

¿Mejorados y aumentados?

Los “filtros de belleza” de realidad aumentada en redes sociales y su impacto sobre los jóvenes en el Perú

Trabajo fin de máster presentado por: Ximena Collado Saavedra
Tipo de trabajo: 1
Director/a: GARCIA SANCHEZ, LAURA
Fecha: 30-05-2022



Figura 1. Collado X. (2022) Realidad Aumentada

Resumen

Los filtros de belleza de realidad aumentada son una evolución del retoque fotográfico, traído a una era digital donde los tiempos de espera han desaparecido y nos enfrentamos a la inmediatez del *selfie*, en dispositivos móviles que acompañan a jóvenes todo el día todos los días.

El uso y creación de filtros de belleza de realidad aumentada es cada vez más frecuente y por ello existe la necesidad de analizar y teorizar cómo estas nuevas tecnologías y su aplicación nos afecta como sociedad, si tienen un impacto psicológico sobre las personas y si es una práctica sostenible, algo que se debería vigilar o algo por lo que preocuparse.

El presente trabajo se propone investigar y documentar cómo han surgido estos filtros, qué impacto pueden tener sobre las personas que los utilizan con más o menos frecuencia y dependiendo de su género, qué implica para nuestra cultura visual actual, qué se puede esperar de su evolución en el futuro y cómo deberíamos enfrentarnos a ellos.

Abstract

Augmented Reality beauty filters are a direct evolution of photo-retouching, in a digital era where waiting time has disappeared and we face the immediacy of the selfie in mobile devices that young people interact with all day everyday.

The use and creation of beauty filters is growing constantly, thus the need to analyze and theorize how these new technologies and their applications affect us as a society, whether they have a psychological impact on people and if it is a sustainable practice, something that should be closely watched or something to worry about.

This study researches and documents how these filters came to be, their impact on people that use them depending on frequency and gender, what it implies for our current visual culture, what can we expect from their evolution in the future and how we should approach or frame them.

Índice

1. Introducción ----- 4

- 1.1 Justificación ----- 5
- 1.2 Planteamiento del problema ----- 6

2. Marco referencial ----- 7

2.1 Antecedentes ----- 8

- 2.1.1 Snapchat lanza “Lenses” ----- 9
- 2.1.2 Snapchat lanza filtro de belleza e incluye beautification en otros ----- 10
- 2.1.3 Instagram lanza filtros ----- 11
- 2.1.4 Instagram y Facebook lanzan Spark AR Studio. Permitiendo la creación de filtros por parte de los usuarios ----- 12
- 2.1.5 Instagram informa a sus usuarios cuando un filtro está siendo utilizado ----- 13
- 2.1.6 TikTok incluye filtros de belleza en su plataforma y los impone automáticamente ----- 14

2.2 Estudios y soluciones existentes ----- 15

- 2.2.1 “I Wish I was Wearing a Filter Right Now” ----- 15
- 2.2.2 Building self-esteem in the social media age - Dove ----- 16

- 2.2.3 La tendencia anti-filtros en TikTok ----- 17
- 2.2.4 Neural correlates of beauty retouching to enhance attractiveness of self-depictions in women ----- 18
- 2.2.5 Risk Factors Leading to Preference for Extreme Facial Retouching ----- 19
- 2.2.6 Comparing to perfection: How cultural norms for appearance affect social comparisons and self-image -- 20
- 2.2.7 Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls ----- 22
- 2.2.8 Beauty surveillance: The digital self-monitoring cultures of neoliberalism ----- 23

3. Objetivos ----- 24

- 3.1 Objetivo general ----- 25
- 3.2 Objetivos específicos ----- 25
- 3.3 Metodología ----- 26

4. Desarrollo específico de la contribución ----- 27

4.1 Definición y presentación del contexto ----- 28

- 4.1.1 Conceptos previos ----- 29

4.2 Primer estudio: Encuesta ----- 30

- 4.2.1 Metodología ----- 31
- 4.2.2 Resultados por identidad de género ----- 32
- 4.2.3 Resultados por frecuencia de uso ----- 39

4.3 Segundo estudio: Reconocimiento fotográfico ----- 45

- 4.3.1 Metodología ----- 46
- 4.3.2 Resultados ----- 47
- 4.3.3 Conclusiones ----- 48

4.4 Tercer estudio: Entrevistas a profundidad ----- 49

- 4.4.1 Metodología ----- 50
- 4.4.2 Resultados ----- 51
- 4.4.3 Conclusiones ----- 61

5. Conclusiones ----- 62

6. Limitaciones y prospectiva-65

7. Bibliografía ----- 67

1. Introducción

1.1

Justificación

A medida que las tecnologías avanzan y nuestro mundo se vuelve decididamente más digital, las personas comenzamos a pasar más tiempo frente a nuestros dispositivos móviles e interactuando con los demás a través de Internet, conociendo a nuevas personas o viendo a viejas amistades a través de pantallas. Tanto así que la compañía más grande de redes sociales (Facebook) anunció en octubre del 2021 el “Metaverso”, dándonos una idea que puede sonar hasta distópica de nuestro futuro como sociedad que vive cada vez más en este plano digital que se contrapone al físico.

Esta evolución se vio de forma más intensa en las épocas más estrictas de las medidas para prevenir la propagación de la COVID-19, de repente nuestras interacciones sociales se volvieron totalmente digitales para muchos de nosotros. Cumpliendo un aislamiento solitario o con la familia cercana.

Es en este contexto que comencé a reflexionar sobre cómo las personas crean,

curan y comparten sus “yo” digitales, y a cuestionarme sobre mi propia imagen digital versus la física.

Cuando comencé este aislamiento social en marzo del 2020, como gran parte del mundo, no tenía mayores preocupaciones sobre mis rasgos faciales o características de mi piel, más allá de siempre querer bajar de peso, al igual que el 80% de las mujeres adultas (Runfola et al., 2012). Sin embargo, una combinación de estrés, aburrimiento y sólo ver rostros de mi edad a través de pantallas (vivía solo con mis padres) me crearon una fijación con mi rostro: mi nariz nunca me había parecido más torcida, manchas y poros que nunca había visto aparecieron como por arte de magia y comencé a probar cualquier rutina de *skincare* que me recomendaran los anuncios de Google o la *influencer* de turno para desaparecer esas imperfecciones que nunca antes me habían molestado.

No fue hasta que salí de mi casa meses después que volví a ver algo de textura en los rostros de los demás, pero la realidad

en mis redes sociales era distinta, y cuando veía mi reflejo en la cámara de estas apps notaba la drástica diferencia con la versión “filtrada” de los rostros que había visto en otros usuarios. Y por supuesto, los usé yo también, aportando -probablemente- al mismo conflicto interno de todas las personas que visiten mis *stories*.

1.2 Planteamiento del problema

Las empresas de redes sociales -y creadores independientes- siguen generando este tipo de filtros, en mayor o menor medida de realismo, a veces combinando los filtros de belleza con los de efectos.

Cada día hay un nuevo trend en TikTok en el tono de “si te ves bien con este filtro entonces serás una mamá *hot*”, no puedes ponerte un sombrero de rana virtual sin también obtener una reducción de nariz, extensiones de pestañas, bichectomía y maquillaje. Mientras tanto, cada vez más usuarios pasan más tiempo en estas redes, y la edad promedio en la que acceden a ellas sigue bajando.

Estamos frente a una nueva manera de hacernos a nosotros mismos más “bellos” (más cercanos a los estándares de belleza planteados por nuestra sociedad y medios). Donde antes existió el retoque fotográfico con un “antes y después”, en el caso de los filtros de belleza en RA sólo existe un “ahora”.

El uso y creación de filtros de belleza de

realidad aumentada se hace cada vez más frecuente y por ello existe la necesidad de analizar y teorizar cómo estas nuevas tecnologías y su aplicación nos afecta como sociedad, si tienen un impacto psicológico sobre las personas y si es una práctica sostenible, algo que se debería vigilar o algo por lo que preocuparse.



Figura 2. Captura de vídeo demostrativo del filtro “Frog Bucket Hat”.
Fuente: [Lenlist](#)

2. Marco Referencial

2.1 Antecedentes

El retoque fotográfico ha existido casi tanto tiempo como la fotografía en sí misma, la primera edición fotográfica registrada es de 1846, cuando Calvert Richard Jones borró a un monje de una fotografía con tinta India. Desde ese punto en adelante, el retoque ha avanzado de la mano con las tecnologías de registro de imagen, pasando por la fotografía a color, el vídeo, las imágenes digitales y ahora, la realidad aumentada.

Por otro lado, algo que se mantiene vigente es la búsqueda de la belleza, es una motivación cultural pero también biológica. Las personas quieren parecerse a la celebridad del momento, pero nuestro subconsciente animal también se sentirá siempre atraído por lo que se vea más saludable y fértil.

Es así que la publicidad nos presenta personas atractivas para vendernos sus productos, y los *influencers* hacen lo propio para conseguir seguidores. Pero en un mundo digital donde las herramientas de retoques y filtros son accesibles a todos, no es necesario ser atractivo para verse atrac-

tivo, y las plataformas de redes sociales saben que todos queremos serlo.

Es por ello que cuando la tecnología de realidad aumentada estuvo disponible para estas empresas, no tomó mucho tiempo en que se generen filtros que hagan el trabajo de retoque por nosotros y nos acerquen más a ese ideal de belleza tan visceral y rentable, al menos en la pantalla.



Figura 3. Primera fotografía con retoque. *Capuchin Friars*, Valetta, Malta 1846 Calvert Richard Jones.
Fuente: [Museo Metropolitano de Arte en Nueva York](#)

2.1.1 Snapchat lanza “Lenses”

La primera red social en implementar filtros de realidad aumentada fue Snapchat, una aplicación popular principalmente entre adolescentes.

El acceso a filtros que utilizan la realidad aumentada en redes sociales comienza en 2015, cuando Snapchat, después de comprar la compañía Lookery por US\$ 150 millones, lanza “Lenses” (*The Brief History of Social Media AR Filters*, 2021)

La primera entrega de estos filtros fue una colección de efectos especiales aplicados a los rostros de los usuarios para expresar emociones o crear personajes: ten ojos de corazón, vuélvete un cyborg o vomita un arcoíris (*The Brief History of Social Media AR Filters*, 2021)

Estos filtros se actualizaban diariamente y contribuyó mucho a la popularización de esta aplicación. Las personas se conectaban todos los días para ver cuál era el filtro nuevo y compartirlo con sus amigos antes que nadie.



Figura 4. Capturas de los primeros filtros de Snapchat. Heath, Alex. 2015 [Captura de pantalla]

2.1.2 Snapchat lanza filtro de belleza e incluye *beautification* en otros

A medida que nuevos efectos aparecen (Snapchat lanzaba un nuevo filtro por día), la mayoría tiene un efecto “embellecedor”. Incluso uno referido como “pretty” omite por completo los “efectos especiales” y simplemente altera la apariencia del usuario agrandando los ojos, achicando la nariz, adelgazando el rostro y eliminando imperfecciones de la piel.

Los usuarios de la plataforma no pueden probarse una corona de flores u orejas de gato virtuales sin ver cómo sus rostros se modifican y “embellecen”. Aquí comenzamos a ver que los filtros de efectos y los de belleza no están separados sino que la mayoría del tiempo vienen de la mano.

Varios de estos efectos también aclaran el tono de piel de los usuarios como parte de este “embellecimiento”. (Barker, 2017) Levantando suspicacias sobre si los filtros tienen esa intención o son “accidentalmente” racistas, implicando que ser más bello implica lucir un tono de piel más claro.



Figura 5. Captura del filtro de corona de flores. Snapchat, 2016 [Captura de pantalla]

2.1.3 Instagram lanza filtros

Para mayo del 2017 Instagram lanza sus propios filtros de realidad aumentada, dándole acceso a más usuarios a esta herramienta y abriéndola a un público más maduro. (Constine, 2017).

En este punto, Snapchat contaba con 122 millones de usuarios activos (buena parte de ellos ganados gracias a la función de filtros) mientras Instagram contaba con 500 millones.

Muchos usuarios entraban a Snapchat sólo para utilizar los filtros y luego compartían los vídeos o fotos en sus cuentas de Instagram. Que Instagram implemente filtros de realidad aumentada significó para muchos no tener que entrar a Snapchat nunca más.



Figura 6. Capturas de los primeros filtros de Instagram.
Fuente: [TechCrunch, 2017](#) [Captura de pantalla]

2.1.4 Instagram y Facebook lanzan Spark AR Studio. Permitiendo la creación de filtros por parte de los usuarios

En agosto de 2019 Facebook permite que cualquier usuario construya y publique filtros para Instagram y Facebook a través de su herramienta Spark AR Studio. Representando una gran oportunidad para empresas y marcas de crear engagement con sus seguidores y para que artistas y diseñadores puedan mostrar sus creaciones en un nuevo medio. (Jaloza, 2019)

Así surge una cantidad casi infinita de filtros que abarcan filtros fotográficos, retoques, maquillaje, efectos visuales, personajes en 3D, juegos interactivos, memes, etc.

