

# UACM

Universidad Autónoma  
de la Ciudad de México

NADA HUMANO ME ES AJENO

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**Las diferentes opiniones sobre los estereotipos de belleza  
que generan los usuarios de Instagram de las imágenes  
que comparte la influencer Kylie Jenner  
a través de su cuenta de Instagram**

TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA

**Mitzi Cecilia Jaime Mendoza**

Director de Tesis

**Mtro. Martín Hernández González**

Ciudad de México, octubre de 2024.

## SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

### RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

### DERECHOS RESERVADOS<sup>©</sup>

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

## **AGRADECIMIENTOS**

*Quisiera agradecerme a mí misma por darme al fin la oportunidad de demostrarme que soy capaz de lograr lo que me proponga, la titulación se me hacía un proceso infinito, y quienes estuvieron a mi lado, supieron lo que vivía cada vez que trabajaba en ella. Pero, que después de un largo tiempo, se logró, y aquí está el resultado, estoy muy orgullosa de mí, porque, aunque era algo a lo que temía, lo hice con muchas fuerzas y motivaciones.*

*Agradezco a mi abuelito Cesáreo y a mi abuelita Herminia por haberme apoyado tanto económica como moralmente, pues desde que entré a la universidad se mantuvieron al pendiente para que yo no la dejara y pudiera superarme, porque para la familia, los estudios valen muchísimo, gracias infinitas por brindarme su apoyo hasta la fecha, porque sin su granito de arena, quizá no lo hubiera logrado de esta manera, los amo mucho y son mi mayor tesoro, que nunca me falten.*

*Le doy las gracias a mi mamá, Sandra Mendoza, porque siempre me ayudó a entender cosas que no comprendía, a resolver mis dudas y de igual modo a no darme por vencida, a dar mi 100% para llegar a este punto, gracias absolutamente por todo, por seguir mis locuras, por contarme tus secretos y ser la mejor confidente que puedo tener, gracias, pues me diste la vida para vivir esto y muchas cosas más, te amo con todo mi ser, sé eterna.*

*Quiero darle las gracias a Anna Baltazar (su nombre es con una n pero le gusta que lo escriban con dos) porque en el último año me ha motivado a cerrar este ciclo de mi vida, recordándome, si no me equivoco, cada día que pasaba, que hiciera mi tesis, que ya no la dejara. Ella fue el empujoncito que yo necesitaba para alcanzarlo, y pues ella vivió este proceso junto conmigo, yo lloraba con ella porque tenía miedo de hacerlo, pero ella a su vez me dio la confianza y la fuerza para hacerlo, jamás había conocido a alguien que fuera tan insistente en algo hasta que lo lograra, y mira aquí el resultado, ya está hecho, mi titulación, nuestra titulación. Te amo sin importar qué.*

*Gracias a mi tío Alberto porque de alguna forma u otra, se vio involucrado o mejor dicho, lo involucré en mi proceso académico, pues en varias ocasiones me apoyo económicamente para conseguir material para ciertas clases, jamás olvidaré que él sin problema alguno tuvo la amabilidad de apoyarme cuando más lo necesitaba, y quiero resaltar que es el único de la familia de mi papá que estaba al tanto de mi*

*situación académica y decidió apoyarme, por eso quise hacerle mención en este trabajo, gracias tío y que la vida se lo multiplique.*

*Muchas gracias al maestro Martín Hernández, por su paciencia conmigo, porque creía en mí y no me soltó hasta que logró su cometido, que me titulara, gracias por no abandonarme, y por estar siempre pendiente de mí, excelente profesor, mis respetos para usted y lo voy a extrañar mucho.*

*Por último, pero no menos importante, quiero agradecer a mis perros, Sebastián e Iñaki porque a pesar de que ya no están aquí en vida, ellos dos siempre me hacían compañía, cuando hacía mis trabajos en las madrugadas, ellos no se iban a dormir sin mí, los amo bebés y donde quiera que se encuentren, este trabajo también es para ustedes.*

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO 1. CONSTRUCCION DEL OBJETO DE ESTUDIO.....</b>	<b>7</b>
1.1 Pregunta general de investigación.....	7
1.1.1 Preguntas particulares.....	7
1.2. Objetivo general.....	7
1.2.1 Objetivos particulares.....	7
1.3. Planteamiento del problema.....	8
1.3.1 Problema de investigación .....	8
1.4 Justificaciones.....	9
1.4.1 Personal.....	9
1.4.2 Social.....	9
1.4.3 Académica/Comunicación.....	9
1.5 Supuesto.....	10
<b>CAPÍTULO 2. CONTEXTO SOCIO-HISTÓRICO.....</b>	<b>12</b>
2.1 Redes sociales.....	12
2.2 Instagram.....	15
2.3 Influencer.....	17
2.4 Biografía de Kylie Jenner.....	19
<b>CAPÍTULO 3 MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>23</b>
3.1 Estereotipos de belleza.....	23
3.2 Contextualización sobre la situación de los estereotipos de belleza actuales, en México.....	28
<b>CAPÍTULO 4 ESTADO DEL ARTE.....</b>	<b>30</b>
<b>CAPÍTULO 5 APARTADO METODOLÓGICO.....</b>	<b>34</b>
5.1 Técnica.....	35
<b>CAPÍTULO 6 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>37</b>
Conclusiones.....	90
Bibliografía.....	94
Referencias consultadas.....	95
Anexos.....	98

## INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo, se abordarán los temas de los estereotipos de belleza en general, en México y cómo es que se viven a través de las redes sociales, más específico, en Instagram, por medio de las figuras públicas llamadas ahora influencers.

Es así que, para esta tesis tomé como referencia a la empresaria e influencer, Kylie Jenner, es una mujer que a su corta edad se convirtió en una de las empresarias más millonarias de la industria, por lo tanto, en este trabajo me enfoqué un poco en su vida y en lo que ella nos comparte a través de sus redes.

Se analizará cómo es que impactan o afectan las publicaciones que la influencer comparte en su cuenta de Instagram, qué tipo de opiniones recibe en dichas publicaciones, si son positivas o negativas, por otro lado, cómo es que los estereotipos de belleza se mantienen en cuentas con un mayor número de seguidores, así como analizar cuáles son las características más comunes que hacen que se generen estereotipos de belleza.

A partir de que las redes sociales surgen, (Facebook, X e Instagram) se difunden muchas de las actividades y hobbies de los usuarios de las mismas, es importante mencionar que, todo aquel usuario que cuente con un teléfono inteligente, puede acceder a este tipo de aplicaciones en cualquier momento que lo desee y así se le facilite el acceso a cualquier información, así como saber más acerca de la vida de otros usuarios.

El significado de influencer *“es un individuo que, gracias a su presencia en redes sociales, puede influir notablemente en las decisiones de compra de su audiencia, a menudo de manera imperceptible. Estas personas no son celebridades tradicionales, pero atraen seguidores compartiendo sus pasiones y puntos de vista singulares”* (Ramos: 2023).

Para esta tesis, tomaré como ejemplo a la influencer Kylie Jenner que, sin duda alguna es la candidata ideal para trabajar sobre estereotipos de belleza.

A través del tiempo, los estereotipos de belleza se observan en la sociedad por medio del autorechazo o la auto aceptación ya que no se sienten como la sociedad espera que lo hagan y por ende el nivel tanto físico como psicológico también afecta, pues

sobre todo los jóvenes que, en su búsqueda de belleza, puedan alterar su apariencia o incluso empiezan con problemas de alimentación, todo por tratar de alcanzar un estereotipo construido socialmente. Sin embargo, como no hay una regulación de los estereotipos de belleza representados en los medios, sería importante inculcar y comprender que lo que los medios de comunicación dicen o muestran, no es la realidad absoluta y que a consecuencia de lo que ellos muestran pueden generar daños en la salud.

La belleza de la mujer poco a poco se va convirtiendo básicamente en un producto que se puede manipular fácilmente mediante tres conceptos: belleza, juventud y perfección. Los medios proponen en su gran mayoría a mujeres guapas, con cara y cuerpo perfecto, donde todo es felicidad y no existe el cansancio o la vejez, o alguna otra característica que se aleje del estereotipo de belleza perfecto.

Analizaré las fotos que la influencer publica en un periodo, para saber si afectan o no los estereotipos de belleza que ella comparte con la sociedad de mujeres.

# CAPÍTULO 1

## CONSTRUCCION DEL OBJETO DE ESTUDIO

### 1.1 Pregunta general de investigación

¿Cuáles son las diferentes opiniones sobre los estereotipos de belleza que generan los usuarios de Instagram de las imágenes que comparte la influencer Kylie Jenner a través de su cuenta?

#### 1.1.1 Preguntas particulares

- ¿Cómo impactan o afectan las imágenes que postea la influencer Kylie Jenner en su Instagram, en los usuarios que siguen su cuenta?
- ¿Qué tipo de opiniones y comentarios recibe la influencer Kylie Jenner en las imágenes que publica?
- ¿Por qué los estereotipos de belleza se mantienen en cuentas de Instagram con mayor número de seguidores?
- ¿Qué características tienen las imágenes que postea la influencer, para que tengan el canon de belleza?

### 1.2 Objetivo general

Analizar cuáles son las opiniones sobre los estereotipos de belleza que generan los usuarios de Instagram de las imágenes que comparte la influencer Kylie Jenner a través de su cuenta.

#### 1.2.1 Objetivos Particulares

- Dar a conocer cómo es que impactan y afectan las imágenes que postea la influencer Kylie Jenner en su Instagram, en los usuarios que siguen su cuenta.
- Analizar qué tipo de opiniones y comentarios recibe la influencer Kylie Jenner en las imágenes que publica.
- Identificar por qué los estereotipos de belleza se mantienen en cuentas Instagram con mayor número de seguidores.
- Describir qué características tienen las imágenes que postea la influencer, para que tengan el canon de belleza.

## **1.3 Planteamiento del problema**

### **1.3.1 Problema de investigación**

Los estereotipos de belleza hoy en día provienen de distintos medios, como la televisión, las revistas, en redes sociales, entre otros. El principal problema de estos estereotipos es que normalmente se basan en que la apariencia de la mujer “debe ser perfecta”, con senos grandes, cintura pequeña con vientre plano y grandes caderas. Es decir, nos venden las características ideales que una mujer debe tener, pero lo cierto es que, cada vez son más mujeres que se comparan con esa imagen de mujer idealizada, y para ello casi siempre recurren a procedimientos quirúrgicos para lograr la imagen deseada.

A partir de eso, en algunos casos, las mujeres se apropian de este estereotipo de una manera errónea, me atrevería a decir, pues esto solamente logra que se dañen mentalmente, pues tienen la idea de que su cuerpo no es el ejemplar, comienzan los problemas alimenticios y no piensan más allá de lo que podría pasar con su salud.

Hoy en día los ideales de belleza que se comparten en las redes sociales van más allá de lo cotidiano, es decir, podemos encontrar infinidad de mujeres que pertenecen a una clase social alta, que están acostumbradas a vivir entre lujos y calidad de vida, que, se dedican a compartir sus vidas a través de las redes sociales y que, por lo tanto, se convierten en influencias mundiales, influencias para otras mujeres que al ver sus fotos, idealizan la idea de belleza en una mujer, siendo que probablemente los estilos de vida no son iguales en todo el mundo. De ese modo se genera un conflicto, pues quizá muchas de esas mujeres receptoras que quisieran seguir el ejemplo de vida que les muestran, no están en las posibilidades de hacer lo mismo, y así se ven en la necesidad de cambiar tanto sus hábitos alimenticios como los económicos y su apariencia física.

## **1.4 JUSTIFICACIONES**

### **1.4.1 Personal**

Para mí es importante tratar este tema por varias razones, principalmente porque creo que las redes sociales nos presentan la realidad de otros, tanto pueden ser personas cercanas, como no cercanas e incluso desconocidos. En ese sentido la realidad que vive un influencer o creador de contenido web, es bastante diferente a la que vivimos las personas comunes, es decir, con un estilo de vida por debajo de los estándares que esas personas influenciadoras suelen vivir, de alta sociedad en pocas palabras. Así, estas personas nos comparten su vida a través de plataformas web o redes sociales, pero con cierto idealismo o perfección, en cada una de sus publicaciones. Entonces, creo que es importante analizar el qué piensan las jóvenes de determinada edad acerca de esas publicaciones, cómo es que interpretan dichos mensajes con base en sus contextos y cómo se lo apropian, en su apariencia, en su autoestima o en qué.

### **1.4.2 Social**

Un trabajo que hable sobre los estereotipos de belleza es importante para la sociedad en muchos aspectos, principalmente porque para las mujeres es un tema que no es fácil de asimilar, pues constantemente estamos comunicándonos a través de medios que nos venden una imagen acerca de cómo debe lucir nuestro cuerpo. Las redes sociales son un claro ejemplo de eso, pues en Instagram, Facebook, Twitter por mencionar algunas, son los principales medios en los que las mujeres son víctimas de la publicidad y del mercado, que venden un estereotipo de belleza e imagen corporal ideales, es decir, si no eres como nuestras modelos, entonces estás en el lado del no ser. Por consecuencia, aparecen los trastornos de alimentación y de mentalidad en algunas mujeres jóvenes y no jóvenes, pues se autosugestionan por lograr ser como las modelos.

### **1.4.3 Académica/Comunicación**

Para el caso de la comunicación creo que es importante este tema porque, precisamente es lo que están comunicando los medios a la población, que así es como debe verse, lucir, y ser una mujer joven. Los medios de comunicación son el

elemento principal de que estos estereotipos se difundan, sin embargo, ahora las redes sociales también se han encargado de difundir dichos estereotipos, que hacen que se repitan constantemente, es decir por qué no puede ser al revés, por qué no lo ideal sea una mujer con curvas, pasada de peso o con origen étnico, creo que es importante resaltar esos aspectos.

Por lo que, con esta tesis, se tuvo la intención de aportar al lector un nuevo conocimiento, sobre la interacción que se da a través de una figura pública, en este caso con la empresaria Kylie Jenner, la cual es considerada como una de las principales influencers del mundo.

Es importante decir que este aporte académico pudo servir como base para entender la producción de significados que se dan a partir de la interacción de los usuarios de Instagram, en torno a una figura pública, además de involucrar otros temas que se realicen posteriormente, ya que los datos fueron actualizados para enriquecer a los estudios en Comunicación y la Cultura.

Este análisis se realizó desde la perspectiva del interaccionismo simbólico el cual puede entenderse como “la interacción mediante la que los seres vivos acoplan sus respectivas conductas frente al entorno, a partir de la transmisión de mensajes, signos convenidos por el aprendizaje de códigos comunes” (Rizo, 2004: 1).

## **1.5 Supuesto**

Considero que para esta investigación se partió del supuesto de que los usuarios de las redes sociales siguen a figuras públicas solamente por popularidad o simplemente por seguir una cuenta que todo el mundo sigue, tan es el caso de la influencer Kylie Jenner, una figura pública con mucha fama y popularidad, pues la cuenta es una de las cinco más seguidas en todo el mundo, teniendo más de 398 millones de seguidores; entonces pienso que las jovencitas en particular la siguen por el hecho de que la mayoría sigue a la reconocida influencer y porque su contenido de alguna forma expone esos estereotipos de belleza que algunas jovencitas les gusta ver y reproducir. Aunque también existe la contraparte en la que, pudiesen ser seguidoras al haber conocido a la influencer por su aparición en el programa televisivo de sus

hermanas (*Keeping up with the Kardashians*) pues si bien se sabe es muy conocido en todo el mundo.

Sin embargo, también parto de la idea en la que no todos los comentarios que recibe en sus múltiples publicaciones sean del todo positivos, es decir, habrá quien le comente cosas nada favorables y habrá quien le escriba palabras espectaculares.

## **CAPÍTULO 2**

### **CONTEXTO SOCIOHISTÓRICO**

#### **2.1 REDES SOCIALES**

Al escuchar la palabra redes sociales inmediatamente las asociamos con el Facebook y Twitter entre otras, “sin embargo, la noción de redes sociales planteada va más allá de esta conceptualización. En realidad, es un asunto que ha existido desde el principio de los tiempos”. (Flores, 2014: 37).

Las redes sociales surgen en la Edad de Piedra, “cuando el hombre tiene la necesidad de relacionarse en grupos de su misma especie para defenderse y cazar animales con la finalidad de obtener alimento y abrigo, aumentando así sus posibilidades de supervivencia” (Flores, 2014: 37). La palabra Red Social surge en la época contemporánea, diversos investigadores han estudiado, desarrollado y perfeccionado el término.

En el año 1997, se crea “Six Degrees.com, considerada como la primera red social en la que se permitía crear perfiles y listas de amigos. En 2002, comienzan a aparecer sitios para amigos online, como Friendster y Fotolog” (Flores, 2014: 40).

Para el año 2003, es inaugurado My Space, entre otros como Hi5 o LinkedIn. En el año 2004, “estudiantes de la Universidad de Harvard, Mark Zuckerberg, junto con Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz y Chris Hughes crean Facebook, sitio de redes sociales abierto al público en 2006 y considerado actualmente como la red social más importante del mundo (Flores, 2014: 40).

Asimismo, en el 2006 nace el Twitter “un servicio de microblogging otra de las redes sociales más populares y exitosas (500 millones) de usuarios registrados, hasta abril de 2012” (Flores, 2014: 40).

Las redes sociales hoy en día son importantes y necesarias principalmente para la comunicación entre nosotros, por medio de ellas es como el mundo se entera de lo que sucede y no sólo nos quedamos con el saber de la televisión o la radio. Las redes sociales son plataformas de interacción entre la población a nivel mundial.

Hoy en día las redes sociales son el principal medio de comunicación en la vida de los seres humanos, y no solo comunicación sino también difusión de diversos

saberes, de forma rápida y al alcance de todos, de igual modo, estas tecnologías han logrado permitir que la comunicación interpersonal sea más eficaz.

El internet funciona para entretener a las personas y las redes sociales se convirtieron en un fenómeno que ha cambiado la forma de relacionarse y el modo de acceder a la información. Una red social inicia cuando se crea una aplicación, los creadores invitan a sus amigos a probar y usar la aplicación, y a su vez esos amigos invitan a otros amigos y así repetidas veces hasta hacerlo masivo, para que, a partir de eso, las personas puedan compartir lo que sea, cuando sea y con quien sea. Como Ramas menciona “Las herramientas que utilizan estas redes para conseguir usuarios y lograr sus objetivos son muy variadas: búsquedas de contactos, mensajería instantánea, correo electrónico, archivos compartidos. Actualmente, las posibilidades de relacionarse son más que antes, esto se debe a la cantidad de aplicaciones existentes en internet para facilitar la comunicación entre personas y que ayudan a establecer vínculos diversos” (Ramas: 2016).

A partir de que las redes sociales surgen, (Facebook, X e Instagram) se difunden muchas de las actividades y hobbies de los usuarios de las mismas, es importante mencionar que, todo aquel usuario que cuente con un teléfono inteligente, puede acceder a este tipo de aplicaciones en cualquier momento que lo desee y así se le facilite el acceso a cualquier información, así como saber más acerca de la vida de otros usuarios.

Las redes sociales se basan en algoritmos, es decir, son normas de programación que hacen que un usuario interactúe con alguna publicación sobre un tema cualquiera y poco rato le aparecerán recomendaciones sobre ese mismo tema, pero desde otras perspectivas, todo esto sin que el usuario lo haya buscado.

En cualquiera de las redes que se usan hoy en día existen algoritmos, que suelen atrapar a las cuentas de las personas en burbujas de contenido, en las cuales cada usuario se le muestra solo el contenido de su interés. Esto podría llevarnos a no enfrentarnos a otras ideas o pensamientos.

“Más allá de las definiciones puntuales, de lo que semánticamente represente una red social, lo cierto del caso es que ha sido un espacio creado virtualmente para facilitar la interacción entre personas” (Herrera: 2012).

El internet facilita la interacción virtual estableciéndose en un medio de relación social cada vez más habitual y utilizado por diferentes tipos de usuarios en todo el mundo.

## 2.2 INSTAGRAM

Instagram, será la red social sobre la que trabajé el análisis de la información para mi investigación, ya que es una red social con más de dos mil millones de usuarios, por lo tanto, tendremos que saber qué es en realidad la red social Instagram.

Es una aplicación y red social, sus principales funciones son: compartir fotos y videos llamados reels, la forma en la que interactúan más los usuarios es a través de stories, comentarios, mensajes privados y likes. Desde sus comienzos, la aplicación ha tenido una notable evolución, tanto en público objetivo, como en contenidos.

Instagram en sus inicios empezó con usuarios de edad joven, nada profesional, que solo compartían imágenes o fotos, pero con el tiempo llegaron otro tipo de usuarios, tales como adultos, profesionales, influencers, partidos políticos, instituciones, empresas, académicos y otros organismos, se han unido a la plataforma para darse a conocer.

Actualmente Instagram es una de las redes sociales más usadas en todo el mundo, cuenta con más de 2000 millones de cuentas activas mensualmente, por ello casi todos los medios de comunicación están en ella. Como González menciona: “Lo cual ha cambiado también la forma de relacionarnos con las noticias y la actualidad mediática”. (González: 2021)

El uso de las redes sociales, en este caso Instagram, es bastante por parte de las grandes marcas y empresas, puesto que ahora el marketing y la publicidad se da en mayor parte mediante redes sociales. Aquellas cuentas o perfiles con mayor número de seguidores, son aquellas que tienden a dar publicidad a pequeñas y grandes empresas, ya sea a cambio de un pago o productos, esta publicidad se hace a través de las llamadas menciones, historias o publicaciones acerca de la marca o empresa, invitando así al público a consumir la marca o empresa.

En general, el comportamiento de los usuarios de Instagram es influenciado, pues son usuarios que se dejan guiar por las publicaciones que muestran emociones positivas y un compromiso afectivo.

Instagram con el paso del tiempo se ha convertido en una herramienta sumamente útil para las ventas, sobretodo de ropa, viajes, cosméticos, restaurantes y lujos, pero

no es tan útil para servicios educativos y culturales, a menos que tenga mucho impacto su marketing, pues tienen menos difusión.

Instagram tiene millones de personas registradas gracias a lo fácil que es utilizar la aplicación y a que posee un diseño muy simple y dinámico. La plataforma cuenta con las siguientes funciones que los usuarios pueden utilizar:

-Compartir imágenes y videos: los usuarios pueden publicar imágenes o videos en su cuenta.

-Filtros: al momento de tomar una foto o video, los usuarios pueden aplicar una gran variedad de filtros para que sus contenidos tengan otro toque.

-Historias/Stories: esta opción sirve para compartir fotos y videos que tendrán 24 horas de duración para que otras personas lo puedan ver por solo ese lapso de tiempo.

-Mensajes directos/privados: Instagram tiene la opción de mensajes directos o privados entre un usuario y otro.

-Instagram live: esta opción es para aquellos usuarios que deseen hacer alguna transmisión en vivo e interactuar con sus seguidores.

-Instagram reels: esta función sirve para que el usuario pueda crear y compartir videos de corta y larga duración.

-Instagram explore: esta opción sirve para que el usuario pueda buscar contenido de su preferencia o a otras personas de Instagram.

-Instagram estadísticas: esto sirve para saber las estadísticas sobre su cuenta y a cuanta gente le está llegando sus publicaciones, sobretodo ayuda aquellas cuentas de ventas o que ofrecen algún servicio.

## 2.3 INFLUENCER

El significado de influencer “es un individuo que, gracias a su presencia en redes sociales, puede influir notablemente en las decisiones de compra de su audiencia, a menudo de manera imperceptible. Estas personas no son celebridades tradicionales, pero atraen seguidores compartiendo sus pasiones y puntos de vista singulares” (Ramos: 2023).

Hay estudios que caracterizan a los influencers como personas con gran compromiso, pues las grandes marcas de mundo hacen contratos con ellos para que les den publicidad. Los influencers casi siempre cuentan con muchos seguidores, pero eso no garantiza que van a tener muchas interacciones, dependiendo de la creatividad e imagen de influencer será su éxito al promocionar una marca, producto o idea de las marcas.

El término en español que significa lo mismo que influencer es “influenciador”, alguien capaz de persuadir a un grupo de personas. Un influencer digital ejerce esa influencia sobre un público muy específico, que resulta valioso para las marcas. (Ramos: 2023).

Una de las nuevas estrategias del marketing digital es por medio de los influencers, un medio muy utilizado por las grandes marcas. Pero muchas personas se preguntan acerca del origen de un influencer, nos cuestionamos si realmente un influencer es una persona famosa, o si sí es que tiene muchos seguidores en su red social, o si es alguien que se dedique a las ventas, pero no necesariamente tiene que serlo.

Un influencer, es una persona que tiene una gran personalidad y habilidades sociales, se relaciona con facilidad y como el término lo dice, influye en la opinión y decisión de otros, así, estas características son las ideales para poder promocionar a cualquier marca que lo busque.

El marketing de los influencers tiene como objetivo una estrategia, donde se hace un acuerdo con la marca y el influencer, para que este dé difusión y promueva la marca, con el objetivo de tener más ventas, más vistas a sus redes sociales, ser tendencia o simplemente dar a conocer a la marca si es que es nueva.

Hoy en día parece ser que un influencer da más confianza, da el aspecto de ser más cercano, lo vemos como un amigo al que le confiamos casi todo, alguien creíble para dar publicidad, el éxito del influencer ese ser auténtico. Un influencer puede tener

desde miles hasta millones de seguidores o fans en sus redes sociales y estos seguidores creen fielmente que el influencer es una fuente confiable de la información, cualquiera que sea, por lo cual, los seguidores fieles, sienten admiración y son receptivos a cualquier información.

Desde el punto de vista de las marcas, siempre van a buscar a los influencers con mayor número de seguidores, eso principalmente, pero también buscan que tengan conocimiento sobre el tema de campaña y que tengan la sensibilidad de empatizar con sus seguidores. Un influencer conecta mejor con su público.

En la actualidad los influencers son personas que cuentan con grandes números de seguidores en sus cuentas de redes sociales, que tienen un ritmo de vida alto, porque sus ingresos son elevados, tanto por lo que reciben de la monetización de sus redes sociales y por lo que generan al promocionar una marca, por lo tanto, el estilo de vida que llevan y muestran en las redes sociales crean estereotipos de vida y de belleza, los influencers son superficiales.

## 2.4 BIOGRAFÍA KYLIE JENNER

El 10 de agosto de 1997 nace en Los Ángeles, Estados Unidos Kylie Kristen Jenner, conocida en el mundo artístico como Kylie Jenner, una modelo, empresaria e influencer. A la edad de 10 años hizo sus primeras apariciones en el programa que tenían en su propia familia llamado *Keeping up with the Kardashians*, el cual hasta la fecha está vigente pero ahora con el nombre de *The Kardashians* y se transmite a través de Hulu (canal norteamericano) y a través de la plataforma Disney plus.

Forma parte de una familia que constantemente está en boca de todos, puesto que se conforma por Kim Kardashian, Kourtney Kardashian, Khloe Kardashian, Rob Kardashian y Kendall Jenner. Kim, Kourtney, Khloe y Rob son sus medios hermanos ya que son hijos de su mamá, pero diferente papá; Kendall por el contrario sí es su hermana de sangre pues hijas de la misma madre y padre. A partir de su aparición en dichos programas, Kylie comenzó a hacerse popular en el mundo de la moda, la vanidad y los negocios.

La revista Time colocó a Kylie Jenner en el año 2014 y 2015 como una de las mujeres jóvenes con más influencia en el mundo y en las redes sociales. Hasta julio de 2024 Kylie Jenner cuenta con más de 398 millones de seguidores en Instagram, lo cual la convierte en una de las mujeres más seguidas en el planeta en esta red social.

Kylie Jenner empezó a independizarse a la mayoría de edad, adquiriendo una casa sumamente costosa, su fortuna la ha conseguido con ayuda de sus padres, pues con una trayectoria como modelo, una línea de maquillaje y ropa propia, sus ingresos van en aumento, tanto que la revista FORBES la nombró como la multimillonaria más joven del mundo.

En los últimos años, las empresas de Kylie le han dejado más de 900 millones de dólares, su gran fortuna continua en aumento con las apariciones en el programa de la familia y con la colaboración en proyectos o con marcas de gran impacto, logrando así ser la hija con mayores ingresos, comparándola con las hermanas Kardashian.

Kylie Jenner en su adolescencia sufrió de acoso, pues solían molestarla burlándose de su físico, sobretodo de sus labios que, eran su principal inseguridad. Esto ocasionó que Kylie sorprendiera a sus seguidores y fans, con un cambio radical en su rostro, pues se había logrado modificar el rostro (nariz, labios, cachetes) pero lo más

sobresaliente fueron sus labios, pues eran más grandes de lo que se le solían ver. En 2015 siguieron los cambios, pues sus labios iban en aumento, se miraban aún más grandes, sus pechos y sus glúteos de igual manera iban en aumento, pues se veían más prominentes, logrando que especularan acerca sobre si se había sometido a múltiples cirugías estéticas para parecerse a sus demás hermanas que ya se habían sometido a distintas cirugías.

La influencer al enterarse de estas especulaciones, brindó una entrevista en la cual comentó la realidad sobre los supuestos cambios en los que aseguraban que se había realizado intervenciones quirúrgicas y dijo lo siguiente: “La gente piensa que pasé por el quirófano y me reconstruí la cara por completo y eso es totalmente falso”.

Kylie aseguraba que eso le daba terror y que no lo haría, que no lograba comprender por qué las personas no creían lo que un cabello sano y un maquillaje bonito pueden lograr, y solamente se había puesto relleno en los labios y algunas otras zonas de la cara, pero jamás algo en el quirófano, pero, aunque la influencer haya hecho esas declaraciones, los medios de comunicación y sus seguidores se siguen preguntando sobre la apariencia de su cuerpo y las grandes diferencias de cómo lucía antes y cómo lo hace ahora.

A continuación, mostraré en una tabla, ocho imágenes de la influencer Kylie Jenner antes y ahora, para dar a demostrar su cambio radical, tanto en su cuerpo, así como en su rostro.

**Kylie Jenner  
Antes**



Fuente:  
[https://www.telva.com/celebrities/album/2021/08/25/61256e7c01a2f11d4f8b45e3\\_22.html](https://www.telva.com/celebrities/album/2021/08/25/61256e7c01a2f11d4f8b45e3_22.html)

**Kylie Jenner  
Ahora**



Fuente:  
<https://www.usmagazine.com/enespanol/estilo/modelo-asegura-que-lo-despidieron-por-eclipsar-a-kylie-jenner/>



Fuente:  
[https://es-us.vida-estilo.yahoo.com/kylie-jenner-confiesa-que-se-sentia-fea-los-15-anos-013447341.html?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS5teC8&guce\\_referrer\\_sig=AQAAAM0CknMp5XPU33quMuPizXx3GI9hif\\_6VAFuDZV8Vcmvj2kDuVLmPT2afZRABYxIMvb7--VcSDqaNB8DDXTJX14YlvHOMNKIYN9H1hDUHjQBxtzTrdoTlhzxwhmLEaK0HER1CZ6gh2BQPL5QD9U7nrhMihLvn8cXQvzbpD4lQUme](https://es-us.vida-estilo.yahoo.com/kylie-jenner-confiesa-que-se-sentia-fea-los-15-anos-013447341.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS5teC8&guce_referrer_sig=AQAAAM0CknMp5XPU33quMuPizXx3GI9hif_6VAFuDZV8Vcmvj2kDuVLmPT2afZRABYxIMvb7--VcSDqaNB8DDXTJX14YlvHOMNKIYN9H1hDUHjQBxtzTrdoTlhzxwhmLEaK0HER1CZ6gh2BQPL5QD9U7nrhMihLvn8cXQvzbpD4lQUme)



Fuente:  
<https://www.trendencias.com/belleza/kylie-jenner-lanza-aceite-para-labios-que-completa-sus-lipkits-promete-dejarlos-suaves-e-hidratados>



Fuente:  
<https://www.nuevamuje.com/espectaculos/2019/05/02/kylie-jenner-foto-irreconocible-antes-de-las-cirugias.html>



Fuente:  
[https://www.reddit.com/r/PurelyKardashian/comments/1cwh80x/kylie\\_jenner/?rdt=47006](https://www.reddit.com/r/PurelyKardashian/comments/1cwh80x/kylie_jenner/?rdt=47006)



Fuente:  
<https://www.lecturas.com/famosos/kylie-jenner>



Fuente:  
<https://www.lasrosas.com.ar/portal/la-sofisticada-fiesta-del-24-cumpleanos-de-kylie-jenner/>

## **CAPÍTULO 3**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **3.1 ESTEREOTIPOS DE BELLEZA**

Los estereotipos de belleza tienen en cuenta varios puntos, como el tipo de cuerpo, forma de vestir y el modo en que se arregla cada individuo, así mismo los jóvenes hoy en día procesan y aplican la información sobre estos estereotipos de belleza en su cotidianidad, por ejemplo, compran en tiendas de ropa que estén de moda, van al gimnasio, los accesorios que usan son lo más nuevo, a partir de ahí los estereotipos de belleza se van creando conforme a una moda.

Es de mucha importancia mencionar que los estereotipos de belleza, por lo general tienen mucha influencia de la última moda en el mundo, donde si tu cuerpo no se ve bien o no vistes bien, no tendrás éxito alguno.

En cuanto a las formas de relacionarse entre las personas, las redes sociales también fomentan la propagación de ciertos estereotipos que, debido a su idealización social, pueden ser perjudiciales y peligrosos para quienes, debido al deseo de reproducirlos, llegan a afectar su salud y sus relaciones interpersonales.

Blanca González señala que: “Por sus efectos en el proceso de socialización de cada grupo humano, el concepto de estereotipo puede ser un tema que se vuelve algo controversial. Se puede comenzar mencionando cómo los estereotipos facilitan la predicción de eventos y comportamientos en ciertos grupos en los que nos integramos a lo largo de la vida, lo cual permite entender el entorno en el que nos desarrollamos de manera sencilla, coherente y ordenada”. (González, 1999).

Las modelos y actrices de nuestros tiempos, deben tener una serie de características físicas que les permitan cumplir con los estereotipos de belleza: delgadas, finas, bonitas, etc. La belleza femenina genera riqueza, cuando una actriz o modelo necesita modificar una parte de su cuerpo para encajar aún más en ese estereotipo de belleza, utiliza esos métodos, lo que contribuye a la creación de estos estereotipos.

Quién dice que las personas no deben madurar o envejecer, quién dice que debemos lucir por siempre jóvenes, los estereotipos de belleza buscan explicar el

comportamiento de un grupo de personas diferenciándolos de otro grupo, principalmente por rasgos físicos y aceptando esas diferencias por ellos mismos.

Sinthia Quispe nos dice que: “Los estereotipos buscan explicar y justificar el comportamiento de un grupo diferenciándolos de otros y marcando un rasgo crucial de dicho grupo expresado en un comportamiento o normas establecidas y aceptadas por los mismos. Cabe señalar que la apariencia física como una creencia compartida aceptable es una realidad en la sociedad. La belleza al igual que la moda no es algo estático sino dinámico, abstracto y cambiante con el trascurso del tiempo. No existe una definición exacta de belleza más que cada época tuvo sus propios rasgos para definir lo bello como la forma de vestir, el cuerpo, incluso la forma de maquillarse”. (Quispe: 2013)

Alberto Durán, et.al, menciona que: “Los estereotipos tienen un nivel de éxito en el momento en que se naturalizan en las personas en conjunto con el entorno en que se están estableciendo, de tal modo que los individuos lo aceptan como parte de su vida y de su forma de desarrollarse para y con los demás pues se presentan como creencias inconscientes que se comparten por esta sociedad. Por lo tanto, se podría definir a los estereotipos o cánones de belleza como el conjunto de características de una persona consideradas por la sociedad como atractivas o hermosas. (Durán, et. al: 2020)

La belleza nace en los tiempos de los filósofos, donde exponen distintos términos de la definición de belleza, y no sólo en la rama de la filosofía sino también en otras ciencias como la estética o la sociología. Michael Walzer, nos dice que: “La doctrina sobre la belleza nació de la controversia entre filósofos y poetas, de ahí que sus orígenes estén en la creación de la literaria griega. Ciertamente existen estudios históricos, ensayos teóricos e investigaciones de tipo crítico que exponen el concepto de la belleza desde diferentes enfoques, esto significa que la belleza ha sido estudiada desde la filosofía, las matemáticas, la estética, la semiótica, la antropología, la sociología y el psicoanálisis y las ciencias de la comunicación entre otras” (2009, p. 26).

Si bien, existen culturas del otro lado del mundo en las que perciben diferentes conceptos de belleza, por ejemplo, en Tailandia, algunas mujeres practican el cuello de Jirafa, que, si bien es conocido por ponerse collares en el cuello de tal forma que

el cuello se estire mucho y dar el aspecto como el de una jirafa, de ese modo, para esa región la belleza es parte de eso, de sus culturas, entonces, el mundo generaliza mucho en un solo estereotipo de belleza, es decir que se basan en la cultura occidental, a un cuerpo armónico y sereno, donde un cuerpo delgado es sinónimo de belleza. Es importante mencionar que los estereotipos dependerán de cada cultura alrededor del mundo y su manera de percibirlos, no podemos solo generalizar a un modelo como tal.

Sin embargo, no existe una forma científica de medir la belleza, lo que para uno es bello para otro no. La belleza ha existido desde siempre, incluso antes de que el ser humano se planteara sobre su existencia, estaba ahí, en la naturaleza, pero cuando se asoció con las artes y la estética.

A lo largo de la historia el concepto de belleza ha ido evolucionando o quizás transformándose. Según Garrido: “Los ideales de belleza tienen una constante modificación dependiendo de la sociedad en la que se desarrollen estos ideales. Los estereotipos de belleza vienen relacionados con paradigmas culturales, haciendo que sociedad y cultura sean las variables dinámicas”. (2010, p.119).

Murolo señala que: “Las culturas y las sociedades son propensas a estereotipos alrededor de la estética, que la belleza es un factor fundamental de las relaciones sociales, directamente ligada a la posición de, clase y pertenencia. Lo bello es en tanto una imposición, una convención que cambia según pasan los años; es decir, una variable más de lo histórico y social”. (2009, p. 11).

Así, al imponer una moda, se hace una relación entre un modelo a seguir y la persona, la cual hace sentido de pertenencia a algo que están diciendo los demás.

Como señala Walzer: “El concepto de belleza ha dejado huellas irremplazables en la idea que las personas se construyen acerca de lo bello. La historicidad es una de las características propias del pensamiento sobre la belleza porque conduce a una reflexión sobre toda la tradición de nuestra propia historia” (2009, p. 28).

La autora Ana Muñoz señala que: “En el caso de las mujeres, el arte, la publicidad y los medios de comunicación nos hacen creer que la belleza es probablemente la cualidad que nos hacen más valorable, la que se tiene en cuenta en primer lugar, la más destacable socialmente. La mujer-objeto de deseo es la que vemos en anuncios,

pasarelas, concursos de belleza, juegos de ordenador, etc., proponiendo un estereotipo de belleza imposible de alcanzar para la mayoría de las mujeres”. (Muñoz: 2014)

Debido a que los estereotipos de belleza lamentablemente se reflejan en la sociedad a través del rechazo o la aceptación hacia uno mismo, los jóvenes, en su búsqueda de la belleza, pueden recurrir a cambios de imagen repentinos o incluso a trastornos alimenticios (anorexia o bulimia), todo esto para alcanzar un ideal de belleza. Es importante educarse para entender que la realidad que se presenta en los medios no es una realidad única, si no se ve de manera crítica, puede repercutir en la salud, ya que no existe regulación para los estereotipos que se muestran en los medios.

En las redes sociales como en los medios televisivos masivos, podemos ver que las imágenes publicitarias de mujeres afectan la percepción del cuerpo femenino de las adolescentes e incluso de otras mujeres; estas imágenes son falsas y pueden haber sido retocadas con algún programa para eliminar las imperfecciones. La idealización de la edad juvenil, tanto en silueta como en piel como en estilo de vida, se ve inmediatamente afectada por la representación femenina en la publicidad.

En la publicidad tradicional ser mujer significa ser joven y tener un cuerpo delgado, con medidas de modelo, es decir el dichoso 90-60-90, tez blanca y de altura alta. Manipulando así no solamente nuestro físico, sino también nuestra mente.

Muchas marcas de moda, dan como ejemplo que el cuerpo femenino ideal es un cuerpo de piel blanca, joven y esbelto, vestido y bello, sin defectos, marcas, enfermedades o carencias. Definido por tres conceptos básicos belleza, juventud y perfección. (Cáceres & Díaz: 2008)

Desde los tiempos más antiguos, los ideales de belleza siempre han existido, pues es una peculiaridad que las personas suelen tener, pero sobre todo juzgar, pues si no cumples con los estándares que la misma sociedad ha impuesto, no estás dentro del área del ser, pero quién dice que esas medidas (90-60-90) deben ser las correctas en el cuerpo de la mujer.

Así mismo, se manejará la concepción de belleza que gira en torno a la mujer gracias a la mediatización de las imposiciones sociales:

Como muchas otras imposiciones morales, la de ser bella recae principalmente – aunque no exclusivamente sobre la mujer. La belleza femenina fue una de las más codiciadas figuras por los artistas, de allí que su cuerpo, convertido en objeto de deseo desde tiempos inmemoriales, sea tomado por la publicidad para compararlo y extender ese deseo mediante procedimientos metafóricos y metonímicos– hacia la mercancía que pretende vender. Por medio de este procedimiento, se produce a la vez una transmutación de entidad y roles: también el cuerpo se convierte en el objeto vendible. “Estar perfecta”, “ser perfecta” son fórmulas asiduamente empleadas en el lenguaje mediático para interpelar a las ganas, de una mujer real, de ser aquella a quien todos desean, aunque de tan perfecta e inocente, peque de virtual y, fundamentalmente, de superflua. (Murolo:2009)

Sin embargo, en la actualidad los estereotipos de belleza no son universales, esto depende de cada religión del mundo y sus diversas culturas. Así, podríamos decir que los estereotipos de belleza son el conjunto de características de una persona consideradas por la sociedad como hermosas o atractivas.

Lo más común en las redes sociales, es ver la imagen de la mujer sexualizada, donde se exhiben cuerpos ideales, perfectos, hechos por la publicidad y medios de comunicación de manera repetida, generando un importante significado en la percepción de la belleza para la sociedad.

### **3.2 CONTEXTUALIZACIÓN SOBRE LA SITUACIÓN DE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA ACTUALES, EN MÉXICO.**

En este apartado se hablará de algunos datos actuales sobre la situación de los estereotipos de belleza de algunas mujeres en México, ya que los estereotipos de lo que es bello o no han masificado la belleza a lo largo del tiempo. Las personas crecen y se desarrollan bajo estándares difíciles de alcanzar, por lo que estas ideas han sido construidas desde la cultura y han evolucionado con el tiempo.

La belleza es una idea abstracta que se relaciona con varios aspectos de la vida humana actual, se experimenta de dos maneras globales: la personalización y la masificación; sin embargo, estas dos formas de vida conviven juntas.

Si bien, México va hacia esa tendencia internacional de personalización y percepción de la belleza, está bastante anclado a un solo estándar de belleza, es decir, aunque los paradigmas respecto a la belleza estén ya más modernizados, continúa centrándose en el pasado. México se convierte en un país en donde me atrevo a decir que el rostro se aprecia más que el cuerpo, por lo que hay ciertas características físicas que por mucho tiempo se han considerado como belleza mexicana.

Los estándares de belleza y la moda en general antes podían conocerse a través de revistas, programas de televisión y sitios web, puesto que no tenían el alcance de ahora. En la actualidad, con las redes sociales, desde los más pequeños pueden acceder a una red social y pueden consumir cualquier tipo de publicaciones, donde se muestran las nuevas tendencias en moda y belleza entre otras cosas.

La influencia que ejerce este tipo de medios digitales ha ocasionado que se lleven a cabo múltiples estudios para observar si estos afectan en la percepción de la propia imagen, autoestima o estado de ánimo.

El efecto de las publicaciones mostradas en las redes sociales sobre las personas en algunas ocasiones afecta la percepción de la imagen propia, por ello creo que es recomendable mostrar imágenes reales con todo tipo de personas, para evitar crear un mensaje que pueda hacer sentir mal a cualquier persona.

Por otro lado, el papel de las redes sociales como difusoras de la industria de belleza las convierte en herramientas con fuerte poder de influencia y apropiación. En la actualidad, aunque resulte lamentable, es imposible negar que los medios publicitarios y las redes sociales, juegan un papel fundamental en la toma de nuestras decisiones, lo que compramos, lo que escuchamos, el lugar de moda al que deseamos asistir, sería un reflejo de la influencia que ya consumimos inconscientemente en una red social o página web.

## **CAPÍTULO 4**

### **ESTADO DEL ARTE**

En este apartado se verán aquellos aportes teórico-metodológicos que otros autores han abordado acerca de los estereotipos de belleza.

Ana M. Muñoz Muñoz (2015, p.370) hicieron una investigación acerca de la iconografía, estereotipos y manipulación fotográfica de la belleza femenina, la cual tiene que ver con mi tema de estereotipos de belleza, pues como ellas señalan “la manipulación digital de la imagen femenina se ha hecho con cotidianidad y se ha convertido en algo muy normal”, aceptado por la sociedad, pero que a su vez realiza un estereotipo de belleza basado en imágenes que son retocadas y que incluso se pueden ver irreales e inalcanzable. Ponen de ejemplo el tipo de canon de belleza que se tiene en las muñecas de Barbie, que, si lo pensamos, está considerada como la representación de la figura femenina perfecta, aunque en la vida real, parecerse a Barbie sí se podría lograr, a costa de retoque digital o quirúrgico.

Esta breve investigación se basa en el concepto de belleza femenina el cual se modifica a través de programas gráficos y fotográficos para su influencia en los medios, en el caso de mi trabajo sería para las redes sociales.

El objetivo principal de Martínez en su investigación es proponer una mirada unificadora sobre la imagen de la mujer, su iconografía, estereotipos y belleza femenina. El estereotipo clásico de belleza es expandido gracias a la publicidad, los medios de comunicación y cómo no, a Internet, dicho canon discrimina a distintas razas, prevaleciendo la caucásica ignorando así que puede haber otros tipos de belleza en el mundo. (2015, p. 375).

Por lo tanto, si estamos en una nueva sociedad del postcapitalismo percibimos un nuevo canon de belleza. En el caso de las mujeres, el arte, la publicidad y los medios de comunicación nos hacen creer que la belleza es probablemente la cualidad que nos hacen más valorable, la que se tiene en cuenta en primer lugar, la más destacable socialmente. La mujer-objeto de deseo es la que vemos en anuncios, pasarelas, concursos de belleza, juegos de ordenador, etc., proponiendo un canon de belleza imposible de alcanzar para la mayoría de las mujeres (Martínez: 2015).

Pero habrá que tener en cuenta que no existe un manual de la publicidad que diga que para ser eficaz tenga que ser sexista, ni que deba imperar un canon de belleza femenina, sin embargo, los anuncios publicitarios promocionan una imagen estereotipada, sexista, sobre la mujer. Intentando definir un nuevo canon de belleza informáticamente adulterado. Iconos de belleza femeninos han sido ejemplificados a través de estrellas de cine convirtiéndose a lo largo de la historia en paradigmas de belleza, el problema de estas imágenes es que han sido alteradas a través de programas informáticos. (Martínez: 2015).

Realidad social, donde la belleza femenina se convierte en un producto fácilmente manipulable. Definido por tres conceptos básicos belleza, juventud y perfección. Resumiendo, la publicidad propone mujeres bellas, con rostro y cuerpo perfecto donde no existen marcas de cansancio o de edad, o rasgos que se aparten del canon de belleza actual, afirmando que en cuatro de cada cinco anuncios se presenta un cuerpo y rostro perfecto. (Martínez: 2015).

Otra de las investigaciones que encontré fue el de Kathleen Nixon en la que en su investigación trata de abordar la percepción de los estereotipos de belleza femeninos en mujeres jóvenes, seguidoras de 3 influenciadoras de la red social Instagram. La investigación tiene detrás un trabajo de recolección de información muy juicioso, tras abordar autores que sustentan teóricamente su análisis.

Nixon, en su investigación dice que: “El concepto de belleza y lo que construye su ideal, ha evolucionado a lo largo del tiempo, este término se ve relacionado con las percepciones sociales y la construcción de estereotipos” (2020, p.8) Para este trabajo se trabajó en cómo esto ocurre en las redes sociales, específicamente en Instagram. “El ideal de belleza femenino es una construcción social arraigada a las percepciones que forman lo que se conoce como el estereotipo de belleza. Lo que se considera bello, ha sido un concepto impuesto por nuestro alrededor, nuestra cultura, la sociedad y cada individuo. La belleza siempre ha estado conectada al cuerpo, a la apariencia física, a la manera en que luces o la forma en que vistes, y aunque los tiempos han ido cambiando y el estereotipo se ha visto distorsionado, siempre ha tenido el poder para definir lo que la sociedad pueda considerar, para el caso de los estereotipos femeninos, la mujer perfecta. En efecto, la perfección recae en la percepción.” (Nixon: 2020).

Sus objetivos específicos fueron: 1. Realizar una retrospectiva sobre la evolución del ideal femenino de belleza. 2. Analizar tres cuentas de la red social, Instagram, para entender cómo posicionan el ideal femenino de belleza. 3. Comprender cómo perciben el ideal de belleza posicionado a través de las tres cuentas de Instagram.

Realizó el análisis sobre los estereotipos y los ideales de belleza, explica qué son las redes sociales, pero sobre todo la red social Instagram. En su marco metodológico, empezó por aplicar una encuesta con el fin de identificar las cuentas de Instagram que se iban a analizar, la encuesta fue creada y realizada en línea. De este modo fue más sencillo poder publicar la encuesta para el público objetivo, con el fin de recibir varias respuestas. Las preguntas fueron contestadas por un total de 72 niñas y mujeres jóvenes. La segunda fase de la metodología de este trabajo de grado, consiste en contemplar los tres perfiles de Instagram que fueron seleccionadas en la primera fase de esta investigación por medio de unas fichas de observación. La perspectiva cualitativa de esta investigación, fue llevada a cabo por medio de una serie de entrevistas virtuales, enfocadas en encontrar y analizar respuestas diversas en torno a las tres categorías principales de este trabajo. (Nixon: 2020, p.46).

Como conclusión de la investigación Nixon menciona que: “La sociedad en la que vivimos, es la que crea y refuerza los ideales que queremos y buscamos alcanzar, sabiendo que una imagen en un perfil de Instagram, puede plasmar una historia diferente detrás de cámaras. Aunque Instagram sí es un mundo dónde el mantenimiento y la creación de estereotipos femeninos son expuestos, a través de este trabajo de grado, ha sido posible observar que efectivamente si se crean diversos cánones de belleza”. (2020, p. 72).

Otra de las investigaciones que encontré referente al tema de los estereotipos de belleza fue la siguiente, una investigación de Sinthia Quispe Villanueva (2013), quien en conjunto con dos más, trabajaron sobre “la percepción de los estereotipos de belleza corporal en jóvenes de 18 a 35 años migrantes de segunda generación y la manera en que estos influyen o se articulan a las tradiciones y costumbres de la ciudad de El Alto; proyectando así, crear una correspondencia de bisagra entre las tradiciones con las modernidades. El problema de investigación al cual se dará respuesta es: “La insatisfacción constante que presentan los jóvenes migrantes de segunda generación comprendidas entre las edades de 18 a 35 años que asisten a

gimnasios en la Ciudad de El Alto, en relación con su aspecto físico, buscando de esa forma reelaborar su apariencia bajo las pautas de belleza estética y física propuestas por el fenómeno de la moda y los medios de comunicación.

La investigación tiene los siguientes objetivos según Sinthia Quispe: “describir el perfil sociodemográfico de jóvenes migrantes de segunda generación que asisten a gimnasios de la ciudad de El Alto. Identificar la percepción que los/as jóvenes migrantes de segunda generación tienen sobre su vestimenta, lenguaje y auto identificación. Caracterizar el ideal de belleza corporal que poseen los jóvenes migrantes de segunda generación que asisten a gimnasios de la ciudad de El Alto”. (Quispe: 2013)

Utilizaron el método deductivo, el cual permite ir de lo general para llegar a un conocimiento particular llegando de esta manera a la realidad, este procedimiento es necesario para poder comprobar la hipótesis con base al material empírico a través de la práctica científica. Permitted conocer la influencia del fenómeno de la moda, los estereotipos de belleza corporal occidentales, difundidos a través de los medios de comunicación como algo general.

En conclusión, según Sinthia Quispe explica que “Los jóvenes que formaron parte de la investigación mostraron cambios en estos tres aspectos; cambio de la vestimenta en comparación a la de los padres, el lenguaje siendo muy pocos aquellos jóvenes que sean bilingües y finalmente en porcentajes similares aquellos que se identifican con la pertenencia a algún pueblo originario y los que no. Por lo que se evidencia la influencia de los medios de comunicación en la difusión de imágenes de los estereotipos de belleza corporal en jóvenes sobre todo en arreglo personal, vestimenta entre otros”. (2013)

Al final las tres investigaciones anteriores, me confirman que los estereotipos de belleza en los tiempos de ahora, pues sí afectan a un cierto porcentaje de la población y que la gente espera que la sociedad acepte tal cual su apariencia, pero con la influencia de las redes sociales, y medios de comunicación en general.

## CAPÍTULO 5

### APARTADO METODOLÓGICO

La metodología que se utilizará será la cualitativa ya que este método dio la pauta para entender a profundidad el tema y ayudó a obtener información de una forma micro social y no macro social como lo hace la metodología cuantitativa. El método cualitativo como lo señalan Taylor y Bogdan se basa en “entender los fenómenos sociales desde la propia perspectiva del actor, la realidad que importa es lo que las personas perciben como importante” (Taylor y Bogdan: 1994).

El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio (Sampieri: 2017, p.7).

El investigador o investigadora plantea un problema, pero no sigue un proceso definido claramente. Sus planteamientos iniciales no son tan específicos como en el enfoque cuantitativo y las preguntas de investigación no siempre se han conceptualizado ni definido por completo. En la búsqueda cualitativa, en lugar de iniciar con una teoría y luego “voltear” al mundo empírico para confirmar si ésta es apoyada por los datos y resultados, el investigador comienza examinando los hechos en sí y en el proceso desarrolla una teoría coherente para representar lo que observa. Dicho de otra forma, las investigaciones cualitativas se basan más en una lógica y proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general. Por ejemplo, en un estudio cualitativo típico, el investigador entrevista a una persona, analiza los datos que obtuvo y saca conclusiones; posteriormente, entrevista a otra persona, analiza esta nueva información y revisa sus resultados y conclusiones; del mismo modo, efectúa y analiza más entrevistas para

comprender el fenómeno que estudia. Es decir, procede caso por caso, dato por dato, hasta llegar a una perspectiva más general. (Sampieri: 2017, p.8)

Vale la pena decir que la metodología cualitativa se basa en la etnografía y la fenomenología, ya que a través de ella se pudo observar, interpretar, describir los comportamientos de las personas, sus sentimientos, emociones y prácticas, las cuales van más allá de obtener cifras como lo hace la metodología cuantitativa. A través de esta metodología se hizo un análisis concreto del tema y del problema específico para que con los nuevos resultados que arrojó esta tesis enriquezcan aún más la investigación.

Una de las tareas prioritarias de la metodología cualitativa en esta investigación, fue ver cómo las personas interpretan su vida personal, a través de los comentarios que hacen sobre las fotografías de la influencer Kylie Jenner, básicamente, permitió observar y describir detalladamente todo lo que se expresa de manera textual, durante la interacción de los usuarios que siguen a esta influencer, en la red social Instagram.

Con esa finalidad, la metodología cualitativa, fue de utilidad para estudiar cualquier escenario y persona, ya que “todos los escenarios y personas son dignos de estudio, ningún aspecto de la vida social es demasiado frívolo o trivial para ser estudiado” (Taylor y Bogdan: 1994).

## **5.1 TÉCNICA**

En esta investigación, la técnica que se utilizó fue la etnografía virtual la cual es “un método clásico de la investigación cualitativa que permite al investigador estudiar de manera directa el comportamiento de un grupo de personas, gracias al trabajo de campo realizado a través de distintas técnicas de investigación” (Mira: 2014).

Cuando los investigadores comienzan a mostrar interés ante el fenómeno que representa la generación de espacios de sociabilidad, producto de la configuración de comunidades virtuales en internet; una tecnología a través de la cual favorece la emergencia de canales de comunicación que potencian interactividad, tanto asincrónica como sincrónica a través de correos electrónicos, las wikis, las redes sociales, foros, las redes de colaboración, e incluso plataformas educativas donde se

usan otros recursos como aulas virtuales, videoconferencias o la mensajería instantánea (Ruiz y Aguirre, 2015).

Se analizó como un espacio de sociabilidad, como lo es la red social Instagram, ha logrado que sus usuarios interactúen a través de las fotografías que publica la influencer Kylie Jenner con respecto a los estereotipos de belleza, además de observar qué se comenta de manera textual, sobre lo que es exhibido de esta influencer en esos momentos.

Por otro lado, con la etnografía virtual se pudo ver hasta qué punto el internet “permite la interacción entre el investigador y los participantes de su estudio” (Hine, 2000:66).

Dentro de este marco, es necesario decir que la etnografía virtual, sirvió para desplazarse a través de la tecnología, es decir, que en la red social Instagram, se puede avanzar en el tiempo y espacio siendo este un “objeto etnográfico, en tanto esté posibilitada por tecnologías accesibles, es la etnografía en lo virtual, de lo virtual, y a través de lo virtual” (Hine, 2000: 82).

De igual manera, la etnografía virtual se ha adaptado al mundo real, ya que es justo lo que conlleva a entrelazarse en Instagram y sobre todo en las interacciones que se dan entre las personas, aunque no sean reales. Si bien, es cierto, hoy en día vivimos en un mundo englobado en el Internet y Redes Sociales, nuestras sensaciones y emociones son expresadas a través de una fotografía o textos.

Esta técnica permitió analizar cuál es la interacción que se da entre usuarios de Instagram con respecto a los estereotipos de belleza representados en las fotografías que comparte la influencer Kylie Jenner de sí misma en su perfil ya que “este método clásico de la investigación cualitativa se ha desarrollado y todavía tiene una gran relevancia en el estudio de las costumbres y comportamientos de las sociedades actuales, donde los medios de comunicación e internet las ha modificado y transformado” (Mira: 2014).

De esta manera, a través de la etnografía virtual se pudo ver cómo los usuarios se relacionan entre sí, analizando los comentarios y percibiendo las opiniones que muestran cuando comentan sobre las fotografías de la influencer, ya que sin conocerse o sin mirarse se pudo interpretar qué representación tiene este personaje en la sociedad.

## **CAPÍTULO 6**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

En este apartado se plasman los resultados de la investigación. Como se puede ver, a continuación, se muestra primero cada una de las imágenes seleccionadas para hacer el análisis correspondiente, incluyendo los datos generales que permitan su localización e identificación. Posteriormente se describió y se contextualizó de manera general cada fotografía, con una temporalidad de dos meses, que abarca del 15 de noviembre de 2023 al 15 de enero de 2024.

Como elemento central de mi análisis se trabajó sobre los comentarios de entre 10 y 20 distintas personas seguidoras de la influencer, después se analizaron las interacciones observadas sobre cada una de las imágenes de esta muestra y para concluir con un análisis de los estereotipos de belleza en cada una de las imágenes seleccionadas.

### Imagen 1. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/CzrJ6TNJ\\_ac/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CzrJ6TNJ_ac/?img_index=1)

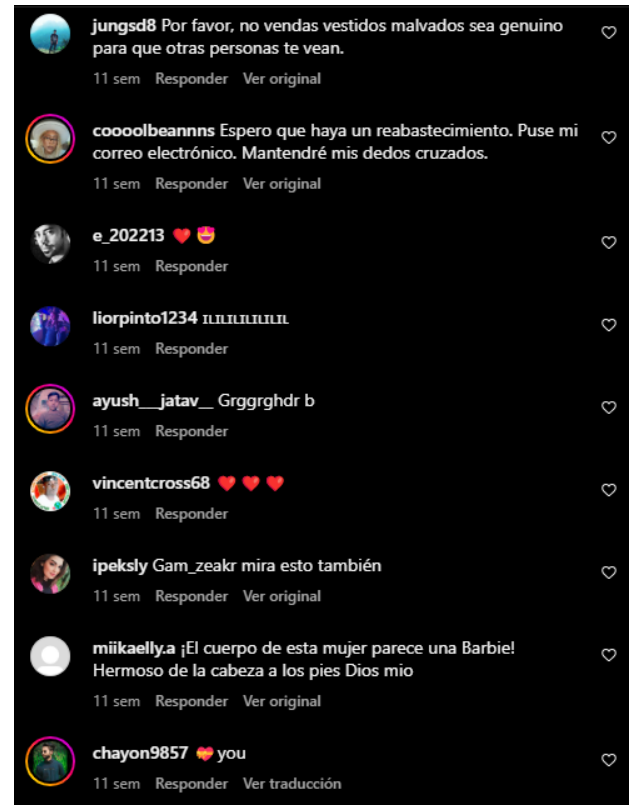
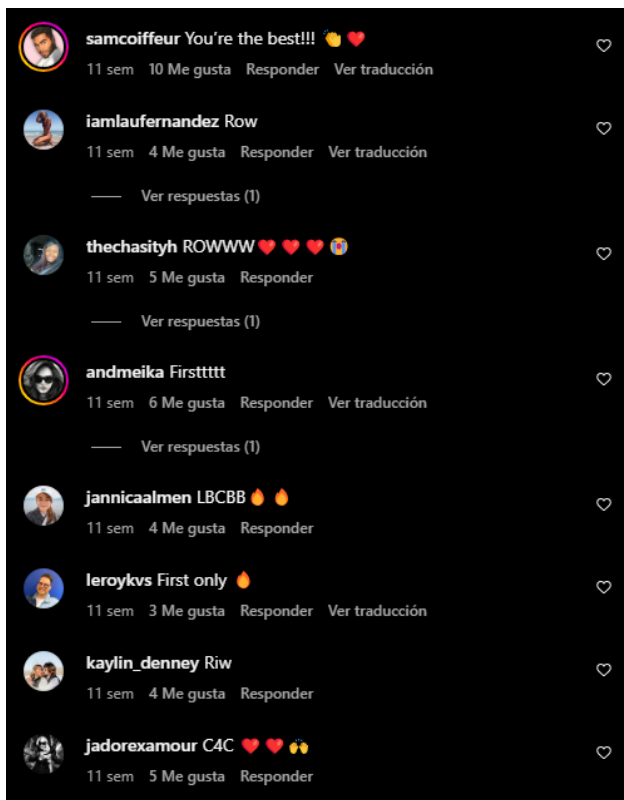
**Fecha de publicación:** 15 noviembre de 2023

**Título:** KHY DROP002 available now on KHY.COM! @khy puffers+base layers [Foto]

**Características de la Fotografía:** Se observa a Kylie Jenner de la cintura para arriba con las manos en la cintura, lo que hace que su figura, con una toma con ángulo normal, posando/mostrando un body de cuerpo blanco, con un maquillaje discreto y gestos serios, el cabello recogido y fondo blanco.

**Contexto:** El contexto de esta imagen, es una sesión de fotos para la publicidad de su línea de ropa “khy”, en la cual ella misma es la modelo.

## Comentarios:



**Interacción:** en los 17 comentarios anteriores que recibió la influencer vemos que la mayoría, tiene como elemento gráfico simbólico un emoticono de corazón o de fuego, los comentarios a excepción de uno, son positivos, es decir, comentan cosas a favor de la influencer, como *“el cuerpo de esta mujer parece una Barbie”*, o que *“ella es la mejor”*. Esto quiere decir, que estas personas expresan cierta admiración, respeto y afecto por la influencer.

**Estereotipos de belleza:** en esta imagen podemos ver que la influencer plasma los estereotipos en su máxima potencia, pues vemos que el conjunto de ropa que trae le queda a la perfección y le hace lucir un cuerpo delgado, con grandes caderas y maquillaje perfecto.

## Imagen 2. Kylie Jenner medio cuerpo



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/Czy-5dQp6Zq/?img\\_index=3](https://www.instagram.com/p/Czy-5dQp6Zq/?img_index=3)

**Fecha de publicación:** 18 de noviembre de 2023

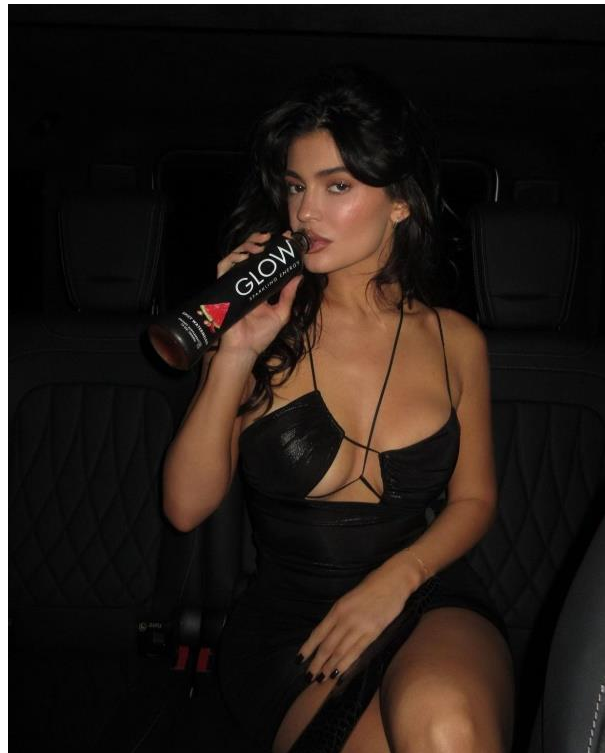
**Título:** [@alo](#) [Foto]

**Características de la Fotografía:** podemos observar que aquí la influencer sin que se le vea la mitad de la cara, ella está con ropa deportiva, recargada en una pared en la que le da una entrada de luz, con pose un tanto sexy.

**Contexto:** el contexto de esta imagen es que la influencer hace publicidad a la marca de ropa “alo”.



### Imagen 3. Kylie Jenner tomando jugo Glow



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/Cz4kFV7StHC/?img\\_index=3](https://www.instagram.com/p/Cz4kFV7StHC/?img_index=3)

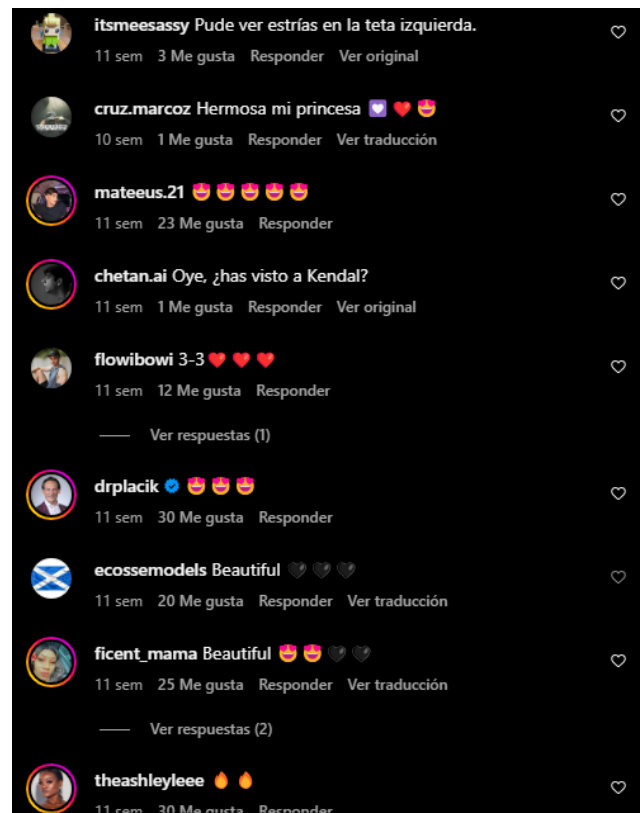
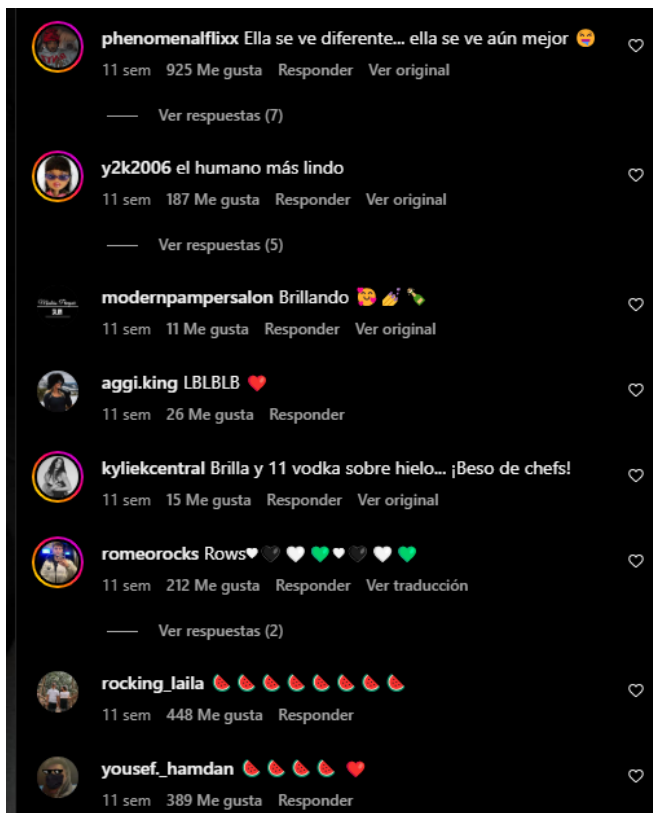
**Fecha de publicación:** 20 de noviembre de 2023

**Título:** Nights with [@drinkglow](#) [#glowpartner](#) [Foto]

**Características de la Fotografía:** se ve a Kylie Jenner con un vestido negro bastante escotado, dentro de un automóvil, simulando tomar una bebida de sabor sandía, con gestos de sensualidad y picardía.

**Contexto:** el contexto de esta imagen es que la influencer hace la publicidad de la marca de bebidas energizantes "Glow"

## Comentarios:



**Interacción:** 17 comentarios sobre esta imagen se analizaron y de todos ellos solo 15 fueron positivos, diciéndole cosas lindas sobre de ella y solo 3 están un poco fuera de contexto, dos comentarios solo comentan unas sandias en representación al sabor de la bebida que la influencer está anunciando.

**Estereotipos de belleza:** el estereotipo de belleza que se refleja en esta imagen es que la influencer a pesar de ingerir bebidas energizantes, conserva una buena figura corporal, siendo que quizá verdaderamente no las consume y solo es por publicidad.

#### Imagen 4. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/Cz9eCMcPli6/?img\\_index=3](https://www.instagram.com/p/Cz9eCMcPli6/?img_index=3)

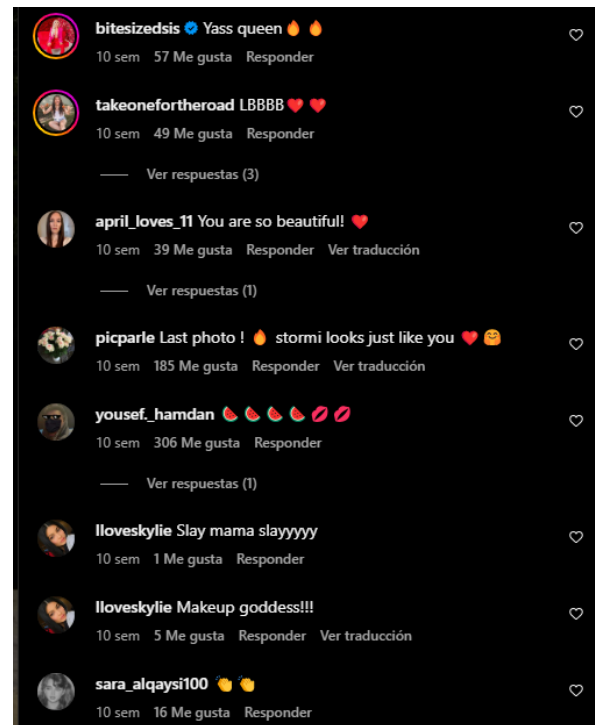
**Fecha de publicación:** 20 de noviembre de 2023

**Título:** [@kyliecosmetics](#) [Foto]

**Características de la Fotografía:** se observa a Kylie Jenner en un ángulo normal, viste un vestido muy escotado con brillos, con un fondo donde se refleja su sombra, y hay una jardinera y árboles.

**Contexto:** el contexto de esta foto es que la influencer está promocionando su línea de cosméticos “Kylie cosmetics”.

## Comentarios:



**Interacción:** de 14 comentarios que recibió la imagen, 13 son sumamente positivos incluso 5 de ellos son cuentas de figuras públicas que opinan y comentan palabras y emojis de encanto, por ejemplo, *“la reina del maquillaje”*, *“Eres tan hermosa”*, siempre elogiando su belleza física.

**Estereotipos de belleza:** el estereotipo de belleza que se observa es que la influencer porta un vestido elegante que hace notar su figura perfecta, pero sobretodo sus senos, se ven perfectos, junto con una piel brillante, toda esa producción solamente para dar un poco de publicidad a su línea de cosméticos

## Imagen 5. Kylie Jenner e hijos



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram <https://www.instagram.com/p/C0AOw8eyXV-/>

**Fecha de publicación:** 22 de noviembre de 2023

**Título:** my everything [Foto]

**Características de la Fotografía:** Aquí podemos ver a Kylie Jenner en compañía de sus dos hijos, Stormy, que es la niña grande de pie y Aire, el pequeño que está sentado sobre sus piernas, a los cuales se ve que está abrazando, visten los tres con ropa negra, la imagen es a blanco y negro.

**Contexto:** es una sesión de fotos para ella misma, poniendo como pie de foto que sus hijos son su todo.

## Comentarios:



**Interacción:** 16 comentarios, en los cuales, 10 son de figuras públicas, todos los comentarios, dicen que ellos tres son perfectos, adorables, que la familia lo es todo, así como también hay quienes escriben que los niños ya están muy grandes, pero en general les gusta este tipo de publicaciones, donde comparte un poco de sus hijos.

**Estereotipos de belleza:** no creo que haya un estereotipo de belleza como tal, pero si demuestra que son la familia perfecta, ese canon de perfección se vuelve a repetir.

Imagen 6. Kylie Jenner revista



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram <https://www.instagram.com/p/C0Ju4KdO2Xp/>

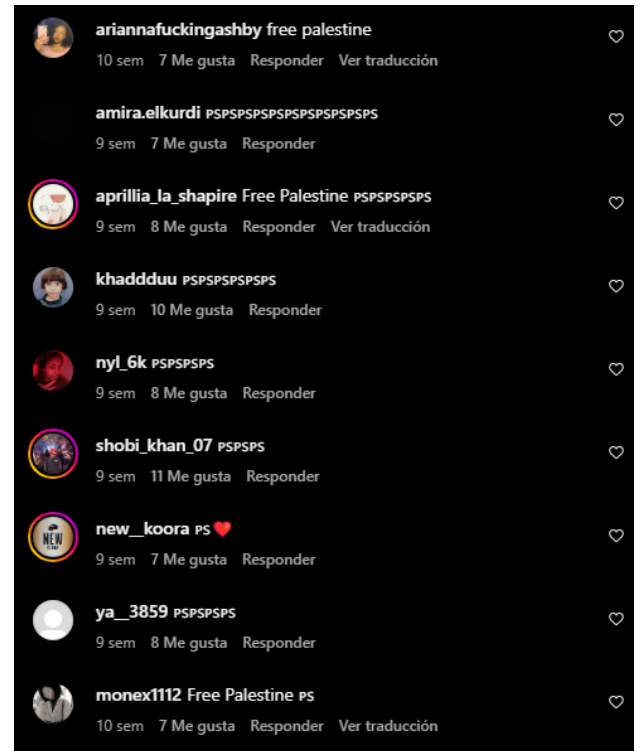
**Fecha de publicación:** 27 de noviembre de 2023

**Título:** [@kyliejenner](#) [@interviewmag](#) Winter 2023 issue link in bio [Foto]

**Características de la Fotografía:** aquí podemos observar a la influencer en la portada de una revista, con vestimenta en color negro, con fondo de un jardín donde aparentemente un insecto gigante se apodera de ella.

**Contexto:** la influencer aparece en la portada de una revista llamada “*Interview Magazine*” para la edición de invierno de 2023.

## Comentarios:



**Interacción:** en esta imagen podemos ver 15 comentarios de los cuales 12 escriben “PS” refiriéndose a la guerra en Palestina, intentando que ella al tener mucha influencia, comparta información para que la guerra acabe. Aquí solamente tuvo un comentario bueno sobre su maquillaje.

**Estereotipos de belleza:** podemos observar una típica pose y vestimenta que hace que su figura luzca al estar semidesnuda de la cintura para arriba, luciendo y recalando sus senos.

### Imagen 7. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C0KGoiFJJz-/?img\\_index=2](https://www.instagram.com/p/C0KGoiFJJz-/?img_index=2)

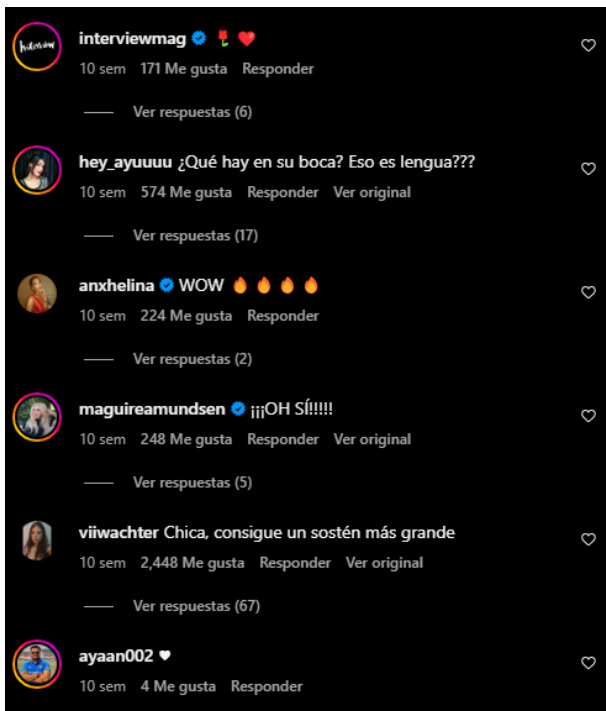
**Fecha de publicación:** 27 de noviembre de 2023

**Título:** yummy [@interviewmag](#) [Foto]

**Características de la Fotografía:** se observa a la influencer solo en sosten y una pequeña falda, sosteniendo una rosa con la mano, poniéndola en su boca como si quisiera comerla, con un fondo de piedra.

**Contexto:** son las fotos que se tomaron para la aparición en la revista “*Interview Magazine*”

## Comentarios:



**Interacción:** aquí podemos observar 12 comentarios, en los cuales solo la mitad opinan cosas positivas, como que se ve hermosa, igualmente vemos emojis de corazones y fuego, lo que significa que su foto provoca una buena sensación. La otra mitad de los comentarios hacen crítica a su sostén, haciendo referencia a que le queda chico y que debería conseguir uno a su medida.

**Estereotipos de belleza:** en esta foto podemos ver que los estereotipos de belleza están en su cuerpo, haciendo lucir su abdomen y sus senos, como una típica foto de modelo con medidas perfectas

### Imagen 8. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C0KKNOpptmK/?img\\_index=4](https://www.instagram.com/p/C0KKNOpptmK/?img_index=4)

**Fecha de publicación:** 27 de noviembre 2023

**Título:** [@interviewmag](#) [Foto]

**Características de la Fotografía:** la influencer está posando sobre una pared de piedra, vestida con un sostén negro y pantalones negros de piel.

**Contexto:** son las fotos que se tomaron para la aparición en la revista “*Interview Magazine*”

## Comentarios:



**Interacción:** 12 comentarios sobre esta publicación de los cuales solo 5 tienen contenido positivo que son de cuentas de figuras públicas, opinando que ella es la verdadera modelo de su gran familia, haciendo referencia a que ella como modelo queda bien. Los otros 7 comentarios son un tanto negativos, preguntándole que qué es lo que está haciendo, o qué es lo que está usando, dando a entender que ese no es su estilo de ella y no le queda para nada ese atuendo.

**Estereotipos de belleza:** el estereotipo de belleza que encontramos en esta foto, es que, con tan solo unos pantalones negros y un sostén, se puede lucir espectacular, realzando sus caderas y sus pechos.

### Imagen 9. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram <https://www.instagram.com/p/C0KwQcMv9OY/>

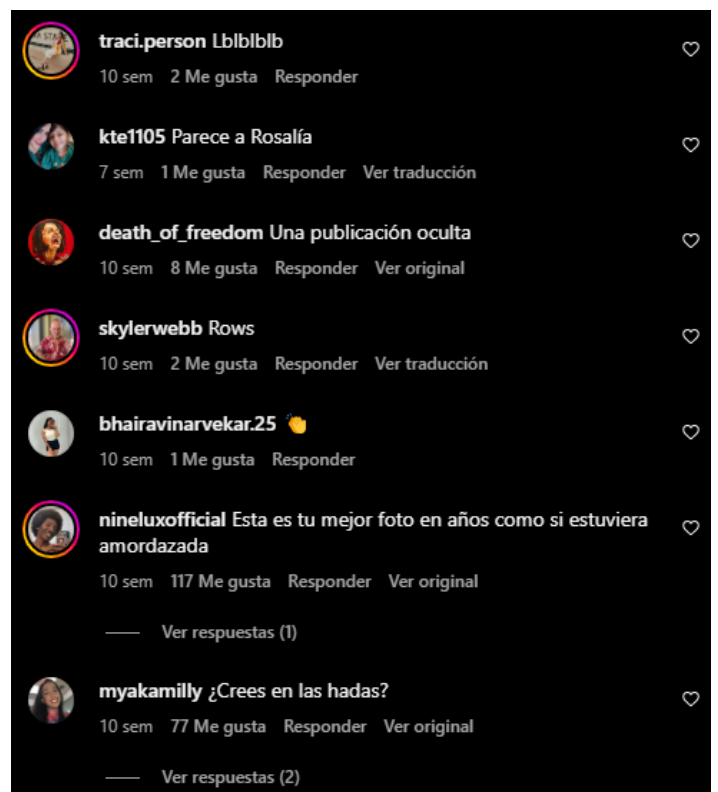
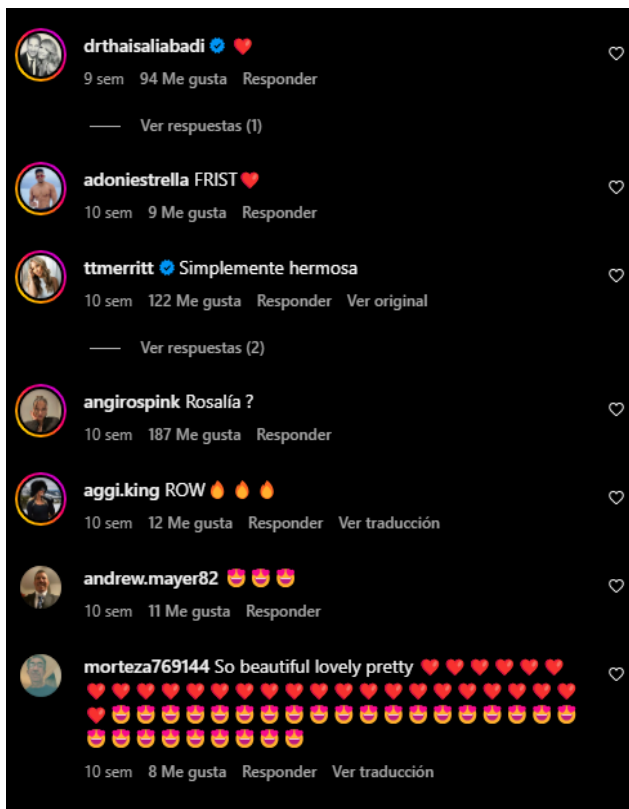
**Fecha de publicación:** 27 de noviembre de 2023

**Título:** [@interviewmag](#) [Foto]

**Características de la Fotografía:** se mira a la influencer posando con un vestido blanco transparente, el cual hace que se pueda ver su ropa interior, con fondo de un bosque.

**Contexto:** son las fotos de una sesión que, se tomaron para la aparición en la revista “*Interview Magazine*”

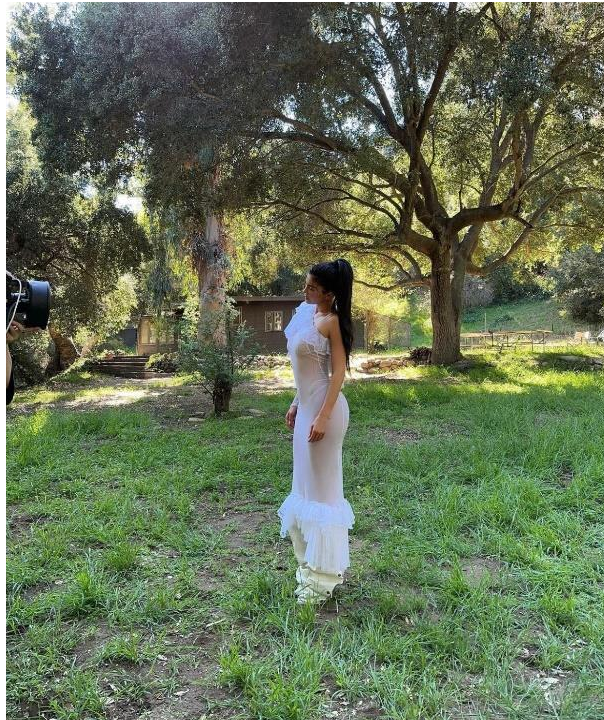
## Comentarios:



**Interacción:** aquí podemos analizar 14 comentarios de los cuales 9 opinan que, ella luce verdaderamente hermosa, incluso la pueden comparar con un hada, otros dos comentarios opinan que su parecido en esa foto es idéntica a la de una cantante española.

**Estereotipos de belleza:** de igual manera el estereotipo de belleza localizado en esta foto, es que, al tener un cuerpo con bonita figura, no importa que el vestido se transparente pues ese es el objetivo, lucir su cuerpo con cualquier tipo de vestimenta.

## Imagen 10. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C0RazSJLRRj/?img\\_index=4](https://www.instagram.com/p/C0RazSJLRRj/?img_index=4)

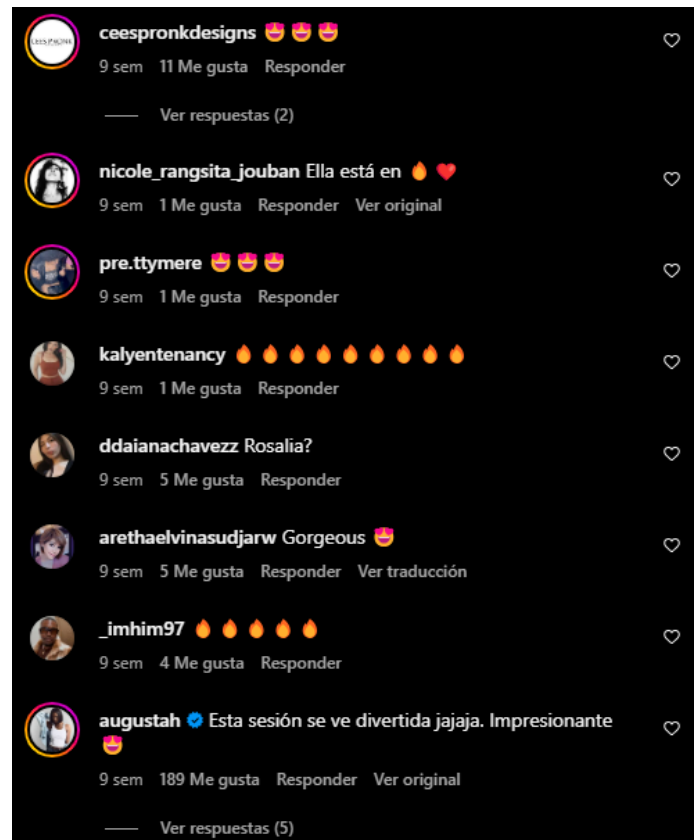
**Fecha de publicación:** 30 de noviembre de 2023

**Título:** [@interviewmag](#) bts [Foto]

**Características de la Fotografía:** se observa a la influencer, parada en medio del bosque, posando para una sesión de fotos, con un vestido blanco transparente que hace que se vea su cuerpo y su ropa interior.

**Contexto:** son las fotos de sesión que, se tomaron para la aparición en la revista “*Interview Magazine*”

## Comentarios:



**Interacción:** de los 14 comentarios de los cuales 12 opinan cosas positivas, es decir, comentan emojis de corazones, caritas enamoradas y fuegos, lo que significa que les gusta lo que ven, haciendo comentarios como que se ve realmente hermosa con su atuendo. Pero hay otros 2 comentarios que opinan distinto, uno por ejemplo que ha sido una de las peores sesiones fotográficas que ha tenido y el otro sigue comentando acerca de la guerra.

**Estereotipos de belleza:** aquí se puede observar que la influencer, en cualquiera de los ángulos que la tomen se ve espectacular, siendo así la foto tomada de perfil, podemos ver que su cuerpo luce bien.

**Imagen 11. Kylie Jenner**



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C0R3c7Tpcqt/?img\\_index=4](https://www.instagram.com/p/C0R3c7Tpcqt/?img_index=4)

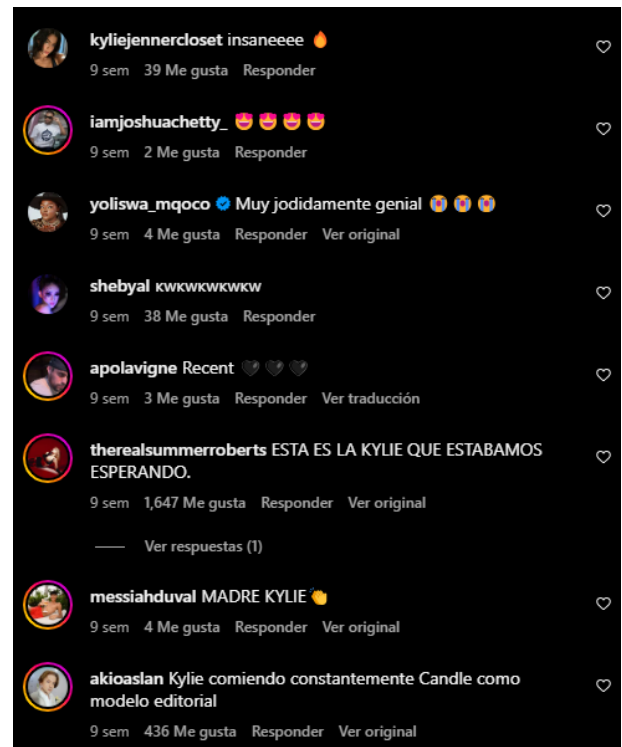
**Fecha de publicación:** 30 de noviembre de 2023

**Título:** introducing PRECISION POUT 🤍 our new ultra-precise wooden lip liners are designed to sculpt... [Foto]

**Características de la Fotografía:** la influencer, esta vestida con un vestido negro muy escotado y muy abierto de las piernas, un fondo blanco, tiene puesta una peluca de cabello corto que le cubre la mitad de su rostro, dejándole ver solo la nariz y la boca.

**Contexto:** una sesión de fotos para el lanzamiento de su nuevo delineador de labios para que línea de cosméticos “*Kylie Cosmetics*” propios de la influencer.

## Comentarios:



**Interacción:** podemos ver que tenemos 15 comentarios, de los cuales 10 opinan que se ve muy bien, y los otros 5 están opinando otras cosas un poco fuera de contexto.

**Estereotipos de belleza:** aquí podemos ver que el tipo de vestido que porta la influencer, le da a su cuerpo una figura en la que sus caderas son muy grandes y hacen contraste con su torso, luciendo un cuerpo perfecto.

## Imagen 12. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram <https://www.instagram.com/p/C0VDBTTpWNb/>

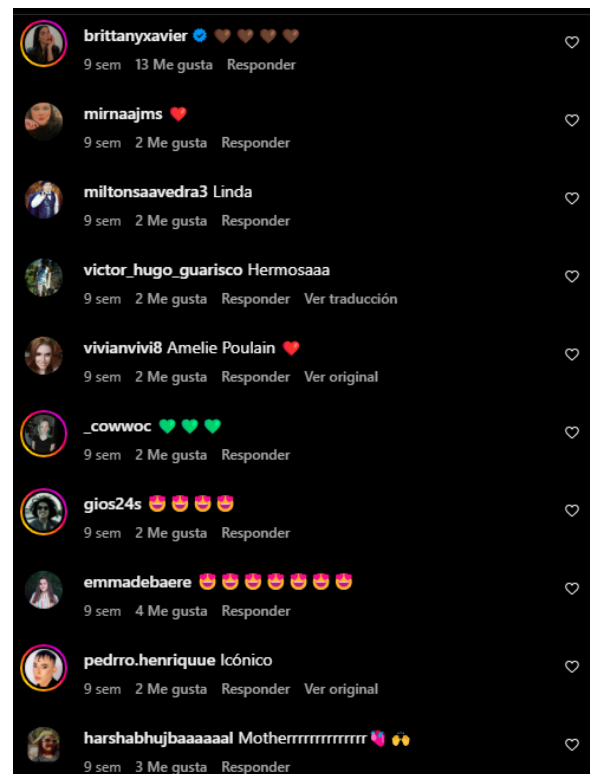
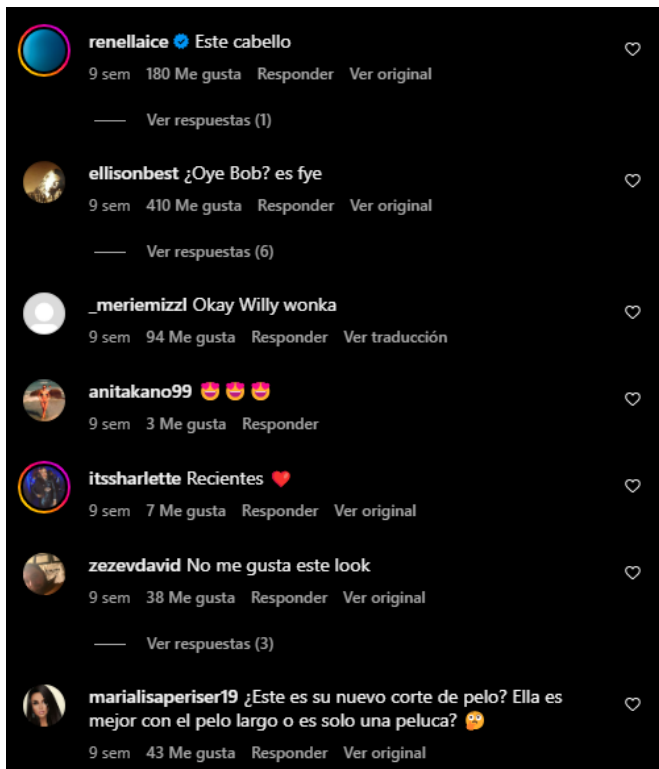
**Fecha de publicación:** 1 de diciembre de 2023

**Título:** PRECISION POUT lip liner shade Cocoa my new ultra-precise lip liner coming to [@kyliecosmetics](#) [Foto]

**Características de la Fotografía:** podemos ver a la influencer en un fondo blanco, con una blusa negra, un poco transparente, dejando ver su sostén negro, trae una peluca de cabello corto negro, ella está posando con un lápiz para labios simulando ser un cigarro, una foto muy de los años 20's.

**Contexto:** la influencer está en una sesión de fotos para el lanzamiento de su nuevo delineador de labios para que línea de cosméticos "*Kylie Cosmetics*" propios de la influencer.

## Comentarios:



**Interacción:** 17 comentarios se analizaron, en los cuales 13 opinan que con ese look se ve realmente hermosa, comentando emojis de corazones y caritas enamoradas, pero los otros 4 comentarios restantes opinan o hacen referencia a que ese look no le queda o que si ese es su nuevo corte de cabello.

**Estereotipos de belleza:** con algo tan sencillo como una peluca hace que el aspecto de alguien cambie, en este caso su objetivo era parecer una chica de los años 20's y lo logró, pero haciendo también alusión a que, con su línea de maquillaje, lucirán las personas, así como ella.

### Imagen 13. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram <https://www.instagram.com/p/C0Zh61TJCc1/>

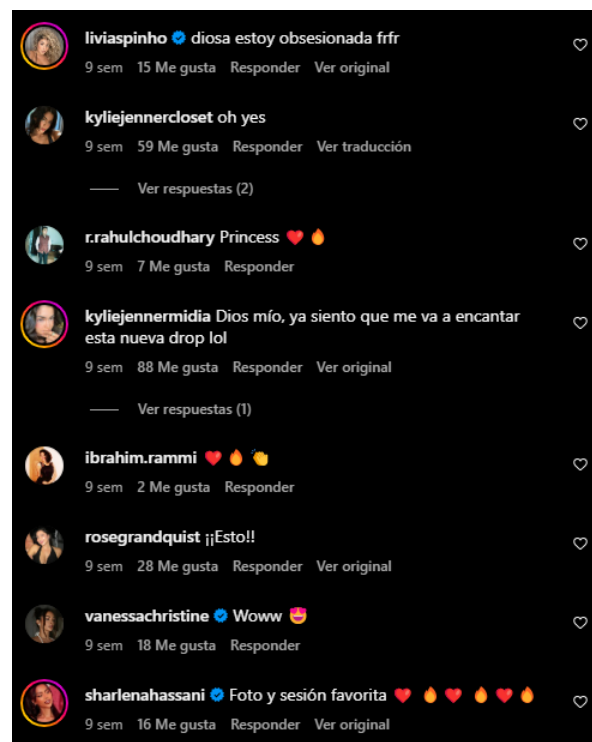
**Fecha de publicación:** 3 de diciembre de 2023

**Título:** KHY DROP 003 sweats + tees coming 12/07!!!!!! preview now and sign up for early access on khy.com. [@khy](#) [Foto]

**Características de la Fotografía:** la influencer está posando sentada, con ropa tipo deportiva pero no del todo, con cabello corto, con un fondo blanco para que se vea limpia la imagen.

**Contexto:** la influencer está posando en una sesión de fotos para el lanzamiento de su nueva línea de ropa, llamada "KHY".

## Comentarios:



**Interacción:** aquí se analizaron las opiniones de 15 personas, de las cuales todas coinciden en que con ese look y ese atuendo se ve bien, incluso alguien opina que ella es arte.

**Estereotipos de belleza:** aquí podemos ver que el estereotipo de belleza sería que, a pesar de estar modelando ropa deportiva, luce bien, dando a notar su abdomen plano.

### Imagen 14. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C0cGEqmpyNN/?img\\_index=2](https://www.instagram.com/p/C0cGEqmpyNN/?img_index=2)

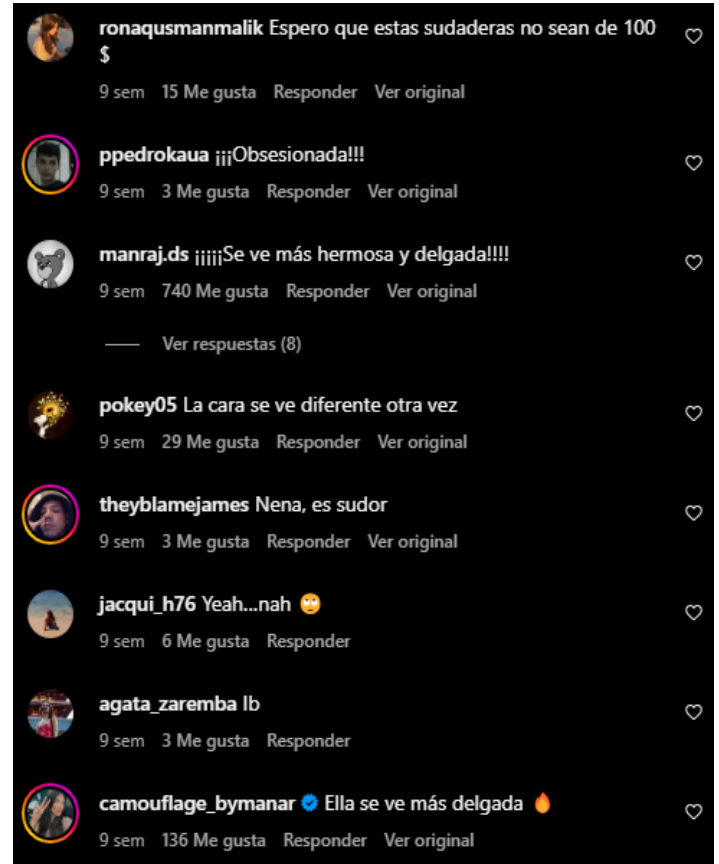
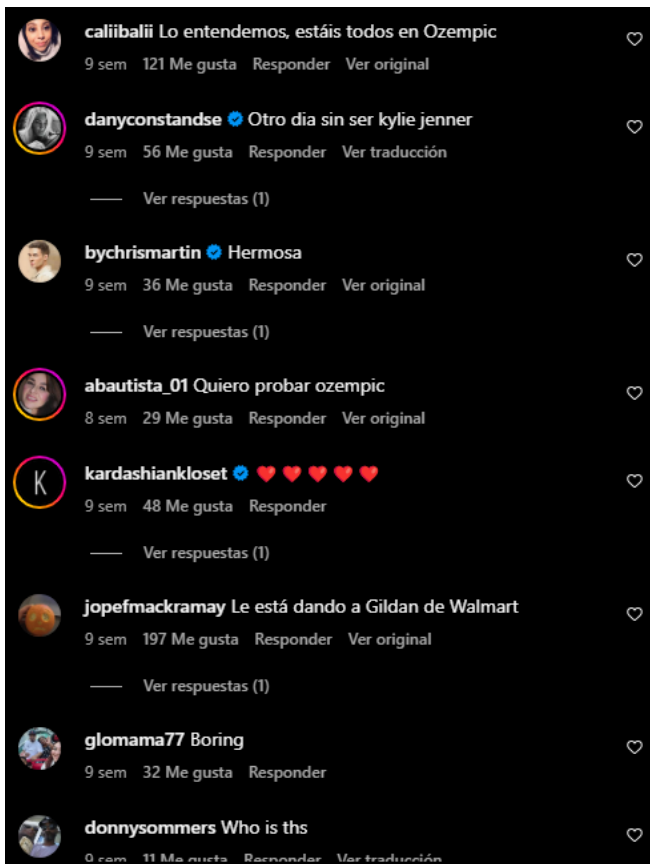
**Fecha de publicación:** 4 de diciembre de 2023

**Título:** Drop 003 sweats + tees coming to [@khy](#) on December 7th made the coziest clothes for the season [Foto]

**Características de la Fotografía:** se observa a la influencer vestida con un conjunto de ropa deportiva en color rojo, que hace que se vea todo su abdomen, en una de sus manos trae cargando una sudadera en el mismo color y cabello recogido, con fondo totalmente blanco.

**Contexto:** la influencer está posando en una sesión de fotos para el lanzamiento de su nueva línea de ropa, llamada “KHY”.

## Comentarios:



**Interacción:** en esta foto de la influencer analicé 16 comentarios de los cuales 7 opinan cosas positivas por ejemplo que, “*se ve más hermosa y delgada*” o “*ella se ve más delgada*”, haciendo referencia a que con ese conjunto de ropa que lleva puesto luce un poco más delgada de lo que normalmente están acostumbrados a verla, incluso hay dos opiniones que dicen que su delgadez es a causa de usa Ozepic, que es un medicamento para bajar de peso, otros comentarios opinan que ese conjunto de ropa se podía encontrar en las tiendas Wal-Mart, haciendo alusión a que esa ropa es muy común.

**Estereotipos de belleza:** el estereotipo de belleza que encuentro en esta foto es que, por la figura de su cuerpo, cualquier tipo de ropa le va bien, pero siempre enseñando la parte de su abdomen, demostrando que solo así se podrá lucir la ropa o su ropa.

### Imagen 15. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C0elejqrXvq/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C0elejqrXvq/?img_index=1)

**Fecha de publicación:** 5 de diciembre de 2023

**Título:** celebrate the holidays with KHY DROP 003 sweats + tees launching 12/07 on khy.com @khy ! [Foto]

**Características de la Fotografía:** aquí se observa a la influencer posando, sentada en el piso, con el cabello recogido, portando una sudadera y pantalón deportivo, la sudadera la tiene amarrada al pecho, portándola inusualmente, es una foto en escala de grises.

**Contexto:** la influencer está posando en una sesión de fotos para el lanzamiento de su nueva línea de ropa, llamada "KHY".

## Comentarios:



**Interacción:** en esta foto elegí 14 comentarios al azar, de los cuales 9 son sobre cosas positivas, sobretodo comentan con emojis de caritas enamoradas, tratando de decir que les gusta lo que ven en la influencer, otros 3 comentarios opinan que, su nueva colección es demasiado cara, que no es normal usar el suéter así y uno más que le pregunta si está exhibiendo su cuerpo o su atuendo, porque es obvio que no lo está portando tan normal como la gente lo usaría comúnmente.

**Estereotipos de belleza:** el estereotipo de belleza que se ve en esta foto es precisamente eso, llevar a otro nivel el uso de la ropa, por qué usarla así cuando alguien la usaría para cubrirse la mitad del cuerpo, ella trata de decir que así se puede usar su ropa.

### Imagen 16. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C0hOj7Epke2/?img\\_index=2](https://www.instagram.com/p/C0hOj7Epke2/?img_index=2)

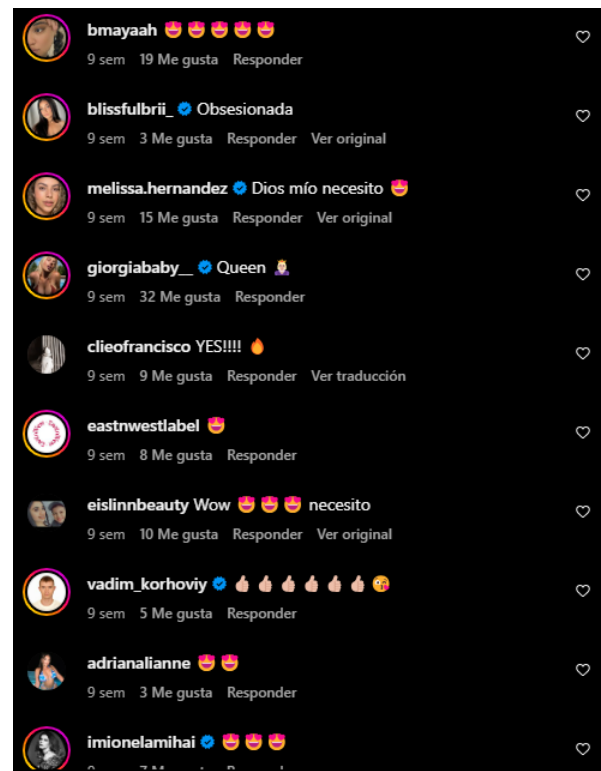
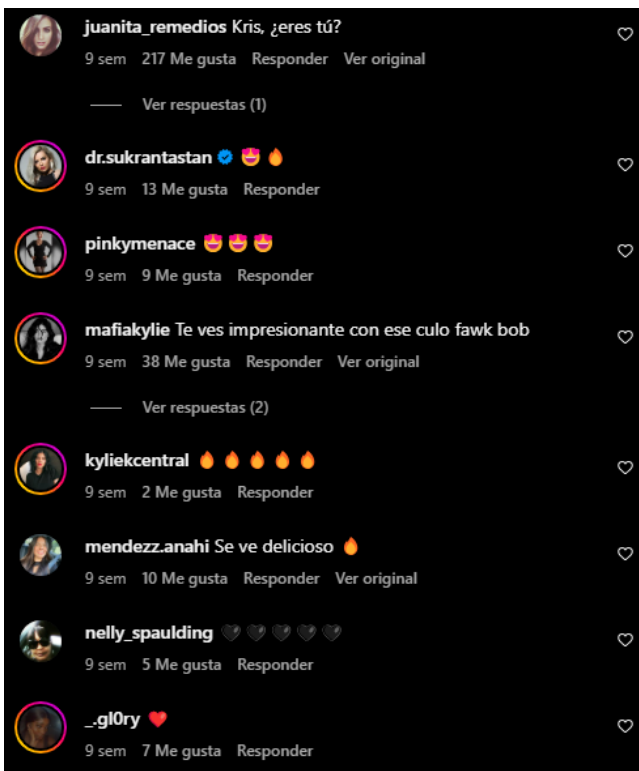
**Fecha de publicación:** 6 de diciembre de 2023

**Título:** my PRECISION POUT lip liner just dropped in 10 brand new shades on kyliecosmetics.com [@kyliecosmetics](https://www.instagram.com/kyliecosmetics) [Foto]

**Características de la Fotografía:** se mira a la influencer portar un vestido negro transparente que permite ver su sostén y su bikini, trae una peluca de cabello negro y corto, con un fondo blanco.

**Contexto:** la influencer está en una sesión de fotos para el lanzamiento de su nuevo delineador de labios para que línea de cosméticos “*Kylie Cosmetics*” propios de la influencer.

## Comentarios:



**Interacción:** se analizaron 18 comentarios de los cuales 17 opinan y coinciden en que se ve fabulosa con ese atuendo, pues le comentan muchos emojis de caritas enamoradas y fuegos, lo que significaría que les gusta mucho lo que ven, y tan solo un comentario que le escribe un poco sarcástico, “*Kris, ¿eres tú?*”, pues Kris es su madre y ahí en esa foto su parecido con ella es muy relevante.

**Estereotipos de belleza:** el estereotipo de belleza que yo encuentro en esta foto es que Kylie siempre busca lucir su cuerpo de una manera que lo lleva casi al desnudo, provocando un poco de morbosidad y no dejando nada a la imaginación, así que esta imagen no ha sido la excepción y se observa de maravilla como si fuera una muñeca de porcelana que se ve frágil y se puede romper.

### Imagen 17. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C0jzcbWJutL/?img\\_index=8](https://www.instagram.com/p/C0jzcbWJutL/?img_index=8)

**Fecha de publicación:** 7 de diciembre de 2023

**Título:** KHY DROP 003!!!! available NOW on khy.com [@khy](#) [Foto]

**Características de la Fotografía:** La influencer está posando de espaldas, volteando con la cara hacia la cámara, trae puesto unos pantalones rojos y una blusa blanca que le deja ver parte de su espalda, su cabello va suelto y natural.

**Contexto:** la influencer está posando en una sesión de fotos para el lanzamiento de su nueva línea de ropa, llamada “KHY”.

## Comentarios:



**Interacción:** 14 comentarios que tomé de esta foto de los cuales 11 opinan que esta colección de ropa es la más aburrida y fea que ha sacado a la venta, incluso alguien le comenta que hubiera estado mejor que colaborara con una de sus hermanas y quizá así sacaría un buen producto, otros comentarios hacen la comparación de la calidad y forma de su ropa con la que venden el Walt-mart.

**Estereotipos de belleza:** Los estereotipos que aquí se crean son a partir de que algo se vende, al sacar una línea de ropa, la gente la va adquirir solo porque es de ella, es decir las personas si analizan la calidad de productos que ella está ofreciendo, quizá se verá muy bien en ella, o eso quiso lograr, pero la verdad es que, no les agradó para nada su línea de ropa.

**Imagen 18. Kylie Jenner y su mamá**



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C0vA4OQpmMg/?img\\_index=8](https://www.instagram.com/p/C0vA4OQpmMg/?img_index=8)

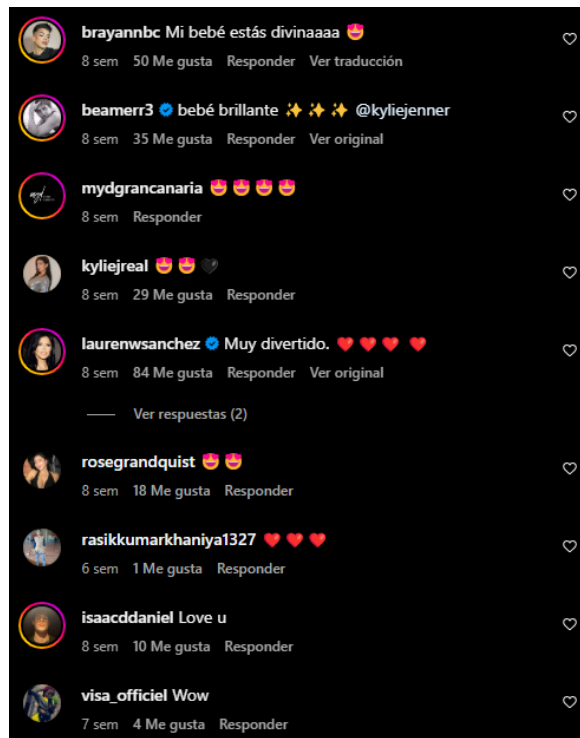
**Fecha de publicación:** 11 de diciembre de 2023

**Título:** mommy nights are the best nights [Foto]

**Características de la Fotografía:** Se observa a la influencer tomando una selfie, acompañada de su mamá Kris Jenner, aparentemente al interior de un auto.

**Contexto:** La influencer simplemente pasó una noche con su mamá.

## Comentarios:



**Interacción:** aquí se analizan 16 comentarios los cuales 15 opinan cosas positivas, emojis de caritas enamoradas y corazones, otros comentarios opinan que mamá e hija son icónicas y muy parecidas, un comentario opina que otra vez ellas dos es algo triste, refiriéndose a que es aburrido ver eso.

**Estereotipos de belleza:** en esta imagen un estereotipo de belleza muy marcado es que al tomarse una selfie, ellas pongan su boca como si mandaran un beso, eso ha sido una tendencia para salir en las fotos, que ahora ellas lo hacen notar, quizá eso puede ser el estereotipo porque se cree que haciendo la boca así, salen mejor las fotos.

**Imagen 19. Kylie Jenner**



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C1AN7AhJRee/?img\\_index=8](https://www.instagram.com/p/C1AN7AhJRee/?img_index=8)

**Fecha de publicación:** 18 de diciembre de 2023

**Título:** [@alo](#) night [Foto]

**Características de la Fotografía:** se observa a la influencer tomándose una selfie adentro de un auto con forrajes de color naranja, con un top color negro y unos leggings negros.

**Contexto:** la influencer está dando publicidad a la marca de ropa deportiva “alo”.

## Comentarios:



**Interacción:** Se observan 14 comentarios, de los cuales 9 son opiniones positivas, opinando que se ve hermosa, pero hay dos comentarios que son muy explícitos opinando que “*Cuántas almas tengo que vender para conseguir ser como ella*” y “*lo que no daría por ser lo suficientemente rico como para poder permitirme conseguir el cuerpo perfecto como ella*” dando a entender que quisieran ser físicamente como la influencer.

**Estereotipos de belleza:** aquí el estereotipo de belleza que yo encuentro es que, la influencer muestra su cuerpo usando una marca de ropa deportiva que, aparentemente se le ve bien, por la figura de su cuerpo, pero lo que más me llama la atención es que la influencer tenga que hacer su publicidad en un carro de alta gama, lo cual refleja un nivel socioeconómico muy alto.

## Imagen 20. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C1FUC7Tpg3s/?img\\_index=8](https://www.instagram.com/p/C1FUC7Tpg3s/?img_index=8)

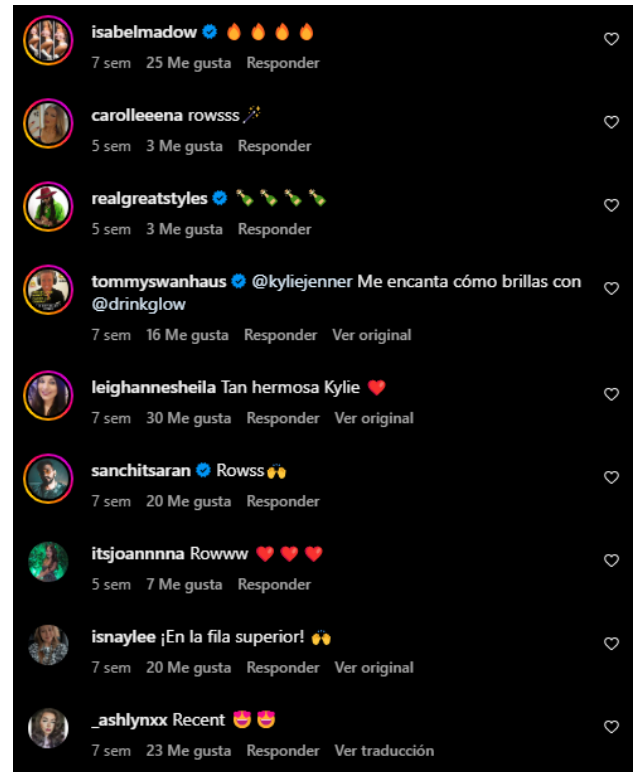
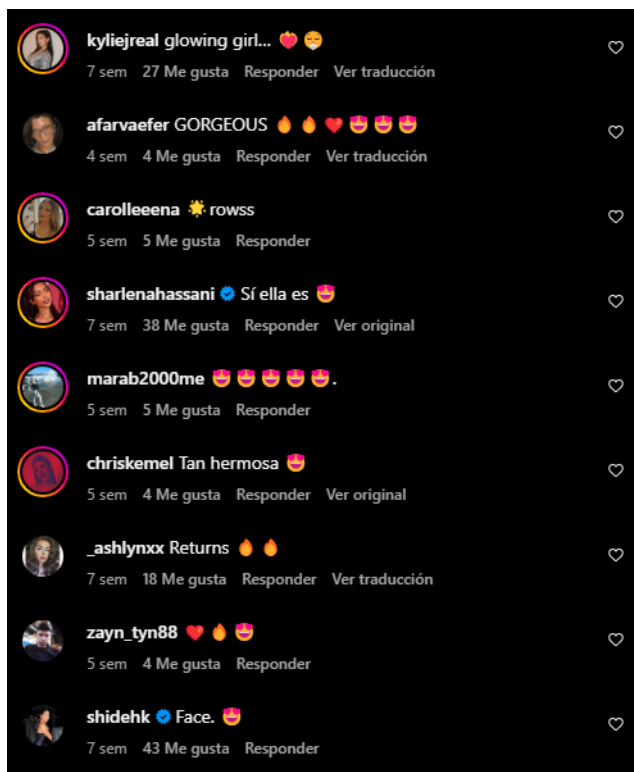
**Fecha de publicación:** 20 de diciembre de 2023

**Título:** she's glowing [@drinkglow](#) [#glowpartner](#) [Foto]

**Características de la Fotografía:** se observa a Kylie Jenner con un vestido negro que le cubre todo el cuerpo, pero deja ver bien toda su figura ya que es un vestido todo pegado al cuerpo, ella está simulando beber de la botella de una bebida energizante.

**Contexto:** La influencer, presta su imagen para dar publicidad a las bebidas energizantes Glow.

## Comentarios:



**Interacción:** en esta foto analizamos 18 comentarios de los cuales, todos sin excepción alguna opinan cosas positivas, sobretodo opinan con emojis de corazón, caritas enamoradas y fueros, lo cual quiere decir que les encanta lo que ella está compartiendo y consumiendo.

**Estereotipos de belleza:** en esta foto encuentro como estereotipo de belleza que, a pesar de tomar cierto tipo de bebidas, la influencer sigue conservando la misma figura de su cuerpo, y es que, aunque aparentemente ella no lo tomó, hace pensar a los seguidores que si lo consume y que es correcto consumirlo.

## Imagen 21. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C1SpH\\_PShAh/?img\\_index=8](https://www.instagram.com/p/C1SpH_PShAh/?img_index=8)

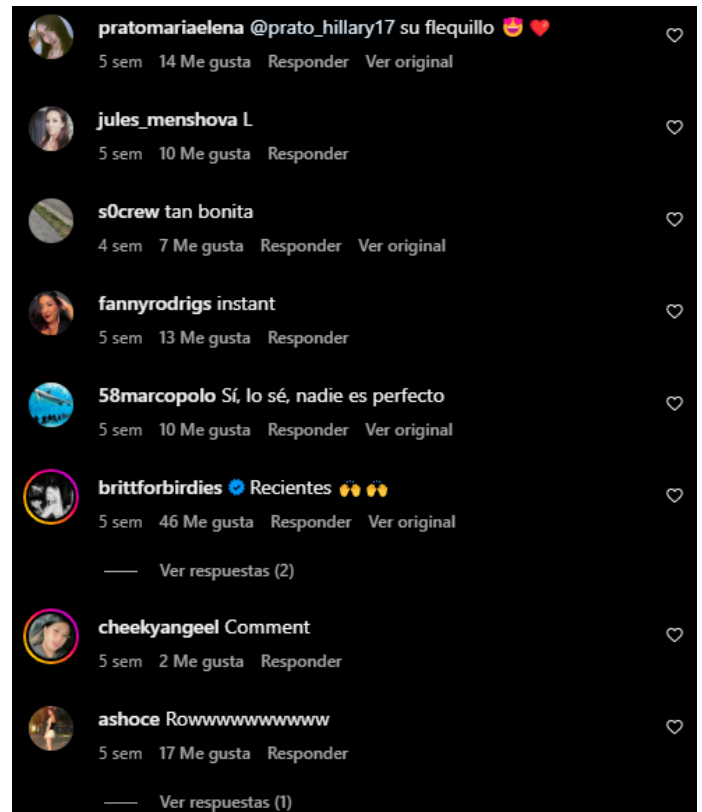
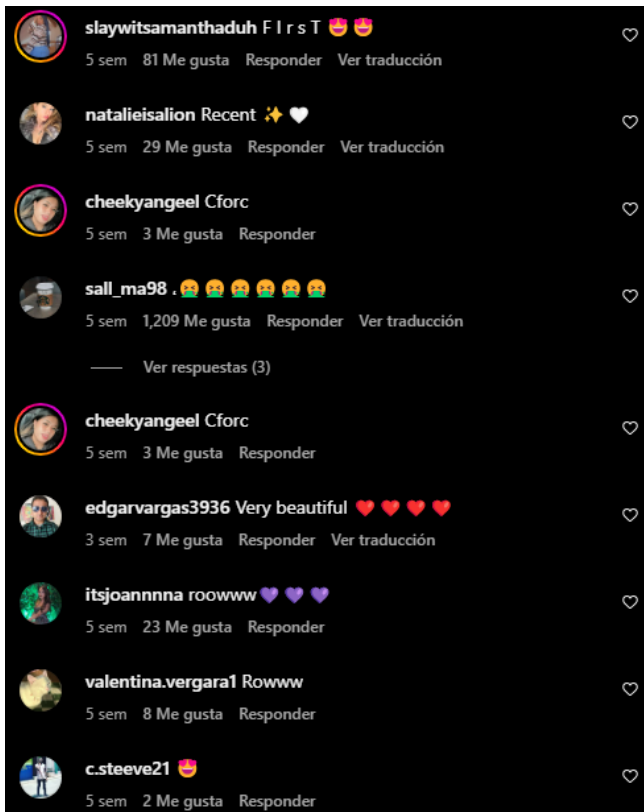
**Fecha de publicación:** 25 de diciembre de 2023

**Título:** merry christmas [Foto]

**Características de la Fotografía:** Se observa a Kylie Jenner posando con un vestido de lentejuelas dorado el cual le cubre todo el cuerpo, pero al mismo tiempo es un vestido muy pegado al cuerpo y hace que se note su figura tal cual es. Ella se está alzando su cabello para simular una pose, y tiene un fondo gris, como una pared de una casa.

**Contexto:** El contexto de esta foto es que, la influencer decide ponerse ese atuendo para lucir en la noche de navidad, poniendo como descripción en la imagen “*merry christmas*”.

## Comentarios:



**Interacción:** aquí se tomaron 17 comentarios en los cuales 12 opinan que se ve linda, y que les encanta lo que ven, pero aquí en esta imagen podemos encontrar que dos comentarios que hacen referencia a que eso no es agradable, incluso uno de ellos opina con emojis de alguien vomitando, dando a entender que eso que está viendo, le genera asco de cierto modo.

**Esteretipos de belleza:** el estereotipo de belleza que encuentro aquí es que, al parecer ella, con la mayoría de sus atuendos, quiere demostrar que su cuerpo es perfecto, usando vestidos y conjuntos casi siempre pegados al cuerpo, y en esta foto no es la excepción, pues ese vestido dorado le hace ver tal cual su cuerpo es.

## Imagen 22. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C1pUnS6pqMC/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C1pUnS6pqMC/?img_index=1)

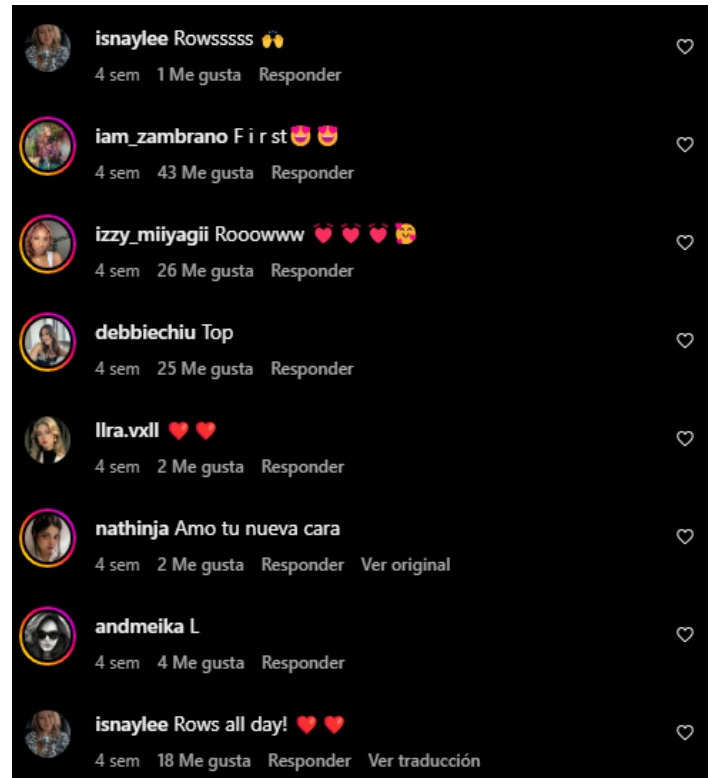
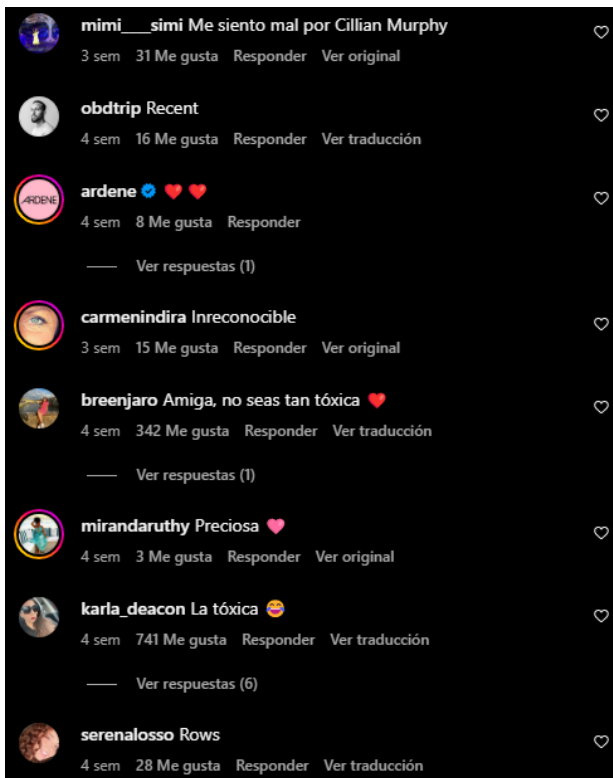
**Fecha de publicación:** 3 de enero de 2024

**Título:** 2024 [Foto]

**Características de la Fotografía:** se observa a la influencer tomándose una selfie, a la luz del atardecer, en un yate que está en medio del mar, ella está tocándose levemente la cara con su mano, haciendo una pose tierna.

**Contexto:** la influencer comparte esta imagen como la primera del año 2024, dando un contexto de que su año nuevo lo pasó en unas vacaciones tropicales.

## Comentarios:



**Interacción:** se analizaron 16 comentarios de diferentes personas, de los cuales 13 son opiniones positivas, aunque hay dos que comentan que ella es toxica, refiriéndose a que es celosa con su actual pareja, pero de ahí en fuera todos comentan con emojis de corazones, dando a entender que eso les gusta. Hay un comentario que opina que la influencer está irreconocible, y otro que dice que ama su nueva cara, haciendo referencia a que quizá se hizo algún arreglo dermatológico en el rostro haciéndola lucir un poco diferente.

**Estereotipos de belleza:** el estereotipo de belleza que encuentro en esta foto es que, para estar en esos climas tropicales, ella luce muy bien, nos muestra que tiene una piel radiante y que ella se puede dar el lujo de andar en un yate.

### Imagen 23. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram <https://www.instagram.com/p/C2AiolwJ0CA/>

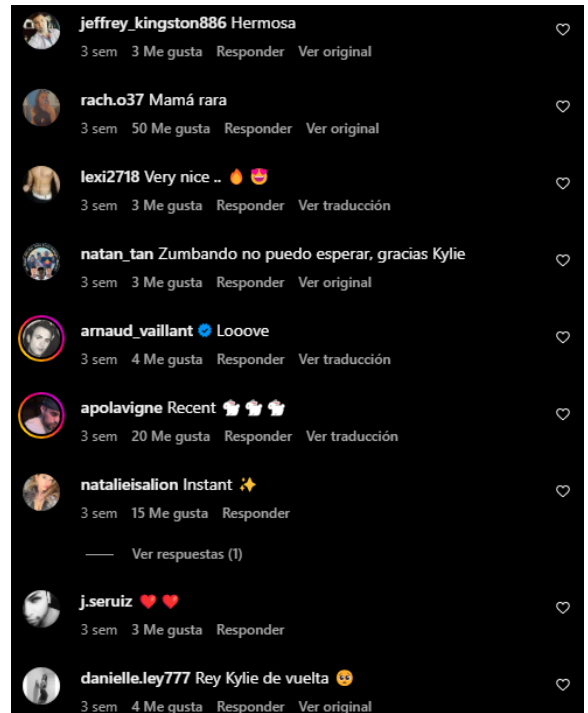
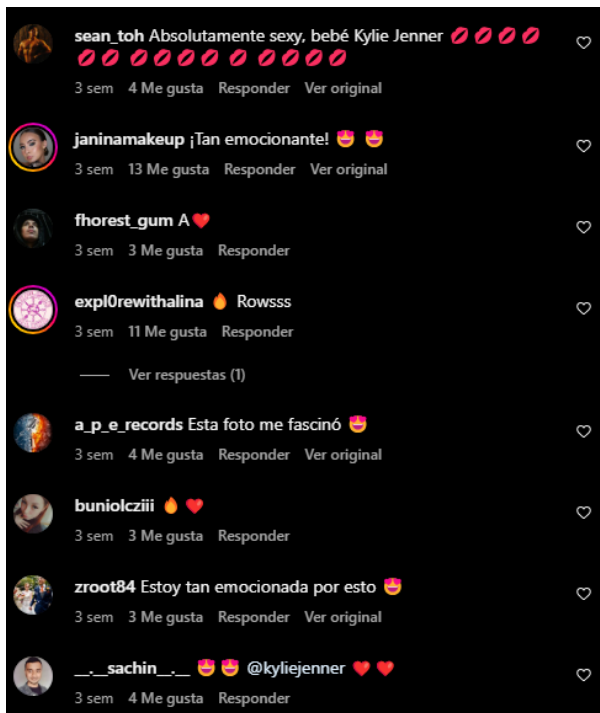
**Fecha de publicación:** 12 de enero de 2024

**Título:** actually dreaming i have my first FOUNDATION for [@kyliecosmetics](#) [Foto]

**Características de la Fotografía:** la influencer está posando de perfil, con efecto espejo, es decir se repite la misma imagen, pareciera que trae un vestido negro que le deja ver solo los brazos y la parte de los hombros y pecho, trae el cabello sujetado, en las manos trae un maquillaje de su línea de cosméticos, fondo negro.

**Contexto:** Kylie Jenner es la misma modelo de su línea de maquillaje, está dando publicidad de su nuevo lanzamiento de base de maquillaje.

## Comentarios:



**Interacción:** en esta imagen que compartió la influencer, analicé 17 comentarios, de los cuales 16 opinan algo positivo, es decir, tanto por parte de la apariencia de Kylie, como por parte de su nuevo lanzamiento de su maquillaje y una sola opinión negativa que dice que ella se ve rara.

**Estereotipos de belleza:** el estereotipo de belleza que yo encuentro aquí es que, para promocionar sus productos, ella misma se pone para ser la modelo, y justamente eso es lo que las marcas buscan, alguien con piel perfecta para poder hacer uso de su imagen y representar la marca de maquillaje.

## Imagen 24. Kylie Jenner y Kendall Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C2Dya4Wv1BM/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C2Dya4Wv1BM/?img_index=1)

**Fecha de publicación:** 13 de enero de 2024

**Título:** these are our years [Foto]

**Características de la Fotografía:** la influencer Kylie Jenner en una selfie junto a su hermana, la modelo Kendall Jenner, ambas muy sonrientes, y pareciera que están adentro de una casa.

**Contexto:** la influencer compartió esta foto junto a su hermana con un pie de foto que dice “*estos son nuestros años*”, haciendo referencia a que ya están grandes de edad.

## Comentarios:



**Interacción:** en esta foto se analizaron 13 comentarios de los cuales todos opinaron cosas positivas de ambas hermanas, por ejemplo, su mamá opina que son sus bebés, otra persona opina que le den el nombre de su dentista, queriendo dar a entender que su sonrisa está linda, al parecer les gusta ver fotos de las dos hermanas. O simplemente los fans se sienten parte de lo familiar.

**Estereotipos de belleza:** en esta foto no encontraría un estereotipo como tal, solamente diría que muestran su gran sonrisa para ver que es realmente buena.

## Imagen 25. Kylie Jenner



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C2EHTIILYFm/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C2EHTIILYFm/?img_index=1)

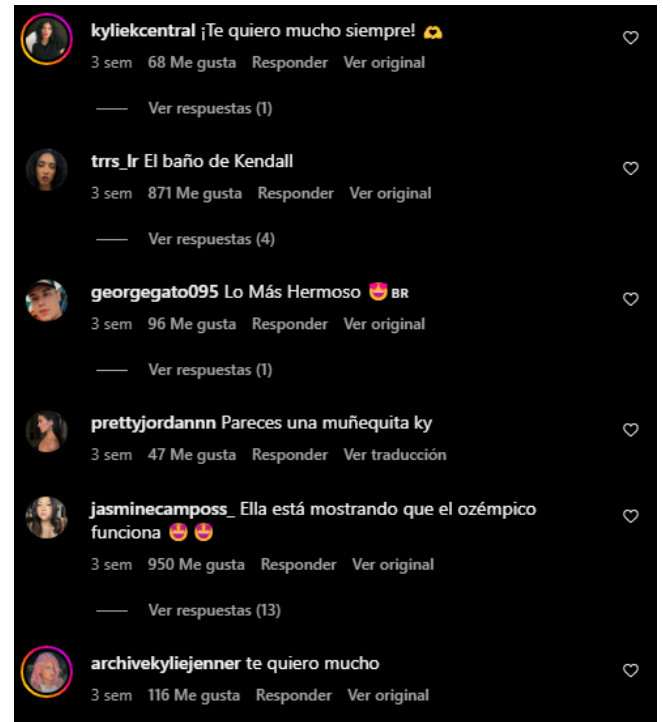
**Fecha de publicación:** 13 de enero de 2024

**Título:** was a cute day [Foto]

**Características de la Fotografía:** se observa a la joven influencer tomándose una foto frente a un gran espejo de un baño, atrás de ella se pueden ver una toalla colgada, una tina que pareciera de oro y una gran ventana.

**Contexto:** la influencer solamente compartió esta foto porque fue un día lindo para ella y quiso compartirlo en sus redes.

## Comentarios:



**Interacción:** en esta foto se analizaron 11 diferentes comentarios de los cuales 9 opinan cosas positivas por ejemplo “eres la más linda” “pareces una muñequita ky”, dando a entender que se ve muy bien en su foto. Los otros dos comentarios son un poco negativos, opinando que “ella está mostrando que el ozémpico funciona” eso quiere decir que la influencer está tomando algo para adelgazar más rápido y otro solamente le dice que es el baño de la casa de su hermana.

**Estereotipos de belleza:** aquí en esta imagen, el estereotipo que yo encuentro es que, ella busca lucir su cuerpo en cualquier lugar que se encuentre, pero siempre queriendo enseñar gran parte de su cuerpo, en este caso su pierna y su abdomen, dando a demostrar que ella es muy delgada y que eso es lo correcto.

**Imagen 26. Kylie Jenner**



**Nombre del autor:** Kylie Jenner [@kyliejenner].

**Fuente:** Instagram [https://www.instagram.com/p/C2IOpWXJcIF/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C2IOpWXJcIF/?img_index=1)

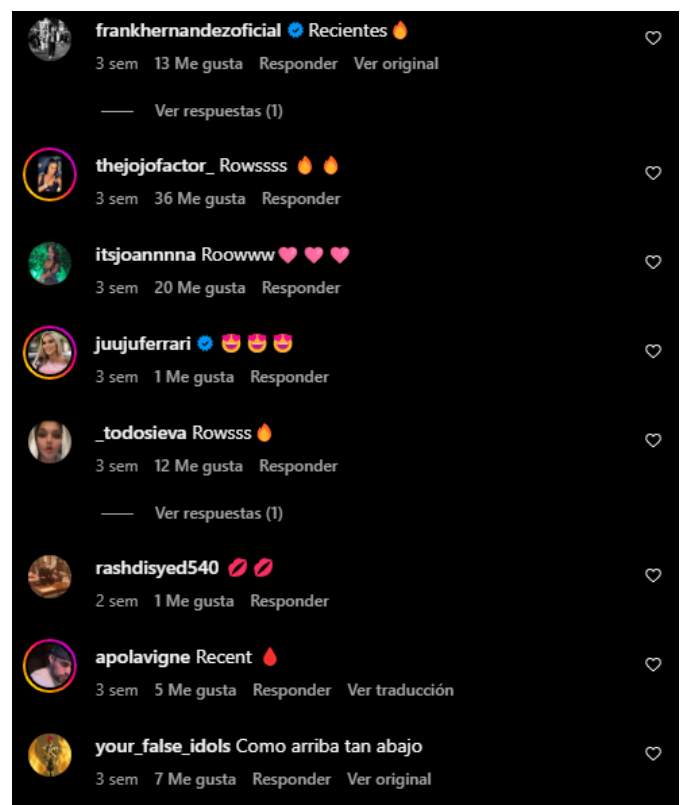
**Fecha de publicación:** 15 de enero de 2024

**Título:** Power plush longwear foundation launching 1/17 to kyliecosmetics.com [@kyliecosmetics](https://www.instagram.com/kyliecosmetics) [Foto]

**Características de la Fotografía:** aquí se puede observar a la influencer con el cabello agarrado y solo un mechón en la frente, con labios tono rojo, con un efecto de imagen de espejo, pero no totalmente, pues en su rostro superior tiene los ojos abiertos y en la inferior, los tiene cerrados, con un fondo totalmente negro.

**Contexto:** esta imagen fue otra sesión de fotos para el lanzamiento de un nuevo producto de su línea de cosméticos “*Kylie Cosmetics*”.

## Comentarios:



**Interacción:** 16 comentarios analicé de esta imagen de la cual 15 opinan que es una imagen buena y comentan muchos emojis de corazón y de carita enamorada, lo que significa que les agrada lo que ella publica y comparte, así sea por ventas, mientras ella aparezca, les parecerá agradable.

**Estereotipos de belleza:** el estereotipo de belleza que yo encuentro es que, al ser ella la misma modelo, sabe de ante mano que su rostro y cuerpo luce tan bien para ser la misma modelo de sus propios productos.

## CONCLUSIONES

Los estereotipos de belleza son para mí, una práctica que se ha venido ejerciendo desde hace muchos años, es decir, no es novedad que, principalmente los medios de comunicación nos sigan vendiendo la idea de que la mujer debe verse siempre perfecta, y qué es ser perfecta, estar delgada, con senos grandes, con cintura pequeña y anchas caderas, tener cirugías estéticas tanto en cuerpo como en el rostro, pues muchas mujeres optan por colocarse botox en la cara hacer sus labios más gruesos, o para quitarse arrugas en la cara, para definir el rostro, etc. Hay una gran variedad de procedimientos quirúrgicos que yo me pregunto, ¿en realidad valdrá tanto la pena hacerse todo eso? A lo que me refiero es que, aquellas mujeres que lo hacen, ¿estarán dispuestas a hacerlo toda su vida? O no piensan que está en la naturaleza de la piel envejecer, es normal y a todos nos va a pasar en algún momento de la vida.

Los estereotipos nos obligan a vivir en una sociedad en la que si un cuerpo es gordo está mal, y no solo por salud, digo, también la salud tiene que ver, pero eso se relaciona más hacia la apariencia de un cuerpo, si soy gorda entonces estoy fea, si soy gorda entonces no hay ropa de mi talla en cualquier tienda de ropa, si estoy gorda entonces no se me verá linda la ropa, si estoy gorda entonces luzco menos atractiva que una persona delgada, etc.

Es importante mencionar que este trabajo lo relacioné un poco con la cultura, ya que yo me estoy enfocando mucho en el pensamiento occidental, el cual es, ser mujer delgada y con atributos grandes, pero no nos ponemos a pensar que quizá para el otro lado del mundo la belleza es apreciada de otro modo, es decir, para las mujeres en Tailandia es bello hacerse el cuello grande, o en Asia deformarse los pies. Porque ya está en su cultura y para ellos apreciar la belleza se da de ese modo. Y desde mi punto de vista, creo que cada quien percibe la belleza a su modo, solo que nos dejamos influenciar por los medios y las redes sociales.

Por qué, a partir de que surgen los estereotipos de belleza, se crean nuevas formas de cambiar las apariencias, por qué no podemos ser como somos y ya sin necesidad de cambiar nuestro físico.

Como lo mencioné anteriormente, los medios de comunicación tienen mucha influencia en la audiencia que a diario los usa, en especial las redes sociales, quién en estos tiempos no tiene acceso a un celular, a una red social, donde las cosas se

vuelven virales, las polémicas, las noticias del mundo, cualquier cosa se puede saber por medio de redes social, no siempre son ciertas, pero hay información de algún tipo.

Tal es el caso de la influencer Kylie Jenner, la cual, como mi trabajo lo dice, es una gran influencer con millones y millones de seguidores en su cuenta de Instagram, que la convierte en la segunda mujer más seguida de todo el planeta, siendo Selena Gomez la primera.

En qué momento se le da tanto poder a una persona con tan solo seguirla en redes sociales; un seguidor no es nada, pero qué pasa cuando un seguidor se multiplica por millones, entonces aparecen las grandes marcas de textiles, de calzado, y alimentarias, pues juegan un papel muy importante, ya que buscan a personas con un gran número de seguidores para que vendan su producto a través de publicaciones o historias, haciendo uso de esas marcas, la marca da el producto gratis y dinero a cambio de hacer mención de la misma, aunque muchas veces los influencers no sean usuarios directos de dichas marcas, lo hacen porque al final todo es negocio, es la nueva forma de vender un producto, y que ese producto llegue a más audiencia, pues la radio y la tv se han empezado hacer obsoletos.

Ahora, en el caso de Kylie Jenner, al ser una de las mujeres con más seguidores en la res social Instagram, algunas marcas de ropa y de productos comestibles la buscan para poder promocionar sus productos, realmente muy pocas marcas trabajan con ella, pues ella normalmente solo hace publicidad a sus propia marca de cosméticos y ahora de ropa, por lo tanto, no hace mención de ningún otro producto de cosméticos que no sea el suyo o de sus hermanas, que ha decir verdad entre ellas mismas se dan publicidad, pues son personas muy influyentes.

Aquí es donde empiezan aparecer los estereotipos de belleza en la influencer, pues algunas de las marcas que se llegan acercar a ella es por su apariencia, porque saben que cualquier cosa que ella use, se verá bien, y no pensando en cómo se vería una persona común. Nos venden una versión de ella como objeto y producto de algo, algo como consumo, como negocio, como dinero solamente.

Pero fuera de ser solo un negocio, Kylie Jenner nos vende una imagen de ella siempre sexy, es decir, siempre en sus publicaciones suele aparecer con poca ropa, bien maquillada, bien peinada y cuando viste, lo hace bien, o eso nos quiere demostrar, que todo lo que usará, se verá bien por la forma de su cuerpo. Se guía por los

estereotipos de belleza actuales y siempre es asesorada por profesionales de imagen. Aquí es donde no concuerdo mucho con eso, pues ella vende esa imagen sin un sentido de análisis, evidentemente, ya que las jovencitas van a querer imitarla, pero muy pocas lograrán verse así.

Es una cuestión, de dinero, de accesibilidad, de someterse a cirugías, de modificar su cuerpo, su rostro, todo para parecerse a ella, pero teniendo en mente que nunca van a ser realmente como ella.

Ahora, los comentarios que utilicé para su análisis, fueron al azar, y por lo que se observa, la mayoría de ellos opinan cosas positivas en las fotos que la influencer publica, pero ¿realmente sienten lo que comentan? Muchos de los comentarios eran de otras figuras públicas, que quizá por quedar bien con la influencer, le comentan cosas buenas, o para caerle bien, siendo que quizá la influencer ni siquiera tiene conocimiento de que esas personas existen.

Pero como todo, existe también la contraparte de las cosas buenas, muchos de los comentarios en todas sus fotos tienen opiniones acerca de lo que ocurre en Palestina y la guerra, imagino que como el perfil de Kylie Jenner tiene muchos seguidores, esas personas creen que ella hará un llamado para poder poner un alto a la guerra, pero eso sería entrar en polémica con temas políticos y la influencer no va a estar dispuesta a entrar en ese conflicto, por eso hasta la fecha no se ha visto su apoyo a ese tipo de movimientos.

Creo que los estereotipos de belleza se mantienen más en cuentas que contienen un gran número de seguidores justo por lo que mencionaba anteriormente, al ser una cuenta que mucha gente observa, se convierte prácticamente en un régimen a seguir o un patrón que muestre que lo bonito es lo que está bien, y las personas se ven reflejadas con eso, la sociedad imita a las figuras públicas, buscan conseguir muchas veces lo que ellos tienen, pertenezcan a la clase social que pertenezcan, buscan conseguir lo mismo que, en este caso, la influencer posee, sin embargo eso nos dice que si impacta lo que una influencer comparte, pues siempre se desea lo que otros tienen para parecerse y quizá ser aceptados.

Otra forma en la que impacta es en los productos que comparte la influencer, pues no solo comparte productos de su línea de maquillaje sino hace publicidad a una que otra marca de alimentos, lo que para muchas y muchos, significa que si ella lo

comparte es porque lo usa, y si ella lo usa ¿por qué yo no? Entonces incentiva a que las personas sean usuarias de los productos que ella vende o que comparte.

Haciendo el análisis de las opiniones y/o comentarios, me di cuenta que la mayoría de las personas seguidoras de la cuenta de la influencer, comenta cosas positivas, como que ella se ve hermosa, se ve perfecta, se ve increíble; que cada atuendo que ella use se le ve bien, pero no niego que también hay uno que otro comentario negativo que realmente opina de manera crítica siendo absolutamente sinceros y comentan que no se ve bien con lo que usa, o que el peinado no le va bien, incluso opinan que ella se ve con cambios en su cuerpo y rostro, es decir, que se sigue sometiendo a procedimientos quirúrgicos para verse mejor.

Otro patrón repetitivo que noté en sus publicaciones es que la mayoría son fotos que son producidas en un estudio, con buena producción, pues incluso varias son para una revista, o para el lanzamiento de su marca, entonces para eso tienen que verse más profesionales, rara vez ella comparte una selfie o foto que ella misma se haya tomado.

Al final, los estereotipos de belleza si impactan porque las personas quieren seguir las tendencias que una persona influyente puede compartir, a como dé lugar pueden imitar y conseguir verse como ella o ellos en otros casos, lo que si es que los estereotipos de belleza deberían no existir y simplemente ser como nosotros queramos, no seguir las modas que otros nos imponen, pues esto propicia a que, al no parecerse a un influencer puede repercutir en la población con problemas tales como trastornos alimenticios, depresivos entre otros, pues por lo regular sus modas son para gente delgada y los que no somos delgados dónde quedamos, así mismo dejo como agenda de investigación para retomar posteriormente o incluso por otros investigadores.

## BIBLIOGRAFÍA

- Cáceres, María Dolores y Díaz, Paloma (2008): *“La representación del cuerpo de la mujer en la publicidad de revistas femeninas”*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, vol. 14. Madrid.
- Flores, S. (2014) *Redes Sociales digitales: nuevas prácticas para la construcción cultural*, México, CONACULTA.
- Garrido, María (2010): *“De la Prensa femenina a los periódicos. De la cosmética a la cosmética masculina. Primeros ellas. Ahora ellos y ellas”*. Icono14. pp. 118-142
- Muñoz-Muñoz, Ana. M. (2014). *Iconografía, estereotipos y manipulación fotográfica de la belleza femenina*. Estudios sobre el mensaje periodístico. 369-384.
- Murolo, L. (2009). *Sobre los estereotipos de belleza creados por el sistema, impuestos por los medios de comunicación y sostenidos por la sociedad*. Universidad Nacional de Quilmes. Vol. 1, No. 22. p. 11
- Nixon Campo, K. (2020). *Estereotipos y percepción de belleza en Instagram*.
- Pérez Andrés, C. (2002). *Sobre la metodología cualitativa*. Revista española de salud pública, 76, 373-380.
- Rizo, M. (2004). *El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación*.
- Salinas Padilla, H. A. (2010). *Influencia de los medios masivos de comunicación y los estereotipos de belleza en los jóvenes universitarios*. UACAR. p. 15
- Taylor, Steve. J. y Robert, Bogdan. 1994. *“Introducción. Ir hacia la gente”*. En Introducción a los métodos cualitativos de investigación. pág.16.
- Villanueva Quispe, Sinthia Lorena. (2013). *Percepciones sobre estereotipos de belleza corporal de jóvenes migrantes de segunda generación que asisten a gimnasios de la ciudad de El Alto-Distrito 1*.
- Walzer, M. (2009). *La belleza, de la metafísica al spot*. Editorial Octaedro. Barcelona p. 20-35

## REFERENCIAS CONSULTADAS

-Castillo, N. (2021). *El precio de usar las redes sociales*.

Recuperado de: <https://ciencia.unam.mx/leer/1203/el-precio-de-usar-las-redes-sociales>

-Fernández, A. (2016). *Los estereotipos: definición y funciones*.

Recuperado de: <http://iberical.paris-sorbonne.fr/wp-content/uploads/2017/02>

-González, Blanca. (1999). *Los estereotipos como factor de socialización en el género*. Comunicar, 12, 79-88.

Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801212>

-González, F. (2021). *Instagram como objeto de estudio en investigaciones recientes*. Una revisión de literatura con enfoque en revistas científicas.

Recuperado de:

<https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/download/17258/15347/66933>

-Herrera, H. (2012). *Las Redes Sociales: Una nueva herramienta de difusión*.

Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf> pág. 6 y 9.

-Mira, S. (2014) *“Etnografía Virtual y el Análisis en la Sociedad Digital”*, en Blog de Sociología y Actualidad.

Recuperado de: <http://sociologos.com/2014/06/25/etnografia-virtual-y-el-analisis-en-la-sociedad-digital/>

-Ramas, F. (2016). *Redes en la era digital*.

Recuperado de: <https://www.revista.unam.mx/vol.17/num10/art73/art73.pdf>

-Ruiz y Aguirre, (2015), *Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*.

Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/316/31639397004.pdf>

-Soren, A. (2004), *“Etnografía Virtual”* No 1: Principios de la Etnografía Virtual (Christine Hine)

Recuperado de: <http://isdfundacion.org/2014/11/24/etnografia-virtual-no-1-principios-de-la-etnografia-virtual-christine-hine-2004/>

-Byb. (2024). *¿Qué es bello para los mexicanos? Belleza & Bienestar de Canipec.*

Recuperado de: [https://bellezabienestar.org/que-es-belleza-para-los-mexicanos/#:~:text=Cuerpo%20curvil%C3%ADneo%2C%20con%20forma%20de,pesta%C3%B1as%20\(e%20incluso%20pesta%C3%B1as%20postizas\)](https://bellezabienestar.org/que-es-belleza-para-los-mexicanos/#:~:text=Cuerpo%20curvil%C3%ADneo%2C%20con%20forma%20de,pesta%C3%B1as%20(e%20incluso%20pesta%C3%B1as%20postizas))

-De Ingeniería del Conocimiento, I. (2020,). *Marketing de Influencers, estrategia de Social Media.* Instituto de Ingeniería del Conocimiento.

Recuperado de: <https://www.iic.uam.es/digital/marketing-de-influencers-estrategia-de-social-media/>

-Depor, R. (2019). *Kylie Jenner: historia, biografía, edad, pareja, hijos, medidas, fotos y videos de la modelo multimillonaria.*

Recuperado de: [https://depor.com/off-side/kylie-jenner-historia-biografia-edad-pareja-hijos-medidas-modelo-multimillonaria-cos-fotos-videos-136173/?ref=depr#google\\_vignette](https://depor.com/off-side/kylie-jenner-historia-biografia-edad-pareja-hijos-medidas-modelo-multimillonaria-cos-fotos-videos-136173/?ref=depr#google_vignette)

-Diaz, C., & Diaz, C. (2023). *Kylie Jenner. Historia y Biografía.*

Recuperado de: <https://historia-biografia.com/kylie-jenner/>

-Durán Sanchez, Alberto, et. al. (2020) *Estereotipos de belleza en redes sociales y la desvalorización del rol de la pareja.* UNAM.

Recuperado de: [https://www.researchgate.net/profile/Fernando-Leon-10/publication/342083738\\_Una\\_breve\\_historia\\_sobre\\_el\\_origen\\_de\\_las\\_emociones/links/5f44e49fa6fdcccc43defb5/Una-breve-historia-sobre-el-origen-de-las-emociones.pdf#page=11](https://www.researchgate.net/profile/Fernando-Leon-10/publication/342083738_Una_breve_historia_sobre_el_origen_de_las_emociones/links/5f44e49fa6fdcccc43defb5/Una-breve-historia-sobre-el-origen-de-las-emociones.pdf#page=11)

-Protección Online. (2023). *Funciones, características y ventajas de Instagram.*

Recuperado de: <https://www.protecciononline.com/funciones-caracteristicas-y-ventajas-de-instagram/>

-Staff, F. (2023). *La influencia de las redes sociales sobre los estándares de belleza.*

Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/la-influencia-de-las-redes-sociales-sobre-los-estandares-de-belleza/>

-Staff. (2023) Qué es ser un influencer.

Recuperado de: <https://soyrafamos.com/que-es-un-influencer/>

-Colaboradores de Wikipedia. (2024) *Kylie Jenner*.

Recuperado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Kylie\\_Jenner](https://es.wikipedia.org/wiki/Kylie_Jenner)

## ANEXOS

Imagen y pie de imagen	Total de comentarios	Comentarios positivos	Comentarios negativos
Imagen 1 KHY DROP 002 available now on KHY.COM! <a href="#">@khy</a> puffers + base layers	17	16	1
Imagen 2 <a href="#">@alo</a>	14	9	5
Imagen 3 nights with <a href="#">@drinkglow</a> <a href="#">#glowpartner</a>	17	15	2
Imagen 4 <a href="#">@kyliecosmetics</a>	14	13	1
Imagen 5 my everything	16	16	0
Imagen 6 <a href="#">@kyliejenner</a> <a href="#">@interviewmag</a> Winter 2023 issue link in bio	15	14	1
Imagen 7 yummy <a href="#">@interviewmag</a>	12	6	6
Imagen 8 <a href="#">@interviewmag</a>	12	5	7
Imagen 9 <a href="#">@interviewmag</a>	14	12	2
Imagen 10 <a href="#">@interviewmag</a> bts	14	12	2
Imagen 11 introducing PRECISION POUT 🤍 our new ultra-precise wooden lip liners are designed to sculpt, define and contour lips, for perfect lip lines and a fuller-looking pout. 10 shades launch december 6 <a href="#">@kyliecosmetics</a>	15	10	5
Imagen 12 PRECISION POUT lip liner shade Cocoa ❤️ my new ultra-precise lip liner coming to <a href="#">@kyliecosmetics</a> in 10 brand new shades on December 6th	17	13	4
Imagen 13	15	15	0

KHY DROP 003 sweats + tees coming 12/07 !!!!! preview now and sign up for early access on khy.com. <a href="#">@khy</a>			
Imagen 14 Drop 003 sweats + tees coming to <a href="#">@khy</a> on December 7th ♥🎄made the coziest clothes for the season. preview now on khy.com and make sure to sign up for early access.	16	7	9
Imagen 15 celebrate the holidays with KHY DROP 003 sweats + tees ♥🎄launching 12/07 on khy.com <a href="#">@khy</a> !	14	9	5
Imagen 16 my PRECISION POUT lip liner just dropped in 10 brand new shades on kyliecosmetics.com ♥ <a href="#">@kyliecosmetics</a>	18	17	1
Imagen 17 KHY DROP 003!!!! available NOW on khy.com ♥♥♥♥🎄🎄📺 <a href="#">@khy</a>	14	11	3
Imagen 18 mommy nights are the best nights ♥	16	15	1
Imagen 19 <a href="#">@alo</a> night	14	9	5
Imagen 20 she's glowing <a href="#">@drinkglow</a> <a href="#">#glowpartner</a>	18	18	0
Imagen 21 merry christmas 🎁	17	12	5
Imagen 22 2024	16	13	3
Imagen 23 actually dreaming i have my first FOUNDATION for <a href="#">@kyliecosmetics</a> ♥ Power Plush Longwear Foundation launching January 17 on KylieCosmetics.com	17	16	1
Imagen 24 these are our years	13	13	0
Imagen 25 was a cute day	11	9	2
Imagen 26 power plush longwear foundation launching 1/17 to kyliecosmetics.com <a href="#">@kyliecosmetics</a>	16	15	1