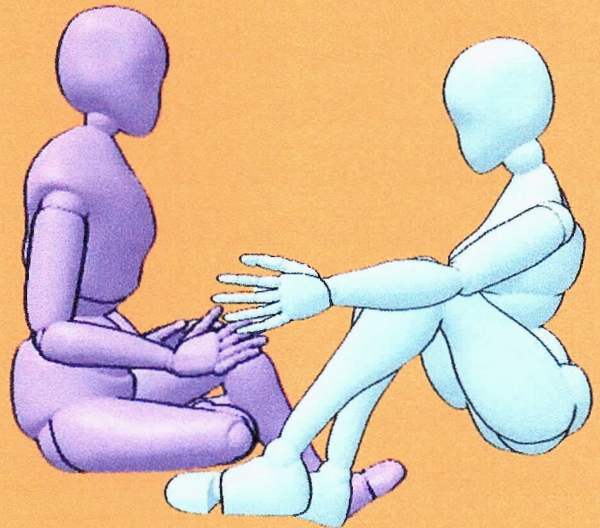
- Dos figuras desnudas: Las figuras humanas con distintos aspectos físicos están en el centro

Posición:

- Están sentadas una frente a la otra, con sus cuerpos inclinados hacia adelante, creando una sensación de proximidad e intimidad.

Interacción:

- Las manos de las figuras están en contacto, sugiriendo una conexión física y emocional.



	Fecha	Nombre	Materiales:	
Dibujado			N/A	
Revisado			Denominación	Escala
			ORDEN 4: MORFOLOGICO	1:1
	Uleam ELÓY ALFARO DE MANABI		Lo sensitivo, sensorial y tecnológico de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y autoestima en los ámbitos en la comunidad de Manta 2023	

ORDENES COGNITIVOS

ORDEN CONCRETO

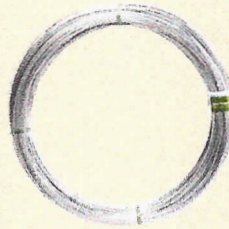
ALAMBRE


PAPEL ALUMINIO

FOMIX MOLDEABLE

PINTURA ACRILICA

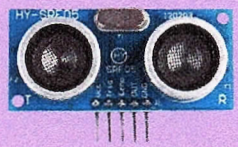
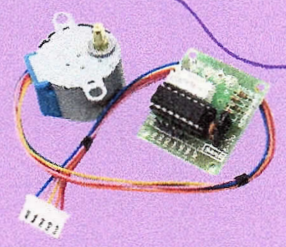
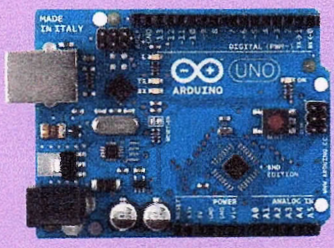
HILO DORADO





	Fecha	Nombre	Materiales:	
Dibujado			N/A	
Revisado			Denominación	Escala
			ORDEN 5: CONCRETO	1:1
 Uleam <small>UNIVERSIDAD DE LA ESCUELA NORMAL EL DORADO DE MANABÍ</small>			 Lo sensitivo, sensorial y tecnológico de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y autoestima en los ámbitos en la comunidad de Maná 2023	
			Hoja	1 / 9

ORDEN TECNOLÓGICO

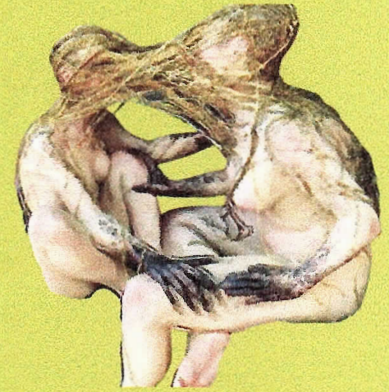
- Arduino
- Protoboard
- Cables Jumpers
- Sensor de proximidad
- Motor a paso.





	Fecha	Nombre	Materiales:	
Dibujado			N/A	
Revisado			Denominación	Escala
			ORDEN 6: TECNOLÓGICO	1:1
 Uleam <small>UNIVERSIDAD DE MANABÍ</small> <small>ELOY ALFARO DE MANABÍ</small>				
			<i>Lo sensitivo, sensorial y tecnológico de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y autoestima en los ámbitos en la comunidad de Manta 2023</i>	
			Hoja	1 / 9

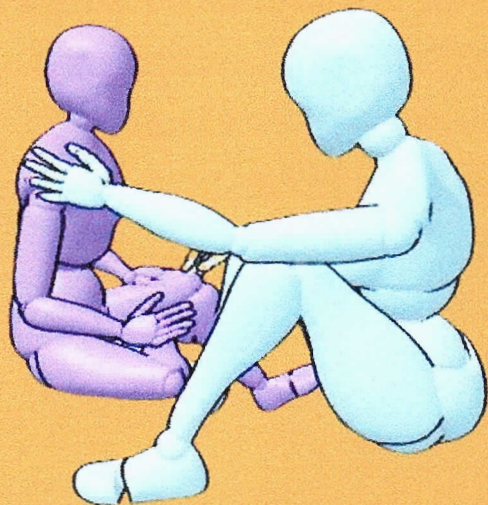
ORDEN SENSITIVO

La obra utiliza el movimiento espacial y la disposición de figuras y hilos dorados para crear una experiencia visual envolvente y una sensación de incomodidad. Las figuras parecen atrapadas en una red dorada, transmitiendo fragilidad y tensión en las relaciones humanas. Al tacto, los hilos son finos y delicados, acentuando esta fragilidad. La textura de los cuerpos, lisa pero con relieves, sugiere vulnerabilidad. La obra busca sensibilizar y generar conversación sobre la complejidad y vulnerabilidad de las conexiones interpersonales.



	Fecha	Nombre	Materiales:	
Dibujado			N/A	
Revisado			Denominación	Escala
			ORDEN 7: SENSITIVO	1:1
 Uleam <small>EL OJO ALFARO DE MANAÍ</small>				
			<i>Lo sensitivo, sensorial y tecnológico de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y autoestima en los ámbitos en la comunidad de Maná 2023</i>	
			Hoja 1 / 9	



ORDEN ENERGETICO



- Concentración en la Conexión Humana:**
 La energía se concentra en la interacción central entre las dos figuras. Este punto focal destaca la conexión íntima y compleja que existe entre los individuos, encapsulada por los hilos dorados que los unen y, a la vez, los restringen.

- Tensión y Fragilidad de los Hilos:**
 Los hilos dorados simbolizan la delicadeza y la vulnerabilidad de las relaciones humanas. La energía aquí es de tensión, ya que los hilos parecen a punto de romperse, sugiriendo la precariedad y la fragilidad de las conexiones humanas.

- Dirección y Movimiento Visual:**
 La disposición de los hilos alrededor de las figuras guía a mirada del espectador en un flujo circular, creando una dinámica de movimiento espacial. Este movimiento visual invita al observador a explorar la complejidad de las relaciones representadas.

	Fecha	Nombre	Materiales:	
Dibujado			N/A	
Revisado			Denominación	Escala
			ORDEN 8: ENERGETICO	1:1
 Uleam <small>ELIY ALFARO DE MAÑABI</small>				
<i>Lo sensitivo, sensorial y tectrológico de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y autoestims en los ámbitos en la comunidad de Maná 2023</i>				Hoja 1 / 9

	2	3	4	5	6	7	8																										
a																																	
b	<p>Despersonalización y Pérdida de Identidad:</p> <p>Los rostros de las figuras están ocultos por los hilos, lo que sugiere una pérdida de identidad individual.</p> <p>Las redes sociales a menudo llevan a las personas a adoptar una identidad fabricada o a compararse constantemente con ideales inalcanzables, lo que puede resultar en una sensación de despersonalización.</p> <p>Presión y Ansiedad:</p> <p>La tensión en los hilos puede simbolizar la presión y el estrés.</p> <p>La constante necesidad de aprobación y la presión por mantener una imagen perfecta en las redes sociales puede generar ansiedad y afectar negativamente la autoestima.</p> <p>Conexión y Desconexión:</p> <p>Aunque las figuras están físicamente juntas, los hilos que las unen también las restringen.</p> <p>Las redes sociales crean una paradoja de conexión y desconexión simultáneas, donde las personas están conectadas digitalmente pero pueden sentirse aisladas en la realidad.</p>																																
c																																	
d																																	
e																																	
f																																	
1	2	3	4	<table border="1"> <tr> <td></td> <td>Fecha</td> <td>Nombre</td> <td>Materiales:</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dibujado</td> <td></td> <td></td> <td>N/A</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Revisado</td> <td></td> <td></td> <td>Denominación</td> <td>Escala</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>ORDEN 9:</td> <td>1:1</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>VALORATIVO</td> <td></td> </tr> </table>			Fecha	Nombre	Materiales:		Dibujado			N/A		Revisado			Denominación	Escala				ORDEN 9:	1:1				VALORATIVO			<p><i>Lo sensible, sensorial y tecnológico de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y autoestima en los ámbitos en la comunidad de Maná 2023</i></p>	<p>Hoja</p> <p>1 / 9</p>
	Fecha	Nombre	Materiales:																														
Dibujado			N/A																														
Revisado			Denominación	Escala																													
			ORDEN 9:	1:1																													
			VALORATIVO																														