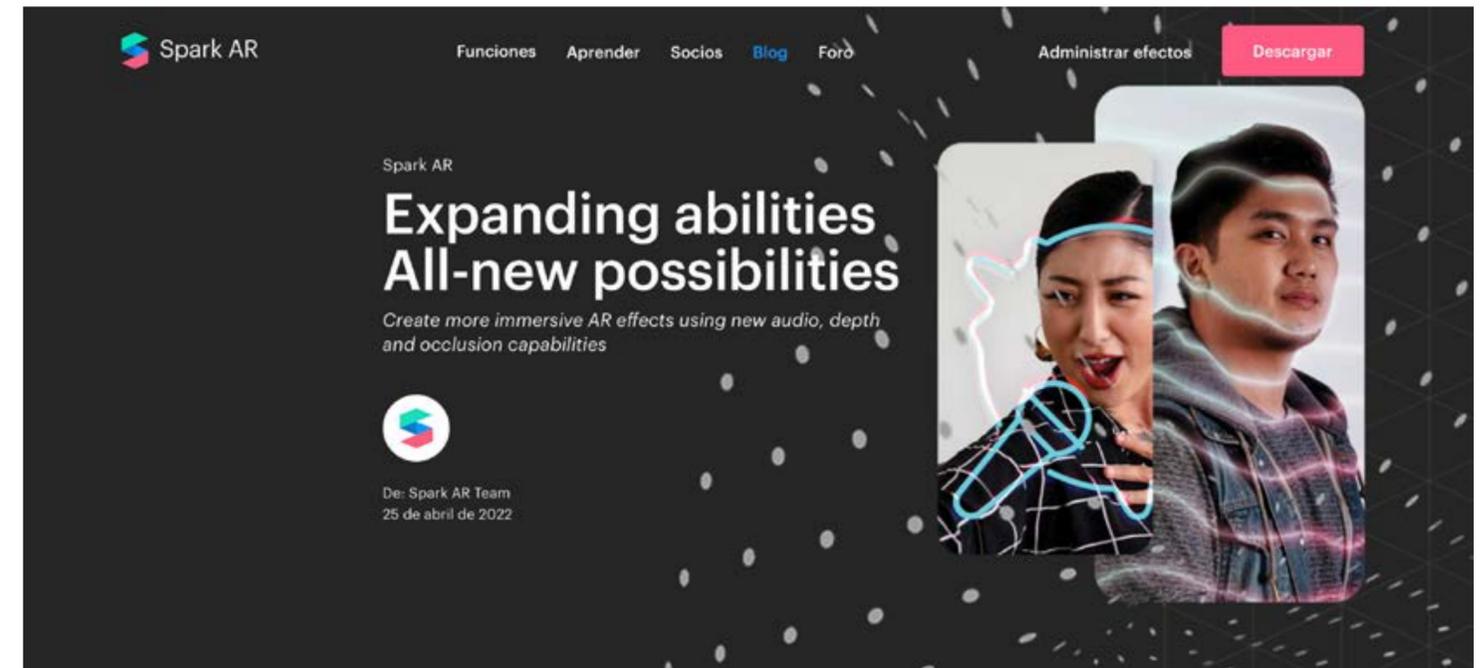


Figura 7. Capturas pantalla de la web de Spark AR.
Fuente: [Facebook, 2022](#)

2.1.5 Instagram informa a sus usuarios cuando un filtro está siendo utilizado

En una pequeña actualización en enero del 2021 Instagram hace visible mediante una etiqueta de texto cuando un usuario ha utilizado algún efecto de la plataforma para su historia o post. Esto podría representar un paso hacia el “sinceramiento”, sin embargo, la plataforma no puede identificar cuando una foto o vídeo han sido editados o creados fuera de la app utilizando filtros o haciendo alteraciones. (Ahmed, 2021)

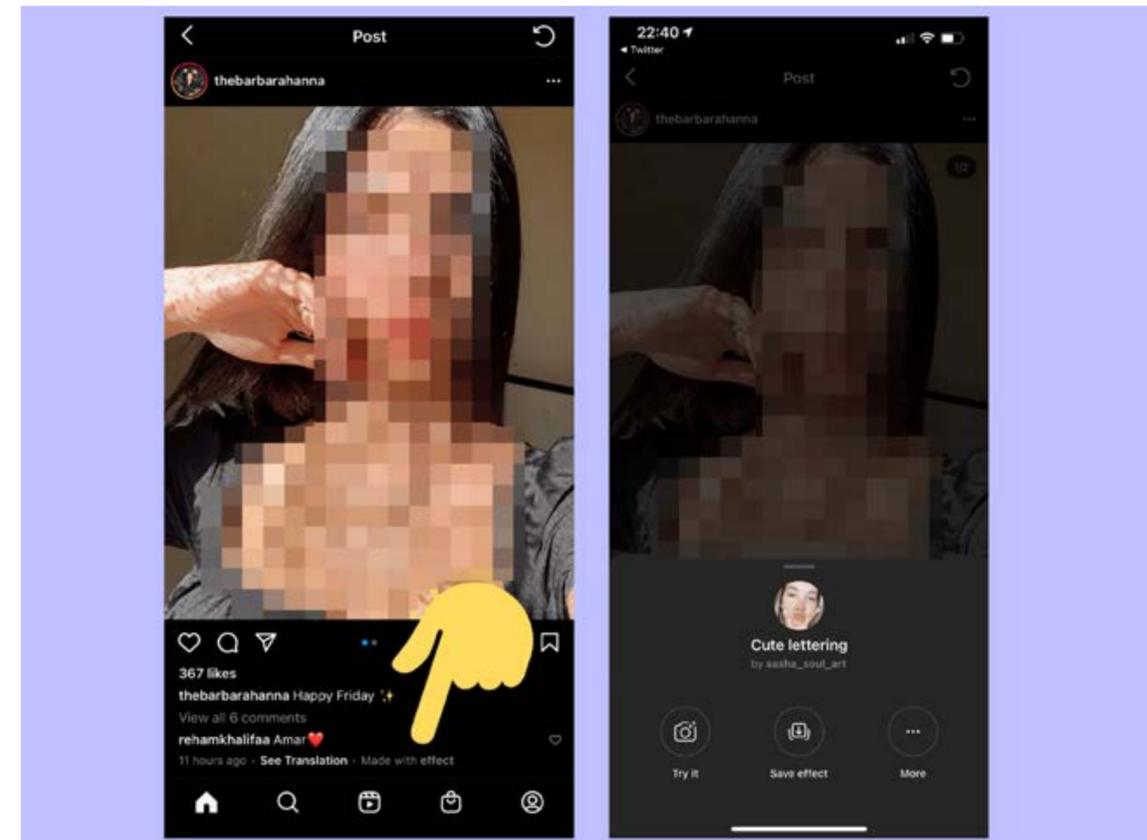


Figura 8. Capturas de la nueva funcionalidad en Instagram que deja ver a los usuarios cuando una foto ha sido creada usando uno de sus filtros.

Fuente: [Digital Information World, 2021](#)

2.1.6 TikTok incluye filtros de belleza en su plataforma y los impone automáticamente

Durante el primer impacto de la COVID-19 en 2020, TikTok recibió 315 millones nuevas descargas alrededor del mundo, convirtiéndola en la red social más popular para el 2021. (The Business Standard, 2021)

La plataforma basada en micro-videos y con un público mayoritariamente adolescente contiene también, por supuesto, filtros de realidad aumentada con efectos de “belleza”. No sólo eso sino que también incluye una sección donde puedes editar rasgos específicos: tono de piel, blanqueamiento de dientes, anchura de nariz, grosor de labios, etc. y utilizarlo en combinación o no con otros filtros, para crear vídeos o incluso transmitir en vivo.

Adicionalmente, se han documentado casos es los que la plataforma ha impuesto modificaciones faciales digitales a sus usuarios sin advertencia y sin forma de desactivarlo. (Ohlheiser, 2021)



Figura 9. Capturas de video donde una usuaria demuestra las alteraciones faciales que impone TikTok sin aviso u opción de desactivar.

Fuente: [TikTok @toridawn817](https://www.tiktok.com/@toridawn817)

2.2 Estudios y soluciones existentes

2.2.1 “I Wish I was Wearing a Filter Right Now”

En un estudio de Claire Kathryn Pescott (2020), se entrevistaron a niños y niñas de 10 y 11 años para explorar la formación de identidad y el uso de redes sociales. En una actividad relacionada a filtros de snapchat se encontró una diferencia marcada en cuanto al género.

La mayoría de niños explicaron que utilizan filtros para entretenimiento y humor (orejas de animales, exageración de gestos). En contraste, la mayoría de niñas mencionaron utilizarlos para mejorar su apariencia y ocultar “defectos”, no sólo para sí mismas sino para obtener el interés de los demás. Una niña mencionó que “desearía estar utilizando un filtro en este momento”.



Figura 10. Pescott, Claire. 2020

2.2.2 Building self-esteem in the social media age - Dove

En el marco de la campaña “Reverse Selfie” de Dove (2021), se encontró que para la edad de 13 años, el 80% de las niñas en Estados Unidos retocan su apariencia en línea. En respuesta ponen a disposición de padres y profesores recursos para construir una autoestima saludable en niñas y adolescentes.



Figura 11. Fotomontaje de una niña sin filtro vs. con filtro, parte de la campaña de Dove en 2020.

Fuente: [Dove](#)

2.2.3 La tendencia anti- filtros en TikTok

A inicios de abril de este año se popularizó una tendencia en TikTok donde usuarios de la plataforma celebran sus rostros sin filtros, mostrando el antes y después de quitárselo.

El formato de vídeo ha sido recreado por aproximadamente 300 mil usuarios dentro de la plataforma y muchos comentarios resaltan lo “positivo” y “saludable” de la tendencia.

Estos vídeos pueden encontrarse dentro de la canción “Tear In My Heart” de *Twenty One Pilots* en TikTok.

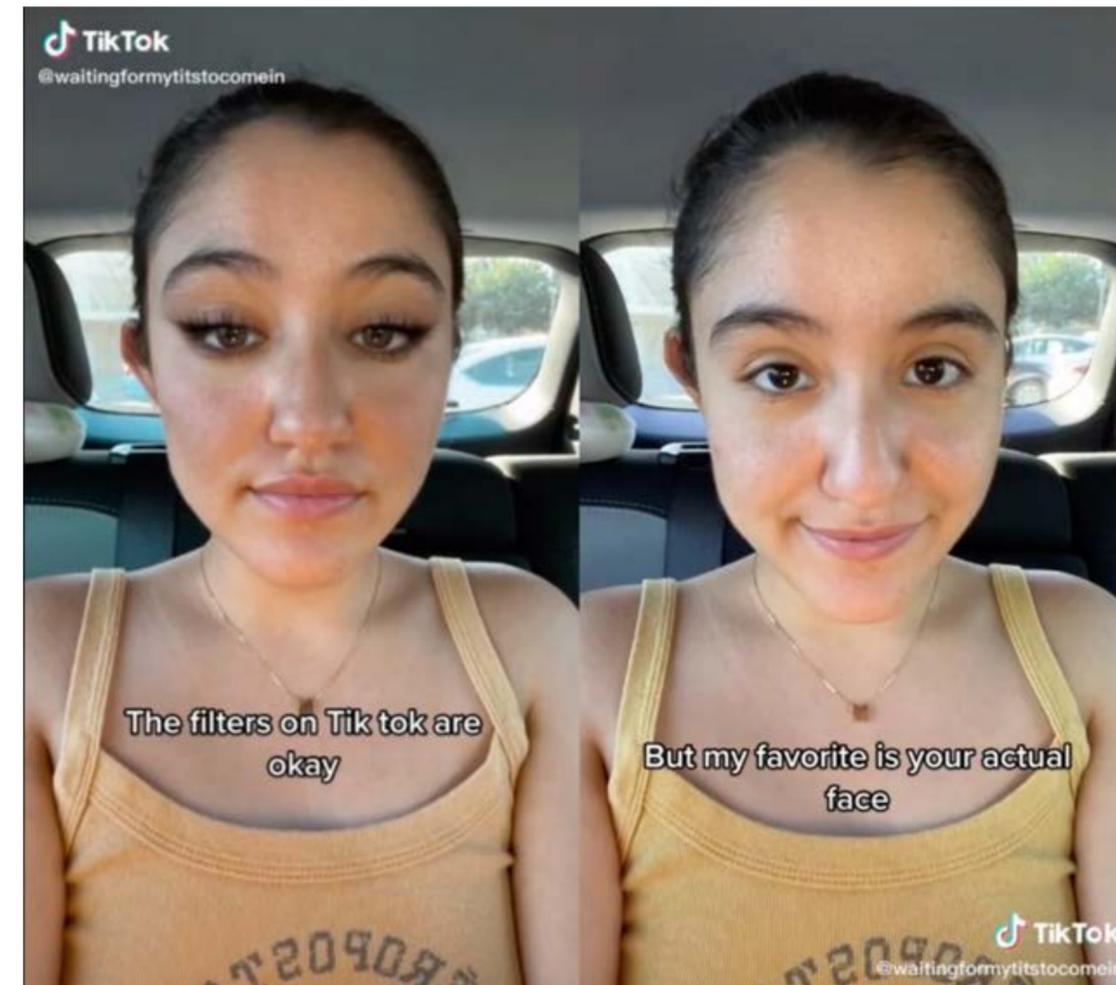


Figura 12. Capturas de pantalla de una usuaria de TikTok sumándose a la tendencia mencionada.
Fuente: TikTok @WAITINGFORMYTITSTOCOMEIN

2.2.4 Neural correlates of beauty retouching to enhance attractiveness of self-depic- tions in women

Este estudio utilizó imágenes de resonancia magnética en mujeres mientras eran confrontadas con fotografías de sus propios rostros o rostros desconocidos, las cuales habían sido retocadas en tres niveles: ningún retoque, retoque medio y retoque extremo.

Basado en la actividad cerebral registrada, se concluyó que el cerebro considera las fotografías ajenas con un nivel medio de retoque como las más atractivas, y rechaza con más fuerza las fotografías retocadas de forma extrema pues parece no reconocerlas como humanas.

También se encontró que, aunque las personas calificaban las fotografías ajenas como más atractivas que las propias, el cerebro mostraba mayor estimulación positiva al ver una fotografía propia medianamente retocada. Es decir, vernos a nosotros mismos con un filtro de belleza aplicado nos genera placer.

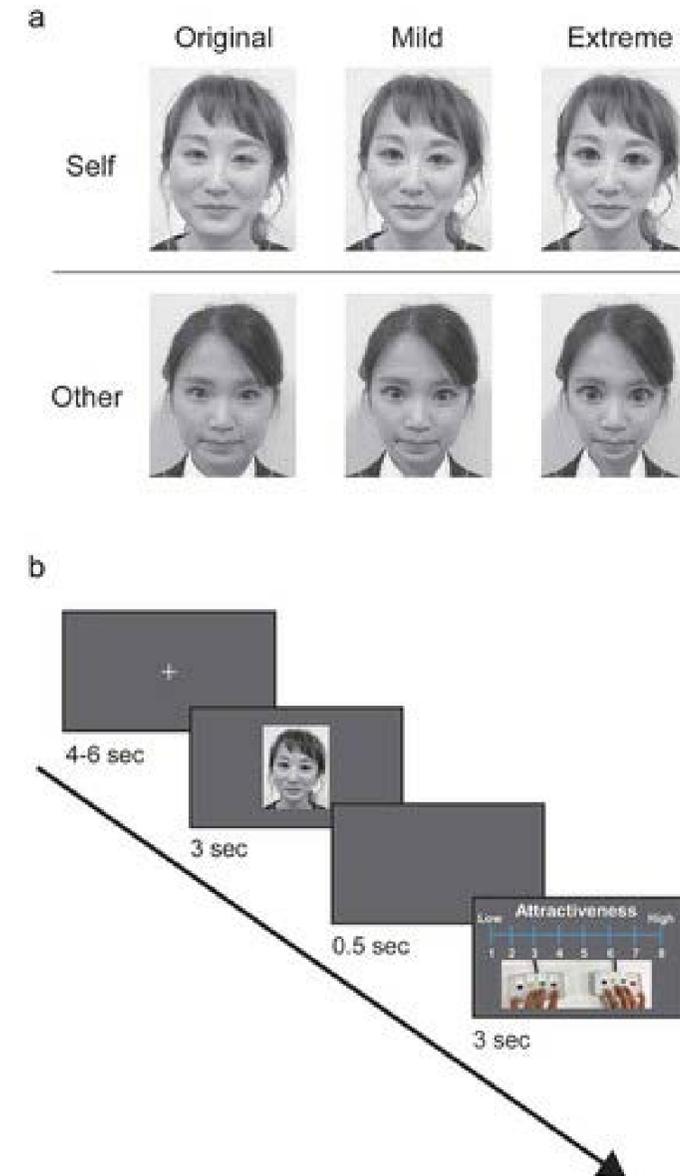


Figura 13. Gráfico que demuestra la metodología del estudio. Ota, C. O., & Nakano, T. M. (2020, 17 junio). Experimental stimuli and procedures [Gráfico].

Fuente: [Neural correlates of beauty retouching to enhance attractiveness of self-depictions in women.](#)

2.2.5 Risk Factors Leading to Preference for Extreme Facial Retouching

En este estudio, 30 mujeres evaluaron su fotografía en 8 niveles de edición: desde ningún retoque hasta retoque extremo (incremento en tamaño de los ojos y reducción de mentón). El rostro medianamente editado fue calificado como el más atractivo, mientras el extremadamente editado fue percibido como el peor y menos atractivo incluso comparado con el original. También se encontró que el nivel de edición preferido era mayor para el propio rostro que para los rostros ajenos.

Adicionalmente, se encontró que las participantes con cociente de espectro autista más alto tienden a considerar los rostros extremadamente editados como más atractivos.

El estudio sugiere que un nivel mayor de atracción nos puede motivar a utilizar filtros de belleza a nivel medio, pero rasgos autistas pueden suponer un factor de riesgo que induzca a la dependencia al retoque extremo.

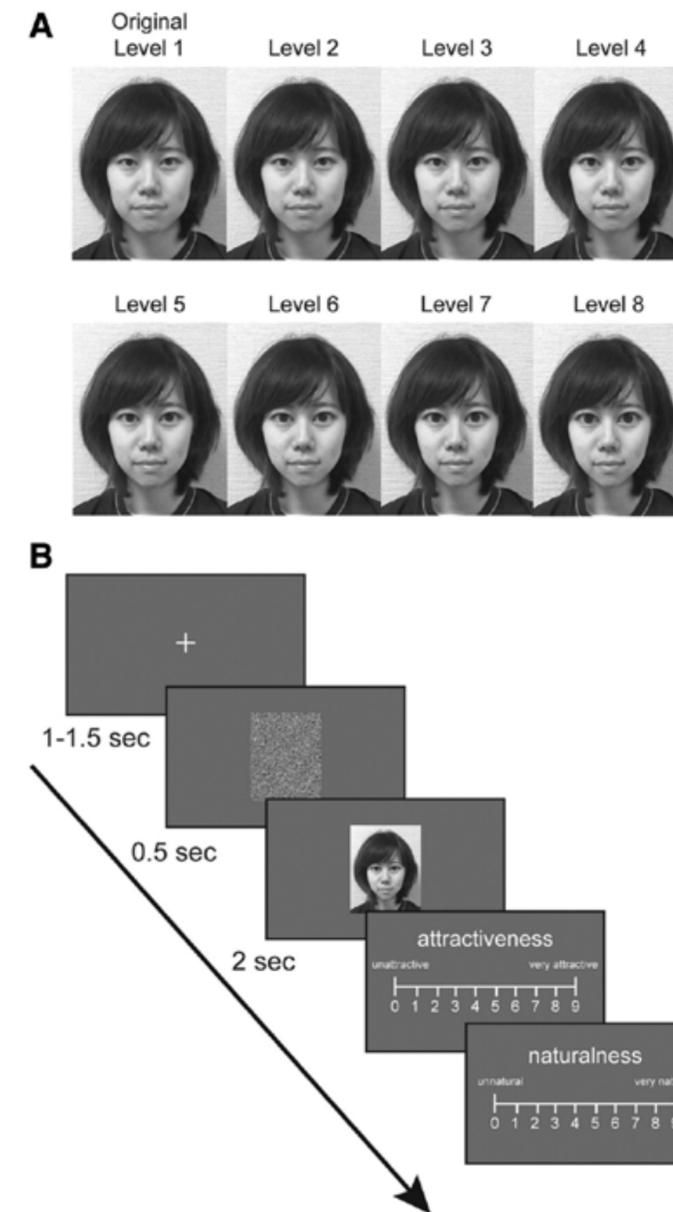


Figura 14. Gráfico que demuestra la metodología del estudio. Nakano, T. N., & Uesugi, Y. U. (2020, 21 junio). Fuente: [Risk Factors Leading to Preference for Extreme Facial Retouching](#)

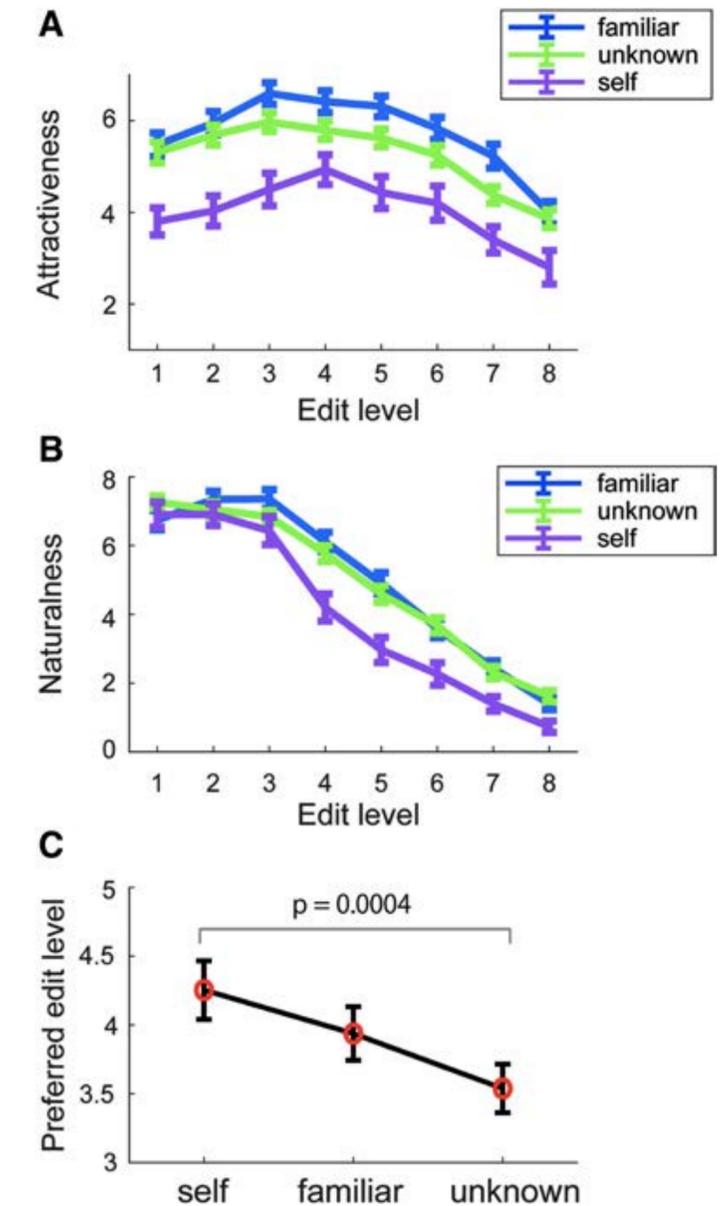


Figura 15. Gráfico que demuestra los resultados del estudio. Nakano, T. N., & Uesugi, Y. U. (2020, 21 junio). Fuente: [Risk Factors Leading to Preference for Extreme Facial Retouching](#)

2.2.6 Comparing to perfection: How cultural norms for appearance affect social comparisons and self-image

Hombres y mujeres tienden a sobre-estimar sus atributos. Por ejemplo, la mayoría de personas se auto describen como conductores por encima del promedio (Svenson, 1981). Sin embargo, cuando se trata de imagen corporal y peso, podemos ver que las mujeres tienden a subestimarse, describiéndose como inferiores a sus pares.

Este estudio prone que la raíz de esa insatisfacción son los medios de comunicación que perpetúan una ideal de belleza inalcanzable para la mayoría de las mujeres.

Para el primer estudio, le pidieron a hombres y mujeres que se describan físicamente (y sus habilidades sociales como control). La expectativa es que tanto hombres como mujeres se sobre-califiquen en temas no físicos, pero que las mujeres se sub-califiquen en términos de su apariencia, que se comparen con personas "superiores" (más "bonitas") y que hagan comparaciones no relevantes espontáneamente (una estudiante de clase media comparándose con una supermodelo)

Tanto hombres como mujeres hicieron muchos más comentarios positivos que negativos sobre sus habilidades sociales. Pero las mujeres hicieron muchos más comentarios negativos sobre su apariencia que los hombres, y casi tantos como positivos. En este sentido, no es que las mujeres no puedan encontrar características positivas sobre sus propios cuerpos, sino que son mucho más conscientes y vigilantes de sus defectos percibidos.

Respecto a las comparaciones, las mujeres se comparaban a sí mismas casi exclusivamente a sujetos amenazantes e irrelevantes: celebridades muy guapas y delgadas. Mientras los hombres se comparaban a un grupo más heterogéneo, tanto celebridades consideradas muy atractivas como otras menos amenazantes.

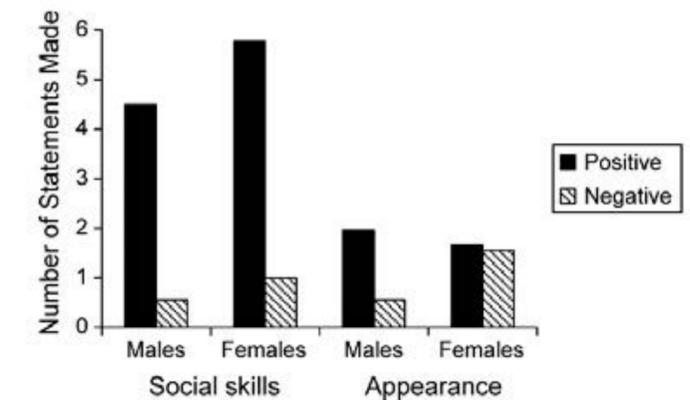


Figura 16. Gráfico que demuestra los resultados del estudio. Strahan, E. J., Wilson, A. E., Cressman, K. E., & Buote, V. M. (2006). Fuente: [Comparing to perfection: How cultural norms for appearance affect social comparisons and self-image.](#)

2.2.6 Comparing to perfection: How cultural norms for appearance affect social comparisons and self-image

Los hombres que se compararon más a sujetos inferiores hicieron más comentarios positivos sobre sí mismos. Las mujeres que se compararon en mayor medida a sujetos superiores hicieron más comentarios negativos sobre sí mismas.

En un segundo estudio, se encontró que cuando las personas se enfrentaban a publicidad directamente relacionadas a la apariencia (por ejemplo, una bebida para bajar de peso, ejercicios para ganar músculos) eran más propensos a compararse a sujetos irrelevantes (modelos profesionales) y a sentirse peor sobre sí mismos. Aquí no se encontró una diferencia relevante entre hombres y mujeres. Entonces, cuando este tipo de publicidad es presentada a ambos géneros en igual medida, las diferencias sociales desaparecen. Sin embargo, sabemos que los medios exponen a las mujeres a este tipo de mensajes con mayor constancia que a los hombres.

Table 1
Correlations between social comparisons and self-appraisal

	Female		Male	
	Upward comparison	Downward comparison	Upward comparison	Downward comparison
Social skills				
Positive self-statements	-0.10	0.08	-0.21	-
Negative self-statements	0.22*	-0.08	0.51**	-
Body				
Positive self-statements	-0.07	-	-	0.38*
Negative self-statements	0.43**	-	-	-0.25

Empty cells refer to cases where the mean number of responses was 0.00 for one of the variables.

* $p < 0.05$.

** $p < 0.01$.

Figura 17. Tabla que demuestra los resultados del estudio. Strahan, E. J., Wilson, A. E., Cressman, K. E., & Buote, V. M. (2006). Fuente: [Comparing to perfection: How cultural norms for appearance affect social comparisons and self-image.](#)

2.2.7 Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls

Este estudio realizado por profesores de La Trobe University en Australia analizó a 101 adolescentes mujeres para detectar posibles consecuencias negativas del uso constante de redes sociales relacionadas a la autoestima y desórdenes alimenticios.

El estudio reveló que las niñas que compartían fotos de sí mismas regularmente reportaron más sobre-autoevaluación, insatisfacción sobre sus cuerpos y preocupaciones alimenticias versus las niñas que no compartían “selfies”. Este hábito de compartir imágenes propias en redes sociales constituye un factor que pone en riesgo a las adolescentes de desarrollar desórdenes alimenticios.

2.2.8 Beauty surveillance: The digital self- monitoring cultures of neoliberalism

Este artículo plantea una forma de evaluar el rol de las aplicaciones de filtros en nuestra sociedad actual. Colocándolas como componente importante que ha llevado a las mujeres a niveles sin precedentes de auto-evaluación y monitoreo.

Más allá de simplemente reforzar estándares de belleza, estas apps señalan de forma explícita y detallada los defectos de los rostros que escanean, haciéndolo un proceso mucho más personalizado y cercano que “ver a una modelo en un póster de cerveza”.

El artículo también señala la co-relación entre la popularización de las apps de belleza y el aumento en la demanda de ciertas intervenciones cosméticas. Gracias a la tecnología podemos probarnos tanto un par de zapatos como un nuevo color de cabello, una rinoplastia o un aumento de labios.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Investigar cuáles son las implicancias de que los filtros para “embellecer” estén tan presentes en nuestra cultura visual actual y descubrir cómo se han convertido en un aspecto hegemónico en los medios de Internet en los últimos años.

3.2 Objetivos específicos

- Investigar los antecedentes de los filtros de belleza para entender su conformación actual
- Descubrir en qué medida este tipo de filtros afecta la forma en la que los jóvenes ven a los demás y a sí mismos
- Descubrir si existe una relación entre la frecuencia de uso y la intensidad del impacto dependiendo del género de las personas
- Conocer las motivaciones de quienes usan filtros de belleza

3.3 Metodología

Para el desarrollo de este trabajo, adicionalmente a la investigación bibliográfica expuesta en el marco referencial, se realizó una serie de estudios cuantitativos y cualitativos con jóvenes y adolescentes entre 15 y 29 años que utilicen redes sociales y teléfonos móviles con regularidad. Estos estudios fueron:

Encuestas

Objetivo: Descubrir el impacto que tienen los filtros de redes sociales en la autoestima y socialización de los encuestados

Se creó una encuesta con cuyos resultados se pueda trazar paralelos o relaciones entre distintas variables como género, frecuencia de uso de redes, edad, etc.

Estudio de Reconocimiento

Objetivo: Descubrir qué tan fácil es para los usuarios identificar cuando otra persona está utilizando filtros

Experimento propuesto: Mostrarle a las personas una serie de fotografías con modificaciones usuales de los filtros de belleza. Pedirles que identifiquen cuáles usan filtros y cuáles no.

Entrevistas a Profundidad

Objetivo: Entender las motivaciones profundas de las personas al utilizar o no filtros de belleza, comprender sus hábitos en redes sociales, por qué se comportan de determinada manera y descubrir si existe un impacto sobre su autoestima.

Comparar y contrastar las motivaciones profundas de los entrevistados.

4. Desarrollo Específico de la Contribución

4.1 Definición y presentación del contexto

4.1.1

Conceptos previos

Selfie

Por selfie se entiende cualquier fotografía o vídeo tomado por un individuo donde el sujeto de la imagen es sí mismo. Ya sea un primer plano, un plano general o una foto grupal, capturado con la cámara frontal del celular o la posterior usando un temporizador.

Filtros de belleza

Se refiere a modificaciones sobre el rostro del usuario a través de realidad aumentada que los hacen verse más “bellos” (en este trabajo, según estándares de belleza occidentales actuales). Modificaciones comunes de estos filtros son: afinamiento de nariz, aumento de grosor de labios, aumento de pestañas, adelgazamiento del rostro, maquillaje, etc.

Filtros fotográficos

Cuando se habla de filtros fotográficos en el contexto de este trabajo se hace referencia al conjunto de modificaciones que afec-

tan a la imagen en su totalidad, no sólo al sujeto de la fotografía, en aspectos como: exposición, contraste, saturación, balance de color, grano, etc.

Filtros de efectos

Hace referencia a los filtros de realidad aumentada que tienen un efecto artístico o visual que no tiene nada que ver con mejorar la apariencia del usuario. Algunos ejemplos son: filtros con orejas de animales, mundos digitales envolventes, reorganizar las partes de la cara para poner tu boca donde deberían ir tus ojos, etc.

Filtros de perfeccionamiento de la piel o “disimuladores”

Hace referencia a cualquier filtro de realidad aumentada que modifica la piel del usuario para darle una apariencia lisa, eliminando “imperfecciones” como granos, manchas, poros u ojeras.

4.2 Primer estudio: Encuesta

4.2.1 Metodología

El objetivo de la encuesta fue obtener información cuantitativa para descubrir el impacto que tienen los filtros en las personas e identificar si existen patrones según género o frecuencia de uso.

La encuesta fue lanzada online y alojada en la plataforma Typeform. La base de datos y resultados generales pueden encontrarse en los anexos del trabajo. La encuesta estuvo dirigida a personas que usan redes sociales con regularidad y tienen entre 14 y 29 años. Fueron 101 encuestados en las proporciones de género y edad a continuación.

Nota: en la encuesta se preguntó “¿Con qué género te identificas?”. Para fines del estudio no se está utilizando la data de quienes decidieron identificarse como persona no binaria o no decir su género al tratarse de una muestra muy pequeña

Total encuestados: 101

Género



83 mujeres



13 hombres



3 personas no binarias
2 personas prefirieron no decir

Edad



44 personas
Entre 26 y 29 años



32 personas
Entre 22 y 25 años



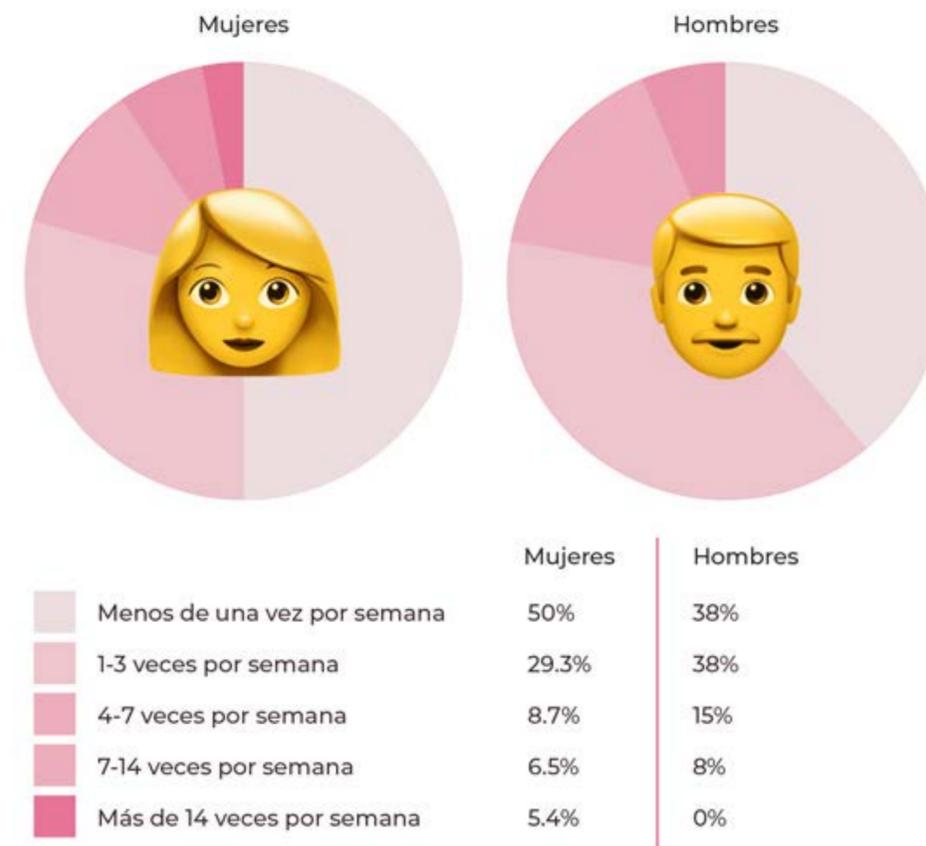
19 personas
Entre 18 y 21 años



6 personas
Entre 14 y 17 años

4.2.2 Resultados por identidad de género

¿Qué tan seguido te tomas selfies?

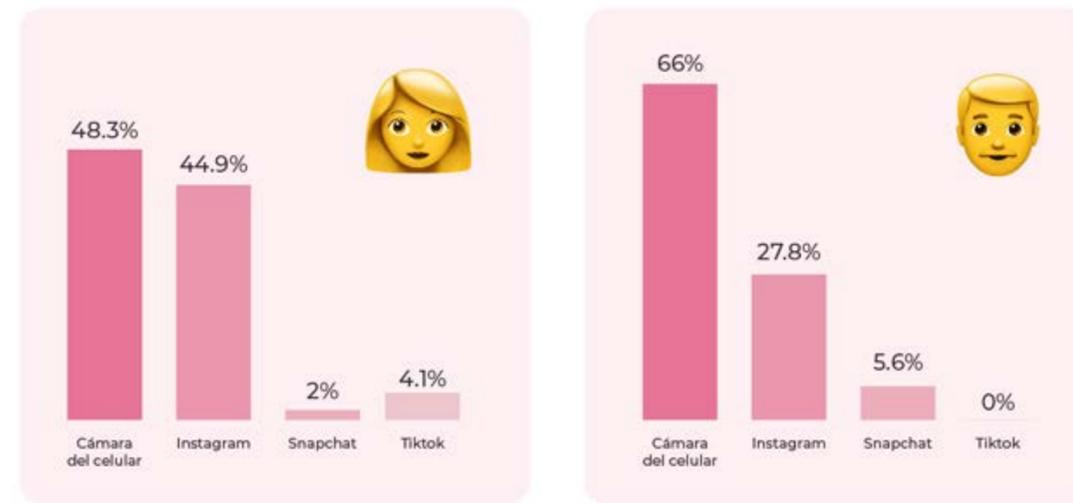


Más mujeres que hombres reportaron tomarse selfies rara vez. Sin embargo, ningún hombre reportó tomarse selfies más de 14 veces por semana.

En ese sentido, aunque no exista mayor diferencia entre usuarios casuales y moderados de selfies ya sean hombres o mujeres, podemos ver que sí existe una pequeña porción de las mujeres a las cuales podría considerarse como heavy-users.

4.2.2 Resultados por identidad de género

¿Qué apps usas para tomarte selfies?

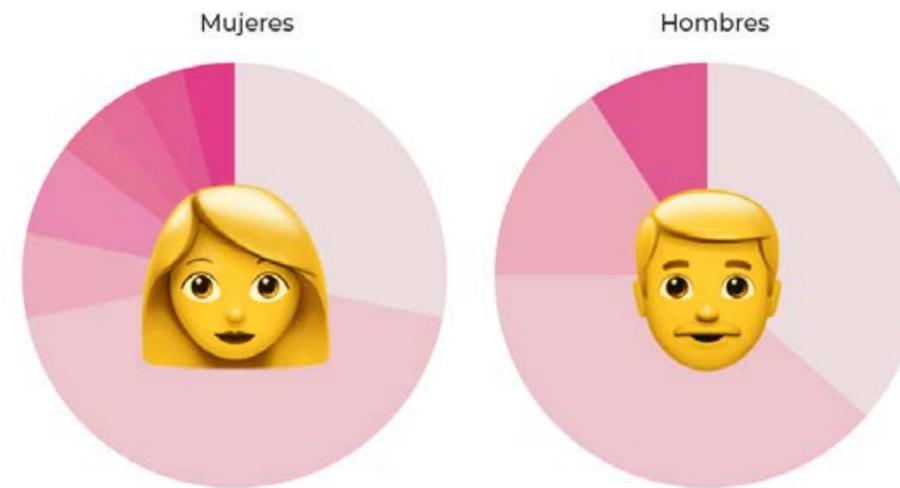


Podemos ver una diferencia importante en el uso de la cámara de celular versus instagram según el género de las personas. Mientras las mujeres usan casi 50 y 50 ambas opciones, los hombres usan casi el doble de veces la cámara del celular que la de instagram.

A pesar de que la cámara del celular es más accesible y confiable de usar, las mujeres eligen usar la de instagram la mitad del tiempo. Esto puede deberse a dos razones: el deseo por compartir el selfie instantáneamente o el deseo de acceder a los filtros integrados dentro de la aplicación para capturar el selfie.

4.2.2 Resultados por identidad de género

¿Qué tipo de ediciones haces en tus selfies?



	Mujeres	Hombres
Ninguna	28.2%	37.5%
Fotográfica*	44.4%	37.5%
Corregir defectos en la piel	7.7%	12.5%
Filtro "belleza" **	8.5%	0%
Maquillaje	2.6%	0%
Blanqueamiento en dientes	3.4%	0%
Tono de piel	2.6%	6.3%
Cuerpo	2.6%	0%

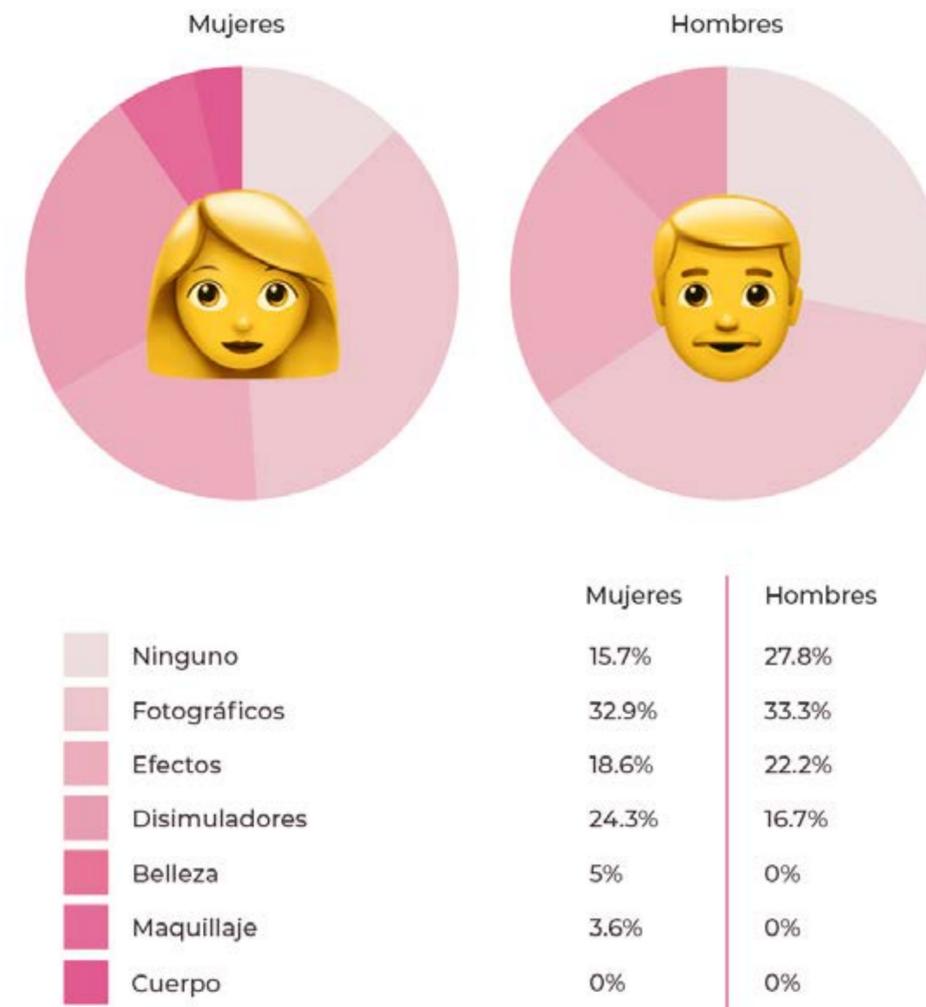
Menos mujeres que hombres reportan no hacer ningún tipo de modificación.

La mayoría de mujeres admite hacer ediciones que afectan a toda la fotografía, no con intención de modificar sus rostros.

Ediciones más específicas como maquillaje o cuerpo sólo son usadas por mujeres, al igual que el filtro belleza. Las mujeres parecen tener una variedad más amplia de herramientas para editar sus selfies, esto puede denotar mayor preocupación por su imagen digital.

4.2.2 Resultados por identidad de género

¿Qué tipo de filtros usas?



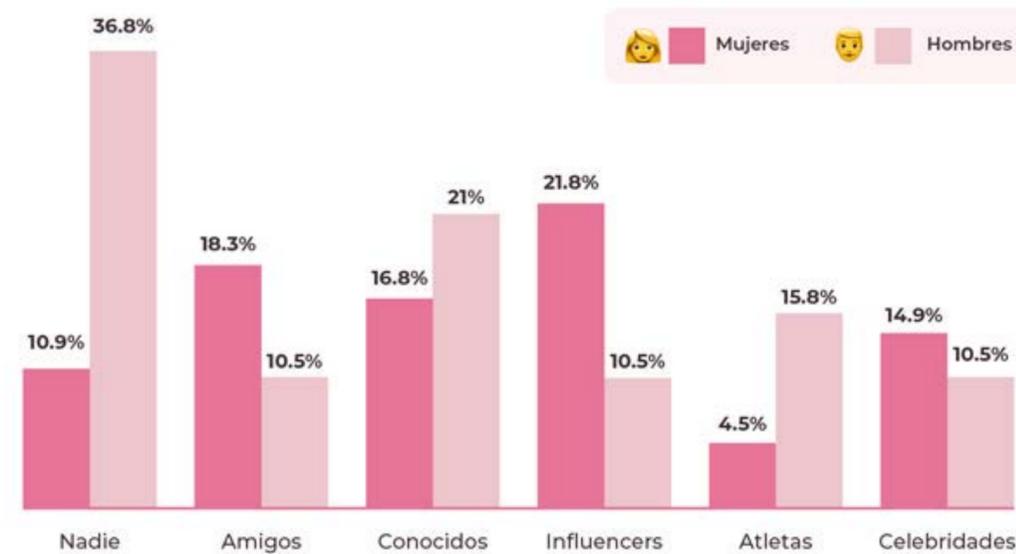
El comportamiento es bastante similar entre filtros y ediciones. Parece que quienes editan fotográficamente tus selfies también prefieren ese tipo de filtros, al igual que quienes añaden maquillaje.

También se ve que los filtros más específicos e intensos sólo son usados por mujeres (aunque sea un porcentaje pequeño). De nuevo, haciendo notar que las mujeres utilizan una variedad más grande de “herramientas” para verse mejor.

Podemos ver que los filtros disimuladores son mucho más populares que la edición de imperfecciones. Esto se puede deber al fácil acceso (a veces incluso por defecto) a ellos en aplicaciones como Instagram. También al hecho de que muchos filtros fotográficos y de efectos incluyen esta característica.

4.2.2 Resultados por identidad de género

¿Con quién te comparas?



En esta pregunta podemos ver una drástica diferencia entre las respuestas de hombres y mujeres. Mientras los hombres que reportan no compararse superan a los que lo hacen con cualquier grupo, el número de mujeres que dicen no compararse sólo supera al grupo que se compara con atletas y deportistas.

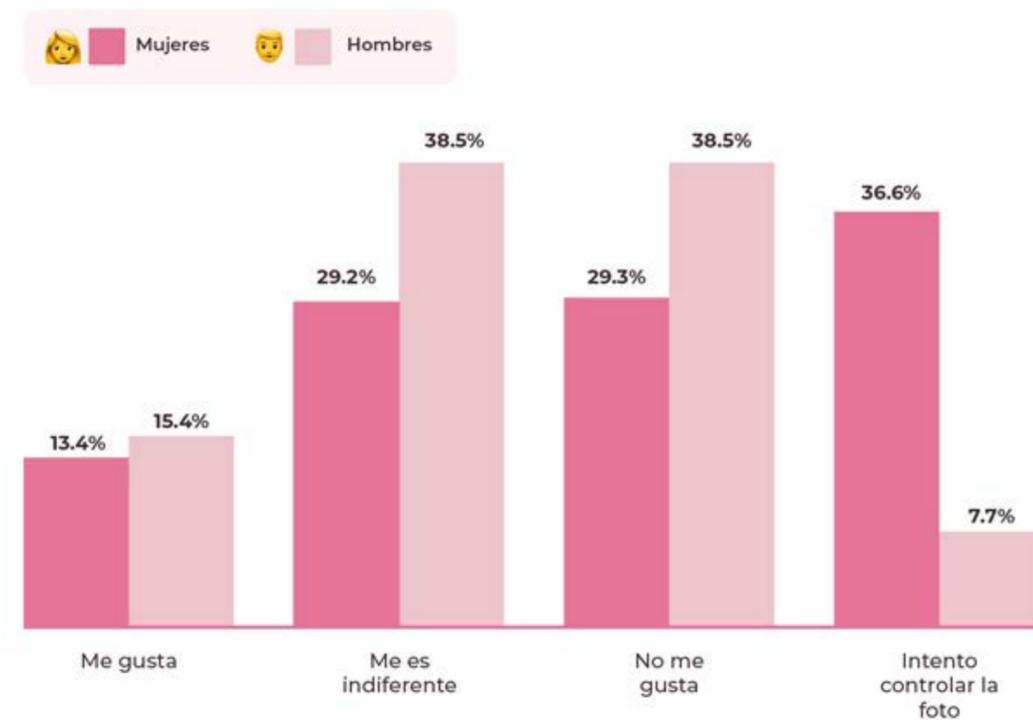
El grupo con el que se compara más los hombres son conocidos (sujetos más relevantes al tener condiciones parecidas) mientras el grupo con el que más se comparan las mujeres es con influencers (sujetos poco relevantes, su trabajo es mostrar una imagen curada en redes sociales).

Es decir, las mujeres se comparan con personas que destinan recursos y tiempo en verse como lo hacen y a las cuales sólo conocen a través de lo que publican en redes sociales. Este tipo de comparaciones poco justas están relacionadas a originar baja autoestima (Strahan, E. J., Wilson, A. E., Cressman, K. E., & Buote, V. M., 2006)

4.2.2

Resultados por identidad de género

¿Cómo te sientes cuando te toman fotos?



En esta pregunta también podemos observar diferencias marcadas, siendo la más grande la respuesta a intentar controlar la foto tomada.

Más de un tercio de las mujeres encuestadas manifiesta querer controlar el resultado de la fotografía tomada, algunas formas de controlar pueden ser: pedir repetir la foto, posicionarse o posar estratégicamente, no permitir que quien la capturó la comparta, editar, etc.

Esto denota una mayor preocupación de parte de las mujeres por cómo se presentan en el mundo digital. Y/o que tienen alguna inseguridad que no quieren que salga en las fotos.

4.2.2

Resultados por identidad de género

Conclusiones:

Es claro que hay una diferencia considerable entre la auto-percepción entre mujeres y hombres, demostrada por las respuestas en cuanto a comparaciones y necesidad de control. Las mujeres se comparan con personas que reflejan perfección en redes sociales, y necesitan controlar cómo se ven en fotografías, los hombres hacen esto en una proporción mucho menor.

Si las mujeres se comparan con estándares más inalcanzables, y necesitan más control sobre su imagen, es natural que utilicen más recursos más seguidos para verse más “bellas” en el mundo digital. Es así que vemos una variedad más grande de tipos de edición y filtros usados, y una frecuencia mayor de uso.

Este mayor impacto de los filtros de belleza sobre las mujeres parece una consecuencia natural a la mayor cantidad de publicidad y medios que apuntan a perpetuar un estándar de belleza femenino y hacen incapié en su importancia. Todo ello dentro de

una estructura social que continúa siendo patriarcal y pone a las mujeres en una posición donde su apariencia física es un factor mucho más determinante que en el caso de los hombres al momento de conseguir pareja o incluso ganar más dinero en el trabajo (Wong & Penner, 2016)

4.2.3 Resultados por frecuencia de uso

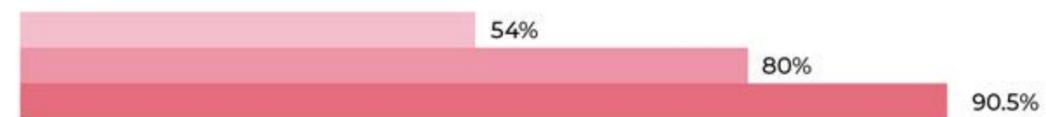
Nota: La muestra se ha dividido entre "rare users": personas que se toman selfies menos de una vez por semana (49.5%), "casual users": 1-3 veces por semana (29.7%) y "heavy users": 3+ veces por semana (20.8%)

¿Qué apps usas para tomarte selfies?

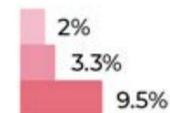
Cámara del celular



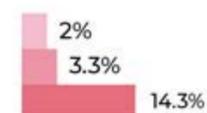
Instagram



Snapchat



Tiktok

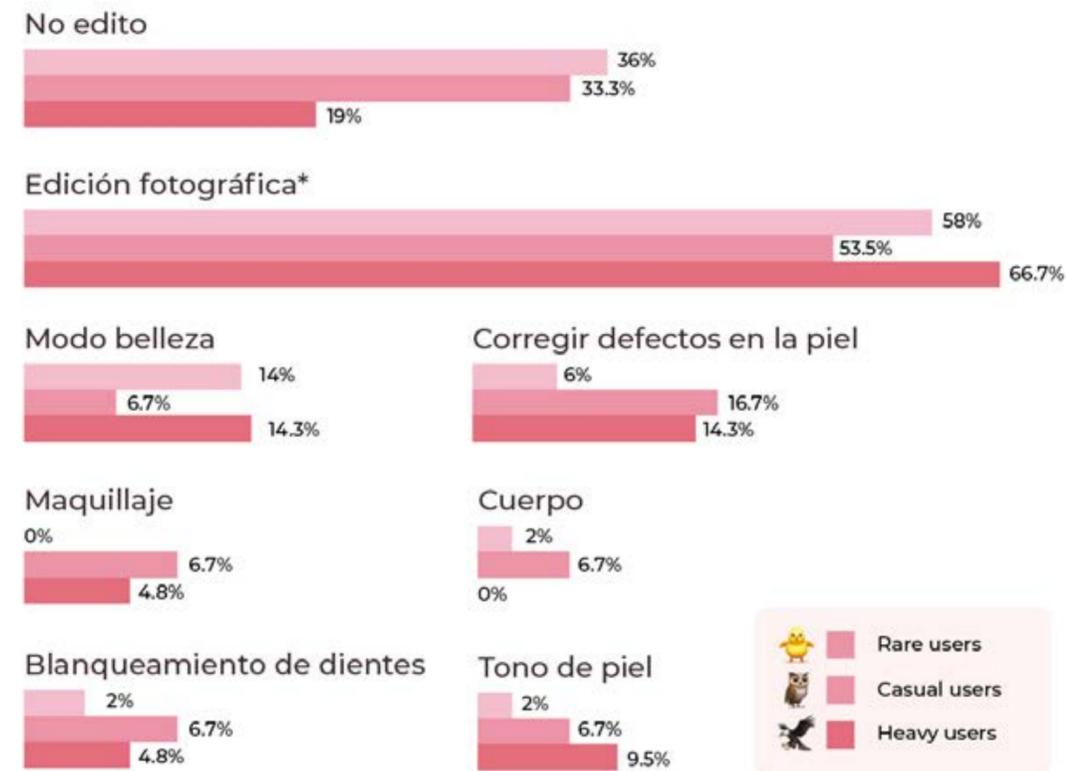


En el caso de quienes se toman selfies con menos frecuencia (rare users) lo hacen mucho más con la cámara del celular que con instagram. En el caso de los heavy users sucede lo contrario, esto se puede deber a que pasan más tiempo en la aplicación o están motivados por los filtros disponibles en ella.

En el caso de Snapchat y Tiktok las cifras son parecidas entre los tres grupos, sólo los heavy users alcanzan un porcentaje considerable cuando se trata de TikTok.

4.2.3 Resultados por frecuencia de uso

¿Qué tipo de ediciones haces en tus selfies?



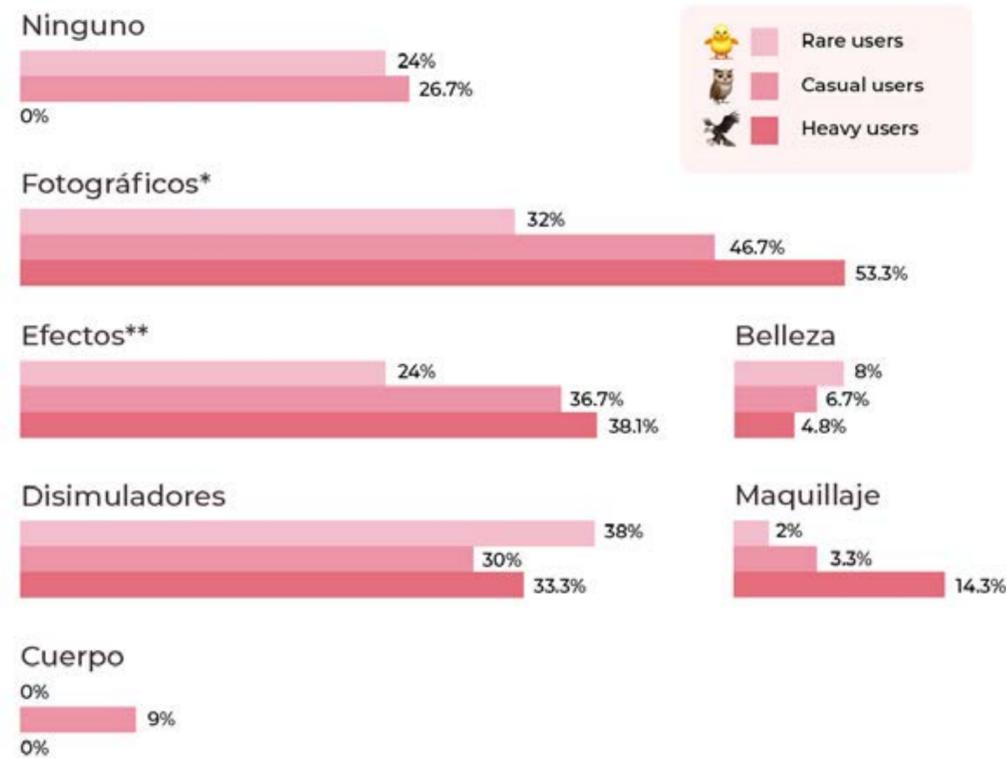
En todos los casos el tipo de edición preferida es la edición fotográfica, seguida por la opción de “no edito mis selfies”.

En el caso de los rare y casual users, más de un tercio dice no editar sus selfies, mientras que los heavy users son mucho menos los que no modifican sus fotografías de ninguna forma.

Luego de la edición fotográfica general, los tipos de retoque favoritos son el modo belleza y corregir defectos en la piel, y se dan de forma similar en los tres grupos.

4.2.3 Resultados por frecuencia de uso

¿Qué tipo de filtros usas?



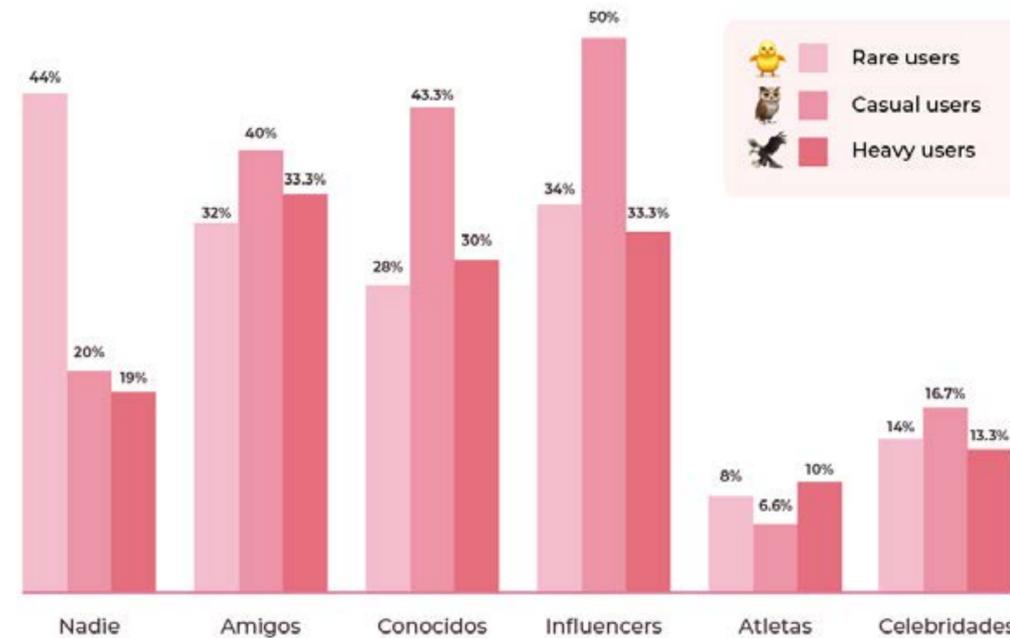
Al igual que en el análisis por género, las tendencias entre las ediciones y los filtros se mantienen similares.

Llama muchísimo la atención ver que ninguno de los encuestados categorizado como heavy user declaró no usar filtros, mientras que esta opción fue elegida por más del 20% de las personas en los dos grupos restantes.

En el caso de los filtros surge la figura de los filtros de efectos o artísticos, estos son usados casi en igual medida que los disimuladores. En la etapa de entrevistas se puede inferir que se debe a que son usados con propósitos parecidos (esconder imperfecciones) o porque muchas veces vienen unidos: "A veces quieres ponerte un sombrero gracioso pero el filtro de paso te suaviza la cara"

4.2.3 Resultados por frecuencia de uso

¿Con quién te comparas físicamente?

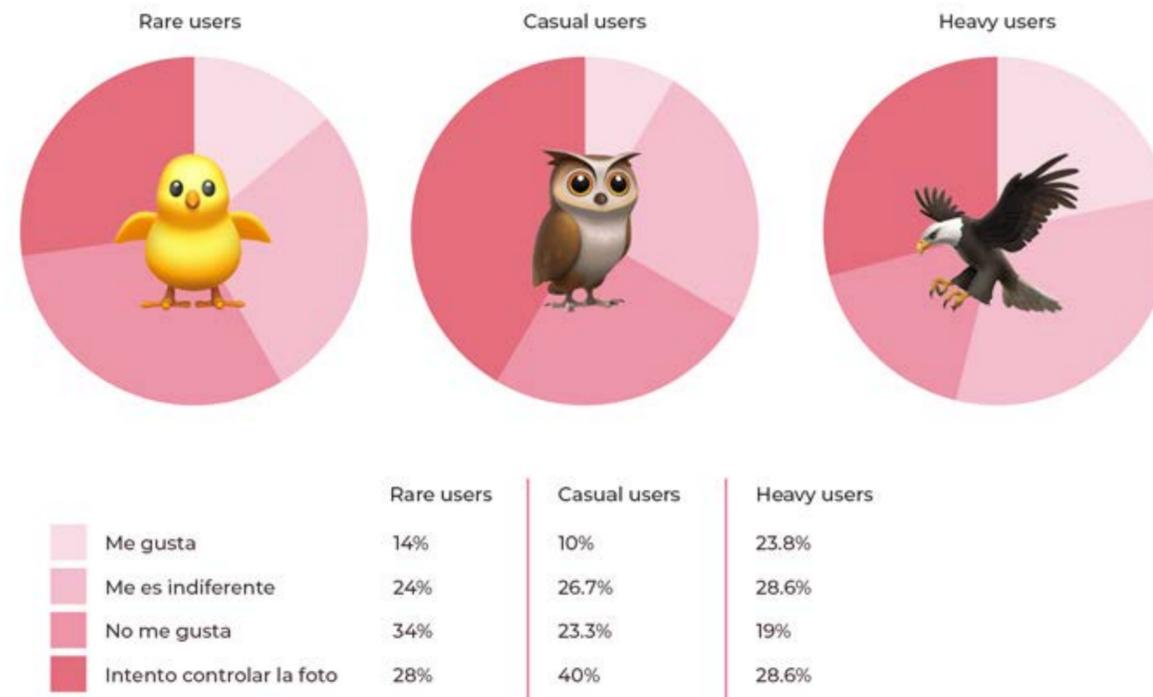


Podemos ver que casi la mitad de las personas que menos se toman selfies declaran no compararse físicamente con nadie en redes sociales, mientras en el caso de los que se toman más de un selfie por semana esa cifra disminuye al 20%, menos de la mitad en proporción. **Podríamos decir entonces que a más selfies, más tendencia a compararse físicamente con otros.**

Otro dato a destacar es que **los principales acusados como sujeto de comparación son los influencers**, una posible explicación para ello es que representan un personaje al centro entre lo que parece “real” en redes (como lo podrían ser amigos o compañeros de trabajo) y lo que es “irreal” (como las celebridades).

4.2.3 Resultados por frecuencia de uso

¿Cómo te sientes cuando te toman fotos?



Podemos observar que los heavy users son los más positivos respecto a la idea de que les tomen fotos, quizá porque tienen más confianza o práctica.

Tenía la hipótesis de que los heavy users serían los más controladores respecto a su imagen pero los intermedios superaron largamente a los dos grupos restantes ¿es posible que sean más conscientes de su imagen ya que publican menos frecuentemente?

Otra sorpresa fue ver que la opción “me es indiferente” se mantiene casi igual entre los tres grupos. Mi teoría era que los rare users mostrarían una proporción mucho mayor.

4.2.3

Resultados por frecuencia de uso

Conclusiones:

Aunque en varias preguntas los resultados entre grados de frecuencia de uso fueron parecidos, se puede destacar que:

Los usuarios más frecuentes siempre usan filtros, y son quienes más se comparan con otros físicamente en redes sociales. Podríamos trazar la conclusión de que: **a más comparación más selfies, y a más selfies más filtros.**

4.3 Segundo estudio: Reconocimiento fotográfico

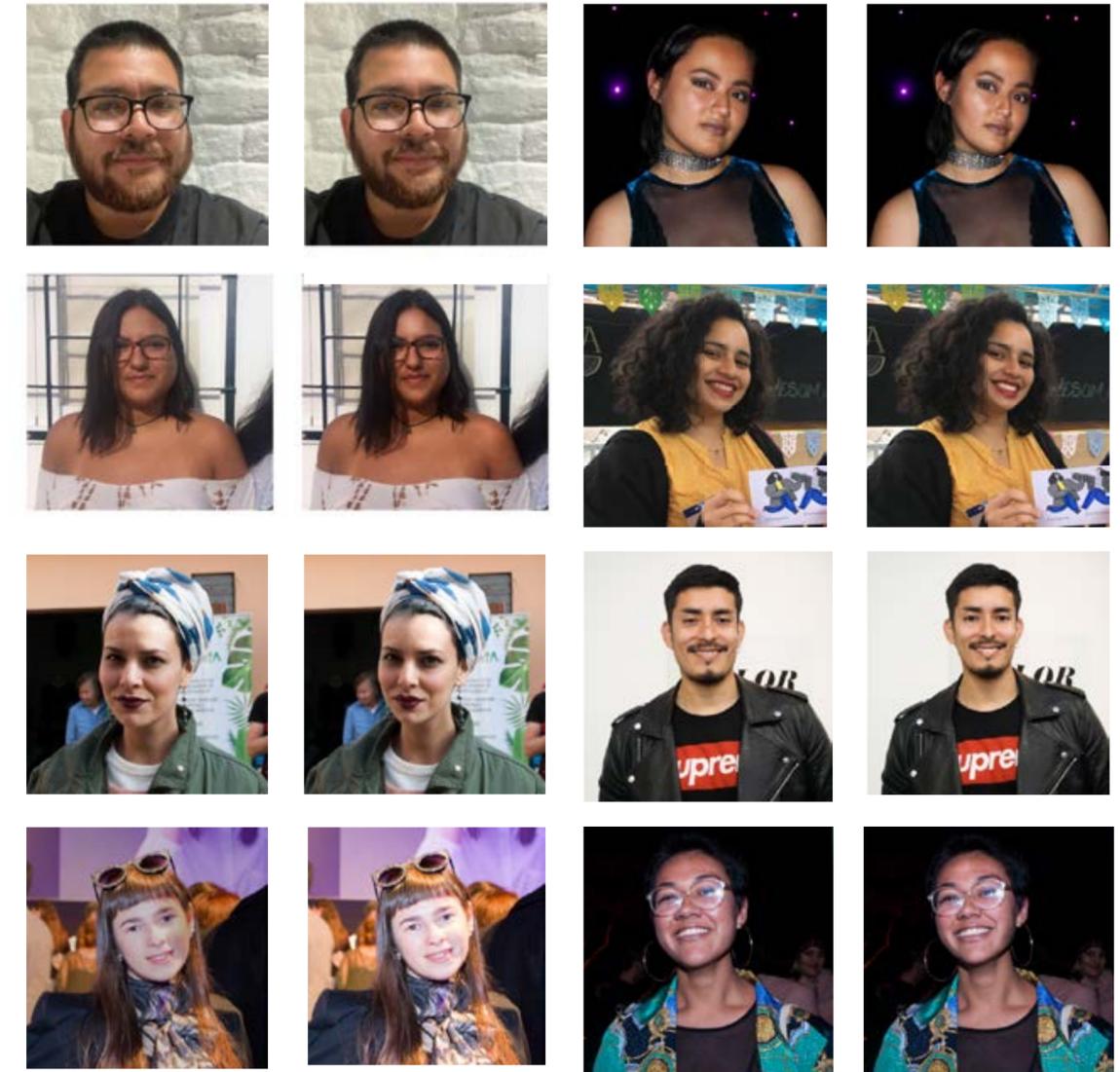
4.3.1 Metodología

Se convocó a 11 personas para este experimento y se preparó una grilla de 9 fotografías con ediciones faciales pronunciadas.

Las modificaciones incluyeron:

- Suavizado de piel
- Afinamiento de rostro
- Agrandamiento de ojos
- Reducción de ancho de nariz
- Aumento de grosor de labios
- Exageración de sonrisa

En el contexto de una videollamada se les mostró la grilla de fotos a través de un link, los entrevistados podían acercarse o alejarse tanto como quisieran a las fotografías y se les dio varios minutos para observarlas. Luego se realizaron preguntas sobre las fotos.



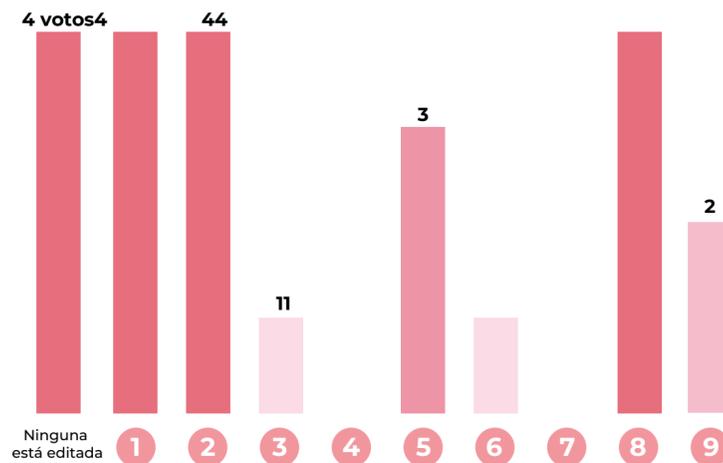
Comparación lado a lado de fotografías originales sin editar (izquierda) y editadas para el estudio (derecha)

4.3.2 Resultados

Ningún entrevistado detectó ediciones faciales pronunciadas, y 4 de los 11 participantes dijeron que las fotos no tenían ningún tipo de edición.

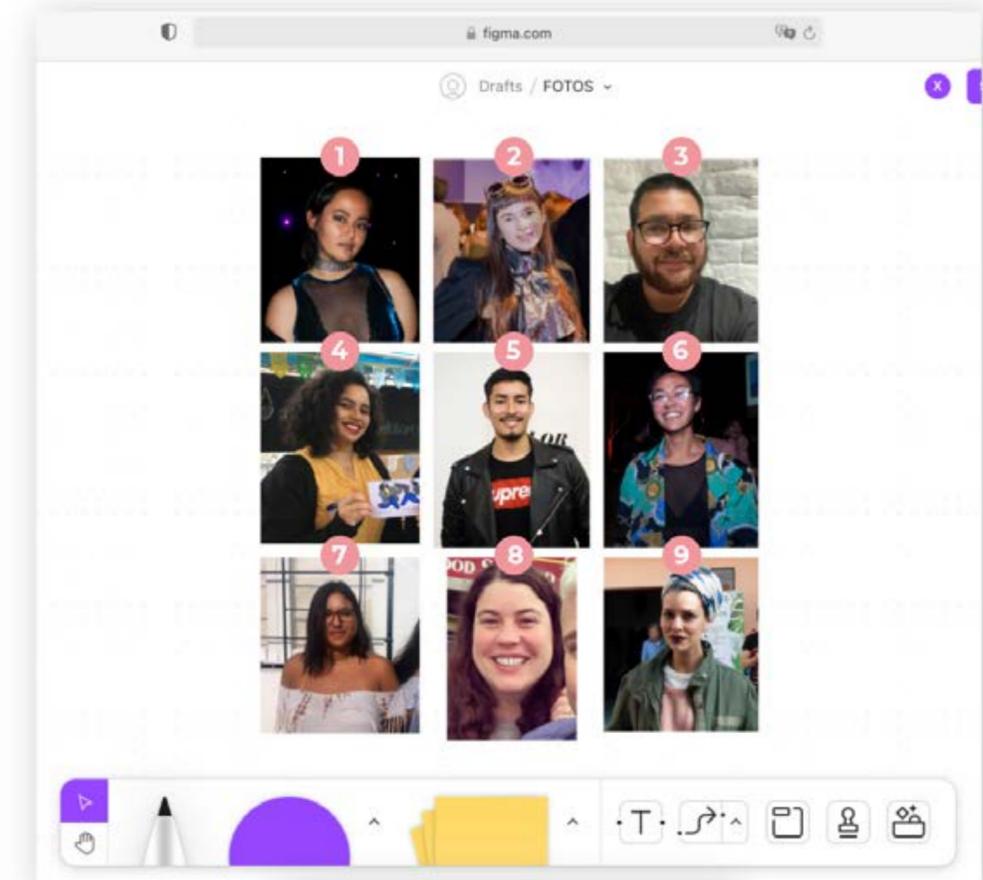
Los demás señalaron ajustes menores como edición fotográfica general o suavizado en la piel.

¿Qué fotografías han sido editadas o capturadas con algún filtro?



¿Qué tipo de edición tienen estas fotografías?

- 1 - Edición fotográfica : iluminación, contraste, nitidez
- Suavizado en la piel
- Eliminación de brillo
- 2 - Edición fotográfica : iluminación, contraste
- Suavizado y aclarado en la piel
- Eliminación de brillo
- 3 - Edición fotográfica: fondo difuminado
- 5 - Edición fotográfica : contraste y ajuste de color
- Suavizado y clarado de la piel
- 6 - Edición fotográfica : contraste
- Suavizado de la piel
- 8 - Edición fotográfica : color
- Aclarado de la piel
- 9 - Edición fotográfica : contraste, saturación y brillo
- Suavizado de la piel



Grilla de fotografías mostrada a los participantes. Números referenciales para la lectura de los resultados

4.3.3

Conclusiones

Ninguno de los participantes identificó correctamente el tipo o intensidad de edición de ninguna de las fotografías presentadas.

Sólo 7 de los 11 participantes señalaron algún tipo de edición, limitándose a las categorías de “edición fotográfica” y “perfeccionamiento de la piel”.

Coincidentemente, este tipo de ediciones también fueron las más populares en los otros dos estudios realizados. Se podría decir que las personas piensan que los demás hacen el mismo tipo de ediciones que ellos mismos dicen hacer.

Otras posibles explicaciones son:

Que nos hemos vuelto “ciegos” ante este tipo de filtros o ediciones, acostumbrados a los rostros “filtrados” que vemos frente a nuestras pantallas durante todo el día.

Que las personas tienen miedo de “acusar” a otros de utilizar filtros marcados, considerándolo algo vergonzoso o inmoral, esto podría significar también que hayan men-

tido al momento de declarar qué tipo de filtros utilizan en sus propios *selfies*.

4.4: Tercer estudio: Entrevistas a Profundidad

4.4.1 Metodología

Se convocó a 10 personas para ser entrevistados sobre su interacción con las redes sociales.

Las entrevistas fueron a profundidad, para llegar al por qué de cada respuesta otorgada e intentar generar conexiones o encontrar patrones.

Las entrevistas fueron realizadas a través de videollamada y duraron aproximadamente 30 minutos.

A cada entrevistado se le aseguró confidencialidad y la protección de su identidad.

4.4.2 Resultados Ficha 1

Luisa

Edad: 27

Uso de redes sociales

Intenso Todos los días



¿A quién sigues?

Marcas e influencers con fines laborales

Páginas de motivación

Artistas

Páginas informativas

Amigos

Memes

¿Qué tan seguido publicas selfies?

Cada 2-3 días

Cuando estoy aburrida, tengo algo importante que decir o compartir, o tuve una salida con amigos

¿Editas tu fotos o usas filtros? ¿De qué manera?

Filtros fotográficos

Filtros para suavizar la piel

- Si uso filtros, los que cambian la tonalidad de la foto en general
- No me gustan los filtros que alteran el rostro, "que te hinchan la boca"
- Como edición sólo uso el filtro por default del celular para que quede más saturado
- He usado el filtro de belleza para disimular mis cachetes porque estoy subida de peso
- He usado el filtro para suavizar para borrar vellos en el rostro

¿Hay algo de tu apariencia que te gustaría cambiar?

Bajar de peso

Imperfecciones en la piel

- Bajar de peso
- Quisiera desaparecer mi condición en la piel, en el pecho y la frente que parecen granitos. Me llegó a afectar tanto que fui al dermatólogo porque se comenzó a expandir pero no se puede curar
- No tener vellos en el bozo

¿Sientes que los filtros te hacen más consciente de tus imperfecciones?

Definitivamente

- Si, sino no los usarías
- Hay día buenos y malos, cuando mi piel está irritada si trato de usarlos
- Trato de usar unos que no me cambien tanto como para que no me reconozcan en persona
- Te hacen sentir como que siempre usar un filtro va a ser mejor que mostrar tu cara al natural



Te hacen sentir como que siempre usar un filtro va a ser mejor que mostrar tu cara al natural"

4.4.2 Resultados Ficha 2

Daniela

Edad: 21

Uso de redes sociales

Intenso Todos los días, 2-3 horas



¿A quién sigues?

Creadores de contenido de humor

Expertos Artistas Amigos

¿Qué tan seguido publicas selfies?

Cada 2-3 días

Casi nunca, una vez al mes máximo en mi close friends.

Por inseguridades, no me gusta mi cara o no me gusta la foto

¿Editas tu fotos o usas filtros? ¿De qué manera?

Filtros de efectos

Filtros de belleza

- Sí, siempre uso filtros. Los de instagram que te tapan la cara

- Uso los que te ponen stickers en la cara que también implican un filtro belleza

¿Hay algo de tu apariencia que te gustaría cambiar?

Rasgos faciales

- Mi nariz, de perfil es muy marcada

¿Sientes que los filtros te hacen más consciente de tus imperfecciones?

Definitivamente

- El filtro sí me hace sentir inseguridades, ver que hay una gran diferencia entre mi cara usando filtro y sin filtro

¿Te comparas físicamente con otros en redes sociales? ¿Con quién?

Celebridades

- Desde que comencé a usar ig (hace 2 años) me fijo más en las fotos de los demás y me comparo, mayormente con celebridades.

- Me fijo en la altura, el peso, las facciones más delgadas de sus rostros



Veo que hay una gran diferencia entre mi cara usando filtro y sin filtro”

4.4.2 Resultados Ficha 3

Diana

Edad: 25

Uso de redes sociales

Intenso Todos los días, 3-4 horas



¿A quién sigues?

- Artistas
- Páginas educativas
- Creadores de contenido educativo
- Celebridades
- Memes
- Creadores de contenido de humor
- Amigos
- Conocidos
- Activistas

¿Qué tan seguido publicas selfies?

Ocasionalmente

- No muy seguido
- La última vez fue hace unos días mostrando qué tan bonito me había maquillado, solo eso.

¿Por qué no publicas selfies tan seguido?

No relevante **Vergüenza**

- No me gusta mostrarme mucho a mi en instagram, prefiero mostrar otras cosas
- En mi feed son fotos que yo tomé comparto qué estoy haciendo y mis pensamientos
- Siento que ya todo el mundo conoce mi cara y no creo que lo quieran ver a cada rato, no quiero ser como las personas que publican a cada rato fotos de sí mismos
- Vale la pena cuando vas de viaje y quieres compartir cómo te fue

¿Editas tu fotos o usas filtros? ¿De qué manera?

Filtros fotográficos
Filtros para suavizar la piel

- A veces sí, uso los mismos filtros de ig porque ayudan ya que mi cámara no es tan buena
- No edito las fotos cuando las subo como foto de perfil, siento que perdería mucho tiempo e igual la gente me conoce sin filtro

¿Hay algo de tu apariencia que te gustaría cambiar?

Bajar de peso **Rasgos faciales**

- Sí, mi nariz. Me gustaría operármela porque soy la única de mi familia que la tiene un poco más grande, todos tienen una buena nariz y siento que mi nariz no es tan buena
- Me gustaría tener un cuerpo más atlético. Estoy haciendo más ejercicio para lograr eso

¿Sientes que los filtros te hacen más consciente de tus imperfecciones?

No

No, sólo ayuda a mejorar más que nada tu piel, todos tenemos una piel normal y el filtro las hace bien lisas. La cámara y el mismo espejo me hacen más conscientes de mis imperfecciones en la piel

¿Te comparas físicamente con otros en redes sociales? ¿Con quién?

Celebridades

- Me comparo con otros en redes pero lo tomo como inspiración. Sé que mi cuerpo no está diseñado para ser como el de Kim Kardashian por ejemplo.
- Siento que no me comparo tanto porque sigo más páginas de diseño y de body-positive
- Sé que el trabajo de las influencers es mostrar sus cuerpos perfectos



Siento que perdería mucho tiempo e igual la gente me conoce sin filtro”

4.4.2 Resultados Ficha 4

Juana

Edad: 25

Uso de redes sociales

Intenso Todos los días, 3-4 horas



¿A quién sigues?

Influencers Artistas
Amigos Youtubers Celebridades

¿Qué tan seguido publicas selfies?

Una vez al mes

- Fotos una vez al mes, antes lo hacía mucho pero ya no
- Antes publicaba selfies seguido porque tenía más tiempo para hacerme maquillajes artísticos. Los hacía sólo por el post

¿Por qué no publicas selfies tan seguido?

Tiempo **No relevante**

- No tengo tiempo, necesito una justificación para subir una foto
- No le veo lógica a sólo tomarme una foto en mi cuarto
- Por mi edad, como casi tengo 30 - ya no le veo sentido
- Ahora mi Instagram es privado y ya no busco likes. Tenía mi página pero la cerré porque me daba vergüenza que lo vean personas que me conocen en la vida real. No quiero que piensen que quiero ser influencer, siento que ellos lo ven como algo malo
- También lo cerré porque sentía que las personas invadían mi privacidad y creaban rumores alrededor de mis posts

¿Editas tu fotos o usas filtros? ¿De qué manera?

Filtros fotográficos **Filtros belleza**
Filtros para suavizar la piel

- Cuando subo fotos las edito: la luz, el tamaño de la foto, Borro imperfecciones de la piel como granos
- Sí he usado filtros que te cambian el color de los ojos o que te suavizan la piel para grabar historias en instagram
- Siempre que subo historias en ig donde salgo yo uso filtros. Los uso porque no estoy maquillada o no me siento cómoda con mi rostro en ese momento entonces el filtro ayuda.

¿Hay algo de tu apariencia que te gustaría cambiar?

Bajar de peso

- Bajar de peso

¿Sientes que los filtros te hacen más consciente de tus imperfecciones?

Definitivamente

- Si, cuando se va el filtro me doy cuenta.
- Me hace darme cuenta de mis ojeras, que a mis cejas le faltan pelitos, el tamaño de mi nariz



Me hace darme cuenta de mis ojeras, que a mis cejas le faltan pelitos, el tamaño de mi nariz”

4.4.2 Resultados Ficha 5

Magnolia

Edad: 27

Uso de redes sociales

Intenso Todos los días, 4 horas



¿A quién sigues?

Política Noticias Activistas

Creadores de contenido educativo

Animales Influencers

Video bloggers Amigos

Conocidos Expertos

¿Qué tan seguido publicas selfies?

Ocasionalmente

- Fotos no publico hace 9 meses

- En historias publiqué hace 2 días con mi gata

¿Por qué no publicas selfies tan seguido?

Perfeccionismo Inseguridades

No relevante

- Publico en stories no en post porque siento que para que sea post la foto tiene que ser perfecta y estar bien pensada

- En mis stories especialmente en "close friends" me siento más libre

- Siento que en este tiempo no me ha pasado nada tan importante como para haber puesto una foto, mi última foto fue de un viaje donde me sentí muy bien

- Inseguridades: is it instagram worthy? me van a ver bien? me da inseguridad mi apariencia

- He subido de peso y ya no me siento bien con mi apariencia

¿Editas tu fotos o usas filtros? ¿De qué manera?

Filtros fotográficos

- Normalmente no uso filtros, uso los que no te cambian la cara, los que conservan tus facciones

- No me gustan los que te "operan"

- Me gustan los más naturales, que juegan con la iluminación

¿Hay algo de tu apariencia que te gustaría cambiar?

Bajar de peso

- ¡Si! en pandemia subí mucho de peso y eso me tiene insegura

- Es una razón por la que no subo fotos de mi, antes de pandemia subía fotos todo el tiempo

¿Sientes que los filtros te hacen más consciente de tus imperfecciones?

Definitivamente

- Si, totalmente

- Cuando me tomaron foto para el bachiller me fijé en todos mis defectos, vi cosas que no veía cuando me tomaba selfies. Con la cámara del celular no veo estas imperfecciones

4.4.2 Resultados Ficha 6

Rocío

Edad: 21

Uso de redes sociales

Intenso Todos los días, 2 horas



¿A quién sigues?

Marcas e influencers con fines laborales

Creadores de contenido educativo

Creadores de contenido de humor

Influencers Artistas

Personas aesthetic

Video blogger Expertos

¿Qué tan seguido publicas selfies?

Una vez por semana

En el feed publico y luego borro porque siento que todo debe combinar

Fotos una vez a la semana

Casi nunca videos, sólo publico videos seguido en close friends

¿Editas tu fotos o usas filtros? ¿De qué manera?

Filtros fotográficos

Filtros de efectos

- Uso un filtro del tipo fotográfico

- No me gustan mucho los filtros, pero uso los de efecto para hacer videos graciosos o cuando quiero ocultar mi cara

- No uso nunca los de belleza, siento que no es mi estilo

¿Hay algo de tu apariencia que te gustaría cambiar?

Bajar de peso

- Si, me gustaría que me quiten los brackets

- Cuando me toman foto de cuerpo completo no me siento tan bien, intento cortarla o publicarlas más chicas

¿Sientes que los filtros te hacen más consciente de tus imperfecciones?

Definitivamente

- No, el que yo uso sólo hace que todo se vea más vívido y especial

- Cuando he probado los de belleza me he quedado pensando "¿Así se debería ver mi cara?" me ha hecho pensar que podría mejorar algunas cosas como hacerme lifting de pestañas o maquillarme de alguna forma

¿Te comparas físicamente con otros en redes sociales? ¿Con quién?

Celebridades

Influencers

- Si lo he hecho, creo que cada vez menos pero es natural.

- Sí, con celebridades, no con amigos porque los siento más cercanos.

- Últimamente sigo a gente más natural y me ha ayudado mucho.

- A veces veo personas super "top" y pienso "ugh cómo hacen para estar regias y hacer tantas cosas"

4.4.2 Resultados Ficha 7

Pedro

Edad: 28

Uso de redes sociales

Intenso Todos los días



¿A quién sigues?

Creadores de contenido educativo

Amigos

Expertos

¿Qué tan seguido publicas selfies?

Cada 2-3 días

- En mi página artística cada 2-3 días en historias

- En mi personal no subo desde hace 3 años

¿Por qué no publicas selfies tan seguido?

No relevante

- Lo hago seguido en mi página porque quiero contar algo o quiero que la gente empatice conmigo

- Siento que tienen que pasar cosas interesantes en el día

¿Editas tu fotos o usas filtros? ¿De qué manera?

Filtros de efectos

- Uso filtros de efecto porque son graciosos

- Casi no uso el filtro de suavizado porque siento que daña la calidad de la foto o video, prefiero el original

¿Hay algo de tu apariencia que te gustaría cambiar?

Calvicie

- Sólo que se me está cayendo el pelo

¿Sientes que los filtros te hacen más consciente de tus imperfecciones?

Definitivamente

- Si claro, cuando lo he probado me doy cuenta rápidamente de que cambian varias cosas.

- Pero al final no me crea inseguridades, no me importa cambiar mi físico

¿Te comparas físicamente con otros en redes sociales? ¿Con quién?

No

4.4.2 Resultados Ficha 8

Tania

Edad: 25

Uso de redes sociales

Intenso Todos los días, 20 veces



¿A quién sigues?

Expertos Artistas Influencers

¿Qué tan seguido publicas selfies?

Rara vez

Sólo en cumpleaños, navidad o año nuevo

¿Por qué no publicas selfies tan seguido?

Privacidad

- No suelo tomar muchas fotos y cuando lo hago prefiero tenerlas físicamente

- Siento que no necesito publicar los momentos especiales, prefiero reservarlos o sólo compartirlo con personas de mi círculo cercano

¿Editas tu fotos o usas filtros? ¿De qué manera?

Filtros fotográficos

Filtros para suavizar la piel

- A veces uso filtros fotográficos cuando la iluminación no es buena

- Uso mucho el filtro de blanco y negro porque es donde menos se notan las imperfecciones, lo uso cuando estoy con ojeras o granos

- Suelo usar un filtro suavizador, casi por inercia

¿Hay algo de tu apariencia que te gustaría cambiar?

Bajar de peso

Imperfecciones en la piel

- Quitar granos

- Reducir mi cintura

- Brazos mas delgados

¿Sientes que los filtros te hacen más consciente de tus imperfecciones?

Definitivamente

Cuando he probado unos celulares que se notan mucho más las imperfecciones... uno ve su rostro y dice "mi cara está hecha un asco". Pero tengo la opción de guardarme la foto con mis amigos y no publicarlo

¿Te comparas físicamente con otros en redes sociales? ¿Con quién?

Celebridades

- A veces cuando no estoy con el mejor ánimo. si, con influencers que también son compañeros de estudios.

- En la adolescencia me pasaba más. siempre creí que mis hermanas eran las bonitas y yo solo soy la de los logros. Veo que mi hermana menor se compara mucho con influencers y tiene muchas inseguridades.



Uno ve su rostro y dice "mi cara está hecha un asco"

4.4.2 Resultados Ficha 9

David

Edad: 27

Uso de redes sociales

Intenso Todos los días, a cada hora



¿A quién sigues?

Marcas e influencers con fines laborales

Deportistas Expertos Datos y tips

Creadores de contenido educativo

Conocidos

¿Qué tan seguido publicas selfies?

Rara vez

- Cada dos semanas en stories
- En posts casi nunca

¿Por qué no publicas selfies tan seguido?

No relevante

Busco que sean momentos especiales

¿Editas tu fotos o usas filtros? ¿De qué manera?

Filtros fotográficos

Filtros para suavizar la piel

- Sí, uso los filtros básicos que tiene ig o el iphone: modo retrato o ediciones fotográficas (color, contraste)

- En historias uso filtros fotográficos que también disimulan imperfecciones

¿Hay algo de tu apariencia que te gustaría cambiar?

Bajar de peso

Sí, reducir mis cachetes, tener un cuello más largo y quitar la papada

¿Sientes que los filtros te hacen más consciente de tus imperfecciones?

Definitivamente

Sí, veo el cambio si es que no uso el filtro versus cuando lo uso, por eso mismo los uso.

4.4.2 Resultados Ficha 10

Sara

Edad: 23

Uso de redes sociales

Intenso Todos los días, 5 horas



¿A quién sigues?

Artistas Páginas informativas

Creadores de contenido educativo

Celebridades Datos y tips

Creadores de contenido de humor

Amigos Expertos Activistas

Youtubers

¿Qué tan seguido publicas selfies?

Rara vez

Máximo 2 veces al mes

¿Por qué no publicas selfies tan seguido?

No relevante

- Mi celular no tiene buena cámara
- No tengo ocasiones especiales para postear

¿Editas tu fotos o usas filtros? ¿De qué manera?

No

No, normalmente son al natural

¿Hay algo de tu apariencia que te gustaría cambiar?

Rasgos faciales

Sólo un poco mi nariz, porque tuve un accidente y ya no está tan recta

¿Sientes que los filtros te hacen más consciente de tus imperfecciones?

No

¿Te comparas físicamente con otros en redes sociales? ¿Con quién?

Celebridades

Si, a veces quisiera tener el rostro como el de algunas celebridades

4.4.3 Conclusiones

- Todos los entrevistados declararon utilizar redes sociales todos los días y revisarlas durante todo el día, es parte integral de sus rutinas y no ocupa un tiempo designado o específico.

- Instagram es por lejos la red social más popular.

- Hay una tendencia a seguir *influencers* que salgan del estereotipo de *influencers*, es decir que no busquen aparentar que tienen una vida perfecta, que compartan momentos de su vida cotidiana, que no hagan tanta publicidad.

- Las personas sienten que hacer un *post* implica mucha responsabilidad, deben ser perfectos, deben responder a una ocasión especial y sienten que las personas se detendrán a verlo por más tiempo o podrán criticarlas, por eso hacen historias mucho más frecuentemente que *posts*.

- Los únicos que consideran que publican selfies regularmente son los que tienen una página donde buscan seguidores.

- Varios mencionaron usar filtros cuando tienen defectos que “normalmente” no tendrían: ojeras y granos.

- Casi todas las mujeres entrevistadas quieren bajar de peso, la única que no hizo referencia a querer reducir medidas fue Sara.

- La primera reacción de varios fue decir que no usaban filtros, y luego procedían a nombrar filtros de estilo fotográfico o disimuladores. Parece que la palabra filtros se asocia directamente a los filtros de belleza muy exagerados o les da vergüenza admitir que los utilizan. La mayoría respondió a la defensiva al estilo “he usado filtros pero nunca esos que te cambian la cara”.

- Muchos usan filtros para disimular o borrar imperfecciones en la piel, pero cuando se les pregunta por aspectos físicos de sí mismos que les gustaría cambiar no mencionan este problema. ¿Es posible que vean la textura de la piel como aceptable en “el mundo real” mas no en el digital?

- Casi todos dicen notar una drástica dife-

rencia entre sus imágenes con filtro y sin filtro. Varios señalaron que no se muestran a sí mismo sin filtros en stories porque así se ven mejor.

5. Conclusiones

Conclusiones

Cada vez más presente y desde más jóvenes

En el caso más optimista, los filtros de belleza pueden ser usados por personas adultas para disimular sus ojeras tras una mala noche, o aumentar las ventas de sus productos en redes sociales proyectando una apariencia más atractiva. Pero si evaluamos este contexto desde la perspectiva de los consumidores menos “empoderados” nos encontramos con un panorama preocupante.

Unos de los hallazgos más impactantes de este estudio fue descubrir que los jóvenes están expuestos a redes sociales todo el día todos los días, y que los niños comienzan a usarlas y a preocuparse por su imagen digital desde una edad tan temprana como los 10 años.

Los filtros de belleza en RA son un componente omnipresente y formativo en la vida de las nuevas generaciones, y es por eso

mismo que su impacto debe ser evaluado y guiado (especialmente en el caso de usuarios más jóvenes). Ya que representan un factor de riesgo importante que afecta la autoestima y puede tener consecuencias tan graves como desórdenes alimenticios (McLean et al., 2015b)

Investigación de escritorio versus investigación de campo

Pude descubrir que varias conclusiones y tendencias de estudios analizados para el marco teórico de este trabajo se comprobaron en mi investigación, estos fueron:

Tal como en el estudio de Pescott, donde se identificaron tendencias diferenciadas según el género de los niños participantes, los jóvenes encuestados también siguieron patrones similares, siendo las mujeres quienes usan más los filtros de belleza mientras que los varones utilizan mayoritariamente

los de efectos con propósitos recreativos.

Casi todas las mujeres en la etapa de entrevistas expresó desear bajar de peso, hay una relación directa entre tomarse más selfies y tener menor autoestima o querer tener mayor control sobre la imagen que proyectas frente a los demás.

Al igual que el estudio “Comparing to perfection: How cultural norms for appearance affect social comparisons and self-image”, las mujeres que participaron de la encuesta y entrevistas declararon compararse injustamente con sujetos irrelevantes como influencers, celebridades o modelos, lo cual está ligado a problemas de autoestima.

La imagen real versus la digital

Parece existir una distancia entre la imagen que buscan proyectar las personas en el plano físico y digital. Observé una discrepancia en la etapa de entrevistas entre los

factores que buscan ocultar las personas en su imagen digital y en la vida real: mientras en redes quieren borrar granitos, éstos no les molestan en su día a día y no buscan ocultarlos con maquillaje o tratamientos intensos.

Puedo inferir a que esto se debe a una diferencia de contexto, en el universo digital de cada usuario, están rodeados y se comparan con imágenes filtradas y editadas; mientras que en el plano físico las comparaciones son menos severas y las personas que los rodean tienen un aspecto menos “perfecto”.

Sin embargo, esta distancia parece acortarse en algunas personas como podemos apreciar en la co-relación entre la aparición de los filtros de belleza y el aumento de demanda de intervenciones quirúrgicas relacionadas, como aumento de labios, rino-plastías o liposucción facial. (Haines, 2021)

¿Podremos mantener esta distancia entre lo que es real y digital?

Apreciaciones finales

Me parece improbable que las personas reduzcan el uso de filtros de belleza de realidad aumentada, ante evidencia como la hallada en el estudio de Ota y Nakano donde se encontró que nuestros cerebros generan placer al ver imágenes de nosotros mismos “embellecidas” por estas herramientas, además de ser difícil para nosotros identificar cuando el rostro de otra persona ha sido alterado, como demostró el estudio de reconocimiento planteado en esta investigación. Si nos genera placer hacerlo y nos comparamos con imágenes de otras personas que creemos que no lo hacen, detenerse se vuelve una decisión menos obvia.

Actualmente existe un límite hasta el cual este tipo de ediciones nos parecen agradables, como fue demostrado en el estudio “Risk Factors Leading to Preference for Extreme Facial Retouching”. Sin embargo, es posible que este límite se haga cada vez

más lejano a medida que nos vamos acostumbrando a ver rostros más y más retocados.

Será necesaria más y mejor investigación para determinar si los filtros de belleza son un tema que debería ser regulado, legislado o normado, y si es responsabilidad de las empresas de redes sociales o de entes gubernamentales hacerlo. Y si fuera el caso, aún no contamos con la tecnología suficiente para hacer algún tipo de regulación “infalible” que nos ayude a identificar cuando un filtro está siendo usado.

En este sentido, lo único que nos queda es apelar a los usuarios y sus comunidades. Usar o no filtros de belleza sigue siendo una decisión que se puede hacer conscientemente si nos detenemos a pensar en sus implicancias y ramificaciones. Por supuesto, esta decisión puede ser más o menos difícil dependiendo de factores ya expuestos como género, edad, frecuencia de uso y autoestima.

Por ello es importante la información, y es-

pero que este trabajo pueda ser un aporte que nos ayude a ser usuarios más informados, conscientes, y libres.

6. Limitaciones y prospectiva

6. Limitaciones y prospectiva

Una de las principales limitaciones del estudio es la muestra tomada para realizarlo. Al lanzar la convocatoria a través de mis redes sociales es probable que las personas estudiadas tengan una serie de similitudes que no sean representativas para la población en general.

Otra limitante es la toma de los datos, al basarse en el auto-reporte es probable que exista un margen de error donde las personas hayan mentido o se hayan equivocado en sus respuestas.

Para estudios futuros se podría plantear un ejercicio de observación a los usuarios y sus hábitos de toma de selfies, también ayudaría con la veracidad realizar los estudios de forma presencial.

Por último, se podría mejorar el estudio aumentando la cantidad de sujetos de las edades entre 14 y 19 años los cuales tuvieron muy poca representatividad en este trabajo.

7. Bibliografía

The Brief History of Social Media AR Filters. (2021, 4 septiembre). Indestry. Recuperado 20 de abril de 2022, de <https://www.indestry.com/blog/the-brief-history-of-social-media-ar-filters>

Heath, A. H. (2015, 15 septiembre). I tried Snapchat's trippy new selfie filters and found some other big changes. Business Insider. Recuperado 20 de abril de 2022, de <https://www.businessinsider.com/snapchats-new-selfie-filters-2015-9?international=true&r=US&IR=T#one-of-the-weirder-effects-makes-a-rainbow-river-flow-from-your-open-mouth-4>

Business Insider. (2015, 15 septiembre). Tech Insider [Captura de pantalla]. I tried Snapchat's trippy new selfie filters and found some other big changes. <https://www.businessinsider.com/snapchats-new-selfie-filters-2015-9>

Barker, J. (2017, 3 julio). Considering Snapchat Filters as Digital Adornment. The Fashion Studies Journal. Recuperado 20 de abril de 2022, de <https://www.fas->

[hionstudiesjournal.org/notes/2017/7/2/considering-snapchat-filters-as-digital-adornment#_edn10=](https://www.fashionstudiesjournal.org/notes/2017/7/2/considering-snapchat-filters-as-digital-adornment#_edn10)

Constine, J. (2017, 16 mayo). Instagram launches selfie filters, copying the last big Snapchat feature. TechCrunch. Recuperado 20 de abril de 2022, de <https://techcrunch.com/2017/05/16/instagram-face-filters/>

Jaloza, L. B. (2019, 13 diciembre). Creativity for all: Facebook's Spark AR now lets anyone build and share effects on Instagram. Tech at Meta. Recuperado 20 de abril de 2022, de <https://tech.fb.com/uncategorized/2019/08/creativity-for-all-facebooks-spark-ar-now-lets-anyone-build-and-share-effects-on-instagram/>

Ahmed, A. (2021, 11 enero). Instagram's New Upgrade Tells Users If Someone's Using A Filter On Their Photos. Digital Information World. Recuperado 20 de abril de 2022, de <https://www.digitalinformationworld.com/2021/01/instagrams-new-upgrade-tells-users-if.html>

The Business Standard. (2021, 23 diciembre). TikTok becomes most popular website in 2021. Recuperado 20 de abril de 2022, de <https://www.tbsnews.net/tech/tiktok-becomes-most-popular-website-2021-347689>

Ohlheiser, A. (2021, 20 octubre). TikTok changed the shape of some people's faces without asking. MIT Technology Review. Recuperado 20 de abril de 2022, de <https://www.technologyreview.com/2021/06/10/1026074/tiktok-mandatory-beauty-filter-bug/>

Pescott, C. K. (2020). "I Wish I was Wearing a Filter Right Now": An Exploration of Identity Formation and Subjectivity of 10- and 11-Year Olds' Social Media Use. *Social Media + Society*. [<https://doi.org/10.1177/2056305120965155>] (<https://doi.org/10.1177/2056305120965155>)

Building self-esteem in the social media age. (2021, 3 enero). Dove UK. Recuperado 20 de abril de 2022, de <https://www.dove.com/za/stories/campaigns/confidence.html>

Runfola, C. D., von Holle, A., Trace, S. E., Brownley, K. A., Hofmeier, S. M., Gagne, D. A., & Bulik, C. M. (2012). Body Dissatisfaction in Women Across the Lifespan: Results of the UNC-*SELF*and Gender and Body Image (GABI) Studies. *European Eating Disorders Review*, *21*(1), 52–59. <https://doi.org/10.1002/erv.2201>

McLean, S. A., Paxton, S. J., Wertheim, E. H., & Masters, J. (2015b). Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 48(8), 1132–1140. <https://doi.org/10.1002/eat.22449>

Wong, J. S., & Penner, A. M. (2016). Gender and the returns to attractiveness. *Research in Social Stratification and Mobility*, 44, 113–123. <https://doi.org/10.1016/j.rssm.2016.04.002>

Haines, A. (2021, 10 diciembre). From 'Instagram Face' To 'Snapchat Dysmorphia': How Beauty Filters Are Changing The Way We See Ourselves. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/annahaines/2021/04/27/from-instagram-face-to-snapchat-dysmorphia-how-beauty-filters-are-changing-the-way-we-see-ourselves/?sh=29e37dc94eff>

**Nuestros defectos nos
hacen humanos**

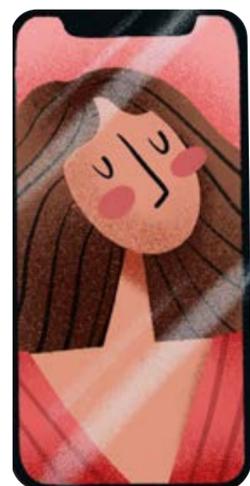
Agradecimientos

A mis padres, por el apoyo infinito a mis estudios hoy y siempre.

A Maca, que sin entender nada de este trabajo hubiera encontrado la manera de presumirlo a sus amigas, te extraño.

A Oreo, por ayudarme a mantener la estabilidad mental.

A mis más de 100 amigos de la vida real y el internet que hicieron posible esta investigación.



¿Mejorados y aumentados?

Los “filtros de belleza” de realidad aumentada en redes sociales y su impacto sobre los jóvenes en el Perú