



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

**“EL FACEBOOK Y LA INCITACIÓN AL EROTISMO EN LOS SEGUIDORES.
CASO: FANPAGE DE ROSANGELA ESPINOZA, DICIEMBRE DE 2016”.**

PRESENTADA POR:

Bachiller: BASSALLO HERNÁNDEZ, ENCLAR JAMÍN

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA - 2017 - PERÚ

DEDICATORIA

*A mi familia que amo: mi
esposa Carmen y a mis adorados
hijos Tadeo y Samanta por ser mi
mayor inspiración, motor y motivo
en mi vida.*

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios porque siempre me guía y me llena de fortaleza para salir adelante después de tantos problemas que se me presentaron.

A los señores Christian Blas y Walter Lozano, compañeros de labores, por su apoyo y facilidades para el desarrollo de la presente investigación.

Al director de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UAP, Dr. Luis Francisco Vivanco Aldon, PhD. por su asesoría en el proceso de elaboración de la presente investigación.

Al Sr. Carlo Quesquén, amigo y compañero de estudios de la DUED, al brindarme todo su apoyo para lograr una de mis metas profesionales.

A mi querida familia y amigos por su paciencia y apoyo incondicional durante todo el tiempo que ha durado esta travesía, y en especial a Thais por sus valiosos consejos.

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
ÍNDICE	iii
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	viii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	1
1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.2.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL	4
1.2.2 DELIMITACIÓN SOCIAL	4
1.2.3 DELIMITACIÓN TEMPORAL	5
1.2.4 DELIMITACIÓN CONCEPTUAL	5
1.3 PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN	
1.3.1 PROBLEMA PRINCIPAL	6
1.3.2 PROBLEMAS SECUNDARIOS	6
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	
1.4.1 OBJETIVO PRINCIPAL	6
1.4.2 OBJETIVOS SECUNDARIOS	6
1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	
1.5.1 HIPÓTESIS PRINCIPAL	7
1.5.2 HIPÓTESIS SECUNDARIAS	7
1.5.3 VARIABLES (DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL)	8
1.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
1.6.1 TIPO Y NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.6.1.1 TIPO DE INVESTIGACION	8
1.6.1.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN	9

1.6.2 MÉTODOS Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	
1.6.2.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	9
1.6.2.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	9
1.6.3 UNIVERSO Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	
1.6.3.1 UNIVERSO - MUESTRA	10
1.6.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	
1.6.4.1 TÉCNICAS	11
1.6.4.2 INSTRUMENTOS	11
1.6.5 JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	
1.6.5.1 JUSTIFICACIÓN	11
1.6.5.2 IMPORTANCIA	12
1.6.5.3 LIMITACIONES	13
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	15
2.2 LIBROS	31
2.3 INTERNET	37
2.4 BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS	42
2.4.1 Teoría de la Imagen Fotográfica	42
2.4.2 Teoría de los Usos y Gratificaciones (TUG) Aplicadas a las Redes Sociales	45
2.4.3 Teoría del Narcisismo de Sigmund Freud	49
2.4.4 Teoría de la Selfie o Teoría de la Postfotografía	51
2.5 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	58
CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	62
3.1 Validez y confiabilidad de los instrumentos	62
3.2 Análisis de Tablas y Gráficos y sus interpretaciones	62
3.3 Prueba de hipótesis	197
3.4 Discusión de resultados	199
CONCLUSIONES	208
RECOMENDACIONES	210
FUENTES DE INFORMACIÓN	212
ANEXOS	223

Matriz de consistencia	225
Instrumento (s) de recolección de datos	
Guías de Entrevistas	226
Ficha de Observación	231
OTROS	232

RESUMEN

El Facebook es una de las herramientas de comunicación más importante de las redes sociales y con mayor proyección capaz de reinventarse cada vez que necesite satisfacer las necesidades comunicacionales que exige los cibernautas.

La presente investigación “El Facebook y la incitación al erotismo en los seguidores. Caso: Fanpage de Rosangela Espinoza, Diciembre de 2016” está dividida en tres capítulos.

En el primer capítulo, se expone el planteamiento metodológico, partiendo desde la descripción de la realidad problemática, pasando por los objetivos y las hipótesis.

En el segundo capítulo, se presenta el marco teórico conceptual, con las investigaciones previas, antecedentes teóricos y la definición de términos básicos.

En el tercer capítulo, se muestra el análisis y discusión de los resultados, así como las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

PALABRAS CLAVES: Facebook, Redes Sociales, Erotismo, Selfie, Rosangela Espinoza y seguidores de fanpage.

ABSTRACT

Facebook is one of the most important communication tools as social network with a great projection, capable of reinventing itself every time you need to satisfy the communication needs required by the *netizens*.

The present investigation "Facebook and incitement of eroticism in the followers. Case: Fanpage by Rosangela Espinoza, December 2016" is divided into three chapters.

In the first chapter, the methodological approach is presented, starting from the description of the problematic reality, passing through the objectives and the hypotheses.

In the second chapter, the conceptual framework is presented, with previous researches, theoretical background and the definition of basic terms.

The third chapter shows the analysis and discussion of the results, as well as the conclusions and recommendations of the research.

Keywords: Facebook, social media, eroticism, Selfie, Rosangela Espinoza and followers of fanpage.

INTRODUCCIÓN

La comunicación a nivel tecnológico viene desarrollándose de una manera vertiginosa, y las redes sociales no son la excepción en esta última década.

El Facebook es una de las redes sociales más poderosas que existe hoy en día, con millones de usuarios, los suficientes que si fuera un país, sería el tercero más poblado del mundo y tiene una infinita capacidad para guardar información que ya supera los 5 mil millones de fotografías “posteadas” y está traducido a más de 70 idiomas.

Si bien es cierto, en estos tiempos de globalización y derecho a la información, la privacidad y la libertad de expresión, una fotografía o video de una mujer semidesnuda publicada en el Facebook no se puede catalogar como impura, inmoral o pornográfica, pero el erotismo que incita, puede ser muy evidente.

En la presente investigación, se analiza las fotografías, imágenes, videos y textos posteados en el fanpage oficial del Facebook de Rosangela Espinoza “*la chica Selfie*” durante el mes de diciembre del 2016 para demostrar la hipótesis de que este personaje público incita al erotismo de sus seguidores.

Entiéndase el erotismo como estrategia y artefacto para seducir, persuadir y cautivar seguidores con habilidad, conocimiento y destreza con la que se utiliza en la red social Facebook.

"El erotismo es hechura cultural, es producto facticio, vale decir, no-natural; el erotismo es un artefacto, porque se hace con arte, esto es, con disposición, habilidad y conocimiento. (Recuérdese que artefacto viene del latín arte factus, que significa hecho con arte)".

"El erotismo no es producto de la Naturaleza, sino de la Artificialidad. Es una hechura cultural, porque el sexo erótico no está al servicio de la reproducción, sino del placer. El ejercicio erótico es el goce per se, el placer por el placer mismo, la lujuria, como dicen los teólogos y canonistas, para quienes la lujuria es un pecado, y el pecado de lujuria, según ellos, consiste en el apetito desordenado de los deleites carnales". (Denegri, 2014)

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.

De un tiempo a esta parte, las redes sociales son hoy en día, no solo un espacio de ocio y entretenimiento, sino también una herramienta indispensable para los negocios, liderazgo de opinión y marketing personalizado. El Facebook, una de las redes más grandes en el mundo, no es la excepción, con más de 9 millones de “facebookeros” en el Perú hacia mediados de mayo del 2014 (Ipsos Perú, 2014, pág. 3), cifra que sigue aumentando vertiginosamente y que indudablemente sobrepasará el 31% de la población actual en nuestro país en el 2016 (Ipsos Perú, 2014, pág. 8).

El usuario del Facebook, a quien llamaremos “facebookero” dentro del espectro psicosocial-económico-cultural, en promedio tiene una cuenta o página creada denominado “Fanpage”, el cual lo usan para interactuar con sus familiares o amigos para intercambiar o compartir comentarios, fotos, videos y todo tipo de manifestación virtual del ciberespacio actual; para buscar personas o simplemente para el seguimiento a personajes públicos.

Cabe señalar que, dentro de la población total del país, el uso de esta red social no está dirigido a un público objetivo en específico, pues los últimos estudios y estadísticas en el año 2014 por el Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, han demostrado que entre la pobreza, pobreza extrema y pobreza no extrema, suman en total el 5,4% y el no pobre, el 28,2%; que al mes de julio del 2016 representaría la cifra considerable de 10 millones 580 mil 178 facebookeros de un total de 31 millones 488 mil 625 habitantes.

La segmentación de los facebookeros se determina de la siguiente manera: el *Heavy user*, es el estudiante joven entre los 17 y 20 años de edad que se conectan por 7 horas en promedio al día y que comenta, reacciona o coloca “me gusta” o “like” o también las llamadas “reacciones” que Facebook añadió: “Me encanta”, “Me divierte”, “Me asombra”, “Me enoja”.

Otro es el *smartphoner*, es el joven entre los 21 y 24 años de edad que vierte siempre una opinión y no se limita a “dar like” o “reaccionar” desde su celular en cualquier lugar, fecha y hora. Por otro lado, tenemos el facebookero a quien llamaré “*gamers*”, de 12 a 19 años de edad, es quien se conecta al Facebook solo para jugar en línea con los amigos o contrincantes potenciales desde una computadora en casa y que su lema sería: “los amigos de mis amigos son mis amigos”. También, existe la mujer facebookera, que en promedio tiene 25 años de edad y solo accede a la red 2 horas al día, comenta, reacciona, “da likes” o “reacciona” y lee los muros de quienes solo le interesa. Y por último, al que se llamará “*exhibicionista*”, es el típico facebookero que cuenta toda su vida, en promedio tiene 22 años de edad y sus amistades son muy heterogéneas y se conecta 3 horas al día y siempre hace comentarios (Ipsos Perú, 2014, pág. 6)

En este sentido, Rosangela Espinoza López, pieza fundamental de esta investigación, es de nacionalidad peruana, popularmente conocida como la “chica selfie”, tiene 27 años de edad, nació el 19 de julio de 1989, modelo y estudiante de periodismo en la Universidad Jaime Bauzate y Meza y de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad César Vallejo. Tiene una estatura de 1.70m., representó al departamento de Ica en el evento de belleza Miss Perú 2012, con las medidas físicas de 91-64-93 centímetros.

Se inició en el medio televisivo en el 2013 como competidora del programa “Bienvenida la Tarde” de Frecuencia Latina, en julio de ese mismo año, se integra a “Combate”, programa concurso de reality producido por el Grupo ATV.

En marzo de 2015, alborota a propios y extraños con selfies subidas a su cuenta de “Instagram” (Instagram, 2016) en donde se hace mucho más popular catalogándola como la “chica selfie” y tras una relación engorrosa con el periodista y conductor de radio y televisión Carlos Enrique Banderas, mejor conocido en los medios como “Carltoncho”, su popularidad y seguidores iba en aumento.

Gisela Valcárcel no duda en invitarla en su programa de reality de baile “El Gran Show” producido bajo licencia de América Televisión. Participó en dos oportunidades, en la segunda temporada de 2016 y en “Reyes del Show” en los últimos meses de 2016, en ambas se coronó como ganadora al lado de su pareja de baile, Lucas Piró.

Este personaje público tan popular y que la fama aún parece no marearla, tiene atributos físicos que es muy reconocido en las redes sociales. Pero, ¿Incitará el erotismo de sus seguidores y público en general las veces que publica fotos o videos mostrando estos atributos?

Entendamos como erotismo a la exaltación del mayor sentimiento afectuoso de una persona a través del arte, es decir, el apasionamiento afable de un ser humano hacia su semejante por intermedio de una manifestación o expresión artística, en este caso la de una actriz, modelo y bailarina que demuestra sus atributos físicos a través de fotografías y videos que de forma virtual se publican abiertamente en una red social como el Facebook.

Cristina Peri Rossi hace una relación metafórica muy peculiar y dice: *“El erotismo es a la sexualidad lo que la gastronomía al hambre: el triunfo de la cultura sobre el instinto, entendiendo por cultura el largo, diverso y complejo proceso que ha elaborado la criatura humana, desde sus comienzos para dominar, transformar y guiar el instinto primitivo”* (Mateo del Pino, 2009)

Por lo expuesto anteriormente, el fanpage a analizar de nuestro personaje público, dentro de la segmentación antes mencionada, se ubica en el de las mujeres facebookeras con cierto margen de exhibicionismo que, a diferencia de otras personas, tiene popularidad y miles de seguidores.

Demostraremos entonces, si en realidad esta mujer que derrocha sensualidad, provoca el erotismo en sus fans o solo produce un apasionamiento afectivo que despierta ese instinto primitivo que todos poseemos genéticamente.

1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 DELIMITACION ESPACIAL

Se analiza el fanpage del Facebook de Rosangela Espinoza durante el mes de diciembre de 2016. Para ello, se hace un análisis estricto de cada publicación o “post” en su página oficial del Facebook, donde se detalla las estrategias para generar más seguidores.

1.2.2 DELIMITACIÓN SOCIAL

La presente investigación se concentra en el análisis y descripción de las publicaciones en el Facebook del personaje público durante los 31 días del mes de diciembre de 2016. Para ello, utilizamos fichas de observación como herramienta técnica y así después de tabularlas determinamos si los seguidores son incitados al erotismo.

Asimismo, se entrevistan según balota a tres personas: Un psicólogo, un especialista en redes sociales y Facebook, y por último, pero no menos importante, a la protagonista de la presente investigación, la señorita Rosangela Espinoza.

1.2.3 DELIMITACIÓN TEMPORAL

Se analiza las publicaciones durante el mes de diciembre de 2016.

1.2.4 DELIMITACIÓN CONCEPTUAL

- Las redes sociales, y en especial el Facebook, ha cambiado drásticamente la manera de comunicarnos hoy en día, permitiéndonos interactuar con cualquier persona en el mundo, sea conocido o extraño, amigo o amistades de nuestras amistades.
- El Facebook se ha convertido en la red social más utilizada y efectiva para transmitir cualquier tipo de comunicación, ya sea textual, oral, audiovisual, etc.
- La “sociedad facebookera” en nuestro país está creciendo de manera exponencial y en un futuro no muy lejano, no habrá habitante en el Perú, sin importar las condiciones socio económicas, culturales o religiosas, que de una u otra manera no se pueda comunicarse a través del Facebook.
- El erotismo es una manifestación instintiva del ser humano provocado o incitado de una manera sensual o sexual de un individuo a otro, directa o sutilmente, la cual lo hace atractivo de forma natural sin llegar a ser amoral.
- Un personaje público tiene la manera sutil de manipular o persuadir o provocar reacciones de otras personas convirtiéndose en el estereotipo a seguir dentro de una estrategia de marqueteo en las redes sociales.

1.3 PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 PROBLEMA PRINCIPAL

¿De qué modo incita al erotismo de sus seguidores el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016?

1.3.2 PROBLEMAS SECUNDARIOS

1.3.2.1 ¿De qué modo incita al erotismo de sus seguidores las imágenes publicadas en el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016?

1.3.2.2 ¿De qué modo incita al erotismo de sus seguidores los vídeos publicados en el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016?

1.3.2.3 ¿De qué modo incita al erotismo de sus seguidores los post diversos publicados en el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 OBJETIVO PRINCIPAL

Analizar y describir cómo incita al erotismo de sus seguidores el fanpage de Rosangela Espinoza en el periodo de diciembre de 2016.

1.4.2 OBJETIVOS SECUNDARIOS

1.4.2.1 Analizar y describir cómo incita al erotismo de sus seguidores las imágenes publicadas en el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016.

1.4.2.2 Analizar y describir cómo incita al erotismo de sus seguidores los vídeos publicados en el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016.

1.4.2.3 Analizar y describir cómo incita al erotismo de sus seguidores los post diversos publicados en el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016.

1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 HIPOTESIS PRINCIPAL

Se incitaría al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de las publicaciones en el Facebook donde se expone con mayor evidencia sus atributos físicos durante el mes de diciembre de 2016.

1.5.2 HIPÓTESIS SECUNDARIAS

1.5.2.1 Se incitaría al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de las imágenes publicadas en Facebook donde se expone con mayor evidencia sus atributos físicos durante el mes de diciembre de 2016.

1.5.2.2 Se incitaría al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de los vídeos publicados en el Facebook donde se expone con mayor evidencia sus atributos físicos durante el mes de diciembre de 2016.

1.5.2.3 Se incitaría al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de los diferentes post publicados en el Facebook donde se hace referencia a sus atributos físicos durante el mes de diciembre de 2016.

1.5.3 VARIABLES Y MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

Tipo de variable	Definición conceptual	Categorías	Indicadores
<p>Variable X:</p> <p>Las publicaciones del Fanpage del Facebook de Rosangela Espinoza, diciembre 2016.</p>	Referente a las publicaciones (posteos) en el fanpage oficial del Facebook de Rosangela Espinoza durante el mes de diciembre del 2016.	Seguidores	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de likes (incluidas las reacciones) • Cantidad de comparticiones • Cantidad de comentarios
<p>Variable Y:</p> <p>Las publicaciones del Fanpage de Rosangela Espinoza, diciembre de 2016, que incitan al erotismo de sus seguidores.</p>	Es la atracción de los seguidores por lo que les produce placer o satisfacción con respecto a una manifestación que incita al instinto sexual.	Imágenes	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías de plano entero. • Fotografías de plano medio. • Selfies.
		Vídeos	<ul style="list-style-type: none"> • Vídeos de bailes. • Vídeos de mensajes hablados.
		Post diversos	<ul style="list-style-type: none"> • Información personal.

1.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

1.6.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de tipo básica o también llamada pura, porque nos demostrará si los post de fotografías (plano entero, plano medio y selfies) y videos de un personaje público en el fanpage del Facebook

durante el mes de diciembre del 2016, como es en este caso de Rosangela Espinoza, incitan al erotismo entre sus seguidores.

“...la investigación básica tiene como objetivo descubrir leyes universales o leyes generales, ya sean de la Naturaleza, de la Sociedad, de la Información o del Conocimiento (...) se orienta al incremento de la densidad de información conceptual. Se define la investigación básica como una actividad Científica y Tecnológica que descubre leyes universales o leyes generales”. (Carvajal, 2006)

1.6.1.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de nivel descriptivo y explicativo, se analizará de qué modo incita el erotismo de sus seguidores el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza durante el mes de diciembre de 2016.

“La investigación descriptiva se preocupa primordialmente en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. La investigación explicativa se preocupa principalmente en determinar los orígenes o las causas de un determinado conjunto de fenómenos. Su objetivo es conocer por qué suceden ciertos hechos, analizando las relaciones causales existentes o al menos las condiciones en que ellos se producen”. (Universidad del Cauca – F.I.E.T, 2000)

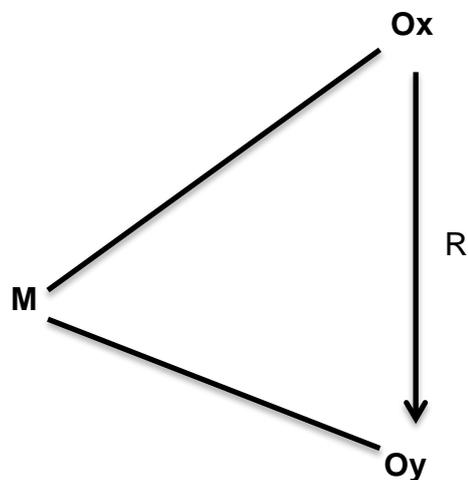
1.6.2 MÉTODOS Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

1.6.2.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación será bajo una metodología Hipotética Deductiva, priorizando estrategias de investigación tales como la observación y la entrevista.

1.6.2.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la presente investigación es:



Donde

M : Muestra

Ox : Las publicaciones del Fanpage del Facebook de Rosangela Espinoza, diciembre 2016.

Oy : Las publicaciones del Fanpage de Rosangela Espinoza, diciembre de 2016, que incitan al erotismo de sus seguidores.

R : Niveles de relación y explicación que se da entre las dos Variables Concurrentes.

1.6.3 UNIVERSO Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.3.1 UNIVERSO - MUESTRA

El universo - muestra de la presente investigación está conformado por todos los post y publicaciones diversas realizadas en el Facebook a

través del fanpage de Rosangela Espinoza durante el mes de diciembre de 2016.

1.6.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1.6.4.1 TÉCNICAS

1.6.4.1.1 Observación

1.6.4.1.2 Entrevista

1.6.4.2 INSTRUMENTOS

1.6.4.2.1 Ficha de observación

1.6.4.2.2 Guía de entrevista

1.6.5 JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.5.1 JUSTIFICACIÓN

Ahora, mucha gente se comunica a través del Facebook, pero los personajes públicos con mucho más interés, en la búsqueda de seguidores para así poder persuadirlos de manera sutil o directa para obtener beneficios personales, sin importar el cómo o las formas dentro de una sociedad facebookera o aldea virtual.

Es por ello, que se busca analizar y describir cómo incita el erotismo de sus seguidores el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, tomando como muestra los resultados de las tabulaciones de las fichas de observación en donde sus seguidores, de una u otra manera, interactuaron en el mes de diciembre de 2016, lo cual permitirá saber cómo se fue desarrollando las estrategias de las publicaciones y el impacto que hayan tenido en los seguidores durante ese periodo.

Asimismo, se recogerá opiniones de gente especializada en la psicología de masas y en redes sociales, pero sobre todo, a la misma protagonista de esta investigación quien nos explicará si se siente o no como una incitadora del erotismo a través de su fanpage del Facebook.

1.6.5.2 IMPORTANCIA

La presente investigación es importante porque sus resultados permiten analizar y describir cómo incita el erotismo de sus seguidores el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016, esto permitirá saber si las estrategias empleadas al “postear” fotografías o videos han provocado alguna reacción en sus seguidores. Asimismo, permitirá medir el impacto que han generado las publicaciones en sus seguidores, lo cual es un aporte a la investigación científica.

De igual manera, se busca analizar y describir cómo incita el erotismo de sus seguidores las imágenes y videos publicados en el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, durante el mes de diciembre de 2016 y si ellos a su vez comparten entre el público que no son sus fans y, de ese otro publico facebookero, cuántos se convierten en fans por el mismo interés erótico que despierta en los instintos personales, como un gran círculo vicioso.

Además, se busca analizar y describir cómo incita el erotismo de sus seguidores los post diversos publicados en el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016.

La presente investigación es importante para las Ciencias de la Comunicación porque tanto para los comunicadores sociales, psicólogos, sociólogos, opinólogos, blogueros como para los expertos en redes sociales, será de mucha utilidad saber el comportamiento, manejo de las imágenes y comentarios desde un análisis semiótico y estructurado que, bien utilizado en un fanpage de un personaje público, en tan poco tiempo se puede alcanzar mucha fama, tanto a nivel nacional como internacional. Se

demonstraría que utilizando una herramienta tan poderosa como es el Facebook, Rosangela Espinoza “La chica selfie”, gracias a sus seguidores y detractores, ha logrado con creces ingresar a la farándula peruana y ser parte de la historia televisiva, la que le representa ganancias sustantivas de dinero.

Finalmente, esta investigación debe calar en los personajes públicos y tomar conciencia del poder que tienen para captar seguidores que buscan en ellos un estilo de vida a seguir, sin importar las formas ni el cómo, simplemente el fin justifica los medios. Además, que es un referente para las mujeres jóvenes que siguen un modelo y que, en el imaginario colectivo, no solo basta ser bonita con un cuerpo escultural e envidiable, sino que también debes contar con estrategias de marketing y herramientas que seduzcan, sensibilicen, persuadan y te muestren ante el universo cibernético como un líder o estereotipo benevolente.

1.6.5.3 LIMITACIONES

La presente investigación presentó limitaciones de tipo accesitaria a las fuentes de información, pues, por ejemplo, para realizar la entrevista a la señorita Rosangela Espinoza, no se pudo contactar ni con ella ni con algunos de sus representantes. Además, por condiciones laborales y motivos de salud de mi persona, ya no se concretó la entrevista, a pesar que se hicieron todos los esfuerzos e incluso se envió mensaje desde su fanpage del Facebook.

Asimismo, durante la realización de las otras entrevistas, a solicitud de los entrevistados, tuvieron que ejecutarse sin registro de grabación ni fotográfico, por lo cual se remitieron los cuestionarios por correo electrónico, los mismos que fueron respondidos por la misma vía.

En cuanto a los aspectos financieros, la investigación no se afectó contándose con los medios suficientes para la realización del trabajo de campo, así como para las labores logísticas.

Se accedió a diferentes fuentes virtuales y físicas de carácter bibliográfico para la estructuración del marco teórico y los antecedentes de la presente investigación, sin embargo, no fue sencillo encontrarlas en los repositorios universitarios ni en las bibliotecas nacionales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 PALOMINO FLORES, Paola

2014. “LA PRESENTACIÓN DE PERSONAJES PÚBLICOS EN LAS REDES SOCIALES: CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN DE ALEJANDRO TOLEDO EN FACEBOOK” Lima, 2014. 182 hojas. Tesis para optar al título profesional de Comunicadora y Periodista.

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS (UPC)

Esta tesis sostiene como objetivo principal el análisis del cómo se forma y construye la imagen de Alejandro Toledo en Facebook como personaje público y qué elementos utilizaron en la red social.

Sostiene que, el interés por la comunicación política, entendida como un escenario de interacción, en el cual los personajes políticos tratan de posicionarse como marcas y para ello, construye, permanentemente, una imagen que brindan a los demás.

El tipo de investigación utilizado en esta tesis fue básicamente de carácter cualitativo. El uso de herramientas de esta investigación es el análisis a través de la interacción discursiva que se realiza dentro de un espacio comunicativo concreto como es el Facebook. En el proceso estratégico de la marca personal, también, se analiza los contenidos de todas las bondades que esta herramienta virtual nos ofrece, como las

conversaciones, comentarios, videos, fotografías e imágenes, likes (me gusta) y “reacciones”, y además, el intercambio de enunciados y semióticamente empleados para la construcción de significados.

El aporte teórico de esta investigación se vincula a una herramienta tan poderosa como a través de las redes sociales, en específico el Facebook, permite construir una estrategia de fidelización de seguidores y una marca o imagen de un personaje público, como en este caso Alejandro Toledo.

Finalmente, sus resultados definen al Facebook como una de las herramientas más eficientes y el cordón umbilical entre la imagen del personaje público y político con sus seguidores. De esta manera, se reafirma que las redes sociales en la actualidad poseen un poder persuasivo muy fuerte hacia los seguidores. Concluyentemente, podemos demostrar que la hipótesis es correctamente demostrable y validada. (Palomino Flores, 2014)

Esta tesis tiene relación con la presente investigación, pues permite deducir cómo una herramienta tan poderosa de las redes sociales, el Facebook, se pueden construir estrategias tan eficaces y eficientes para que un personaje público cautive más adeptos con la finalidad, en este caso, política, de alcanzar más popularidad que se reflejen de forma concreta en votos en las elecciones electorales. En el caso de la investigación en curso, en la popularidad y aceptación de los seguidores en el fanpage de Rosangela Espinoza en Facebook.

2.1.2 PARADA HOYL, Roberto

**2010. “LA FOTOGRAFÍA ERÓTICA DESENCANTADA DE LO ERÓTICO
“UN ESTUDIO DE LA FOTOGRAFÍA ERÓTICA CONTEMPORÁNEA”
Chile, 2010. 86 hojas. Tesis para obtener el Grado de Magister en
Teoría e Historia del Arte.**

UNIVERSIDAD DE CHILE

Facultad de Artes, Departamento de Teoría.

Esta tesis tiene por objeto el estudio de lo erótico en la fotografía post moderna y presentar las causas que llevan a una producción erótica artificiosa, rebuscada y paradójicamente desencantada de “lo erótico”.

Del mismo modo, cuenta y explica a lo largo de la historia el cómo ha cambiado la manera de interpretar y percibir el erotismo a través de las imágenes artísticas en la que pone énfasis en la fotografía y sus dos vertientes que investiga: la fotografía erótica y la fotografía pornográfica.

Su autor, demuestra lo paradójico de la fotografía post modernista en donde lo erótico dejó de ser subjetivo para evolucionar a lo objetivo, de una manera directa y comercial, colocando a la mujer en objeto de mercadeo y el valor simbólico que representa dejando atrás lo erótico y exótico de lo que representaría la misma obra artística desde el punto de vista del artista y el de los consumidores. (Parada Hoyl, 2010)

Esta tesis se relaciona con la investigación porque explica cómo la fotografía erótica puede persuadir al público que las observa, incitándolos al deseo que demanda el erotismo pero sin llegar a lo pornográfico, es decir, sin caer en la vulgaridad, y, como es de su propia naturaleza, el comportamiento comercial que genera en un personaje que muestra su belleza en todo su esplendor.

2.1.3 TARAZONA LUJÁN, Renzo Fabrizzio

2013. “VARIABLES PSICOLÓGICAS ASOCIADAS AL USO DE FACEBOOK: AUTOESTIMA Y NARCISISMO EN UNIVERSITARIOS.”
Lima, 2013. 63 hojas. Tesis para optar el Título profesional de Licenciado en Psicología.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ (PUCP)

Facultad de Letras y Ciencias Humanas.

En esta tesis, Tarazona tiene como objetivo principal conocer cómo se relacionan el uso del Facebook con la Autoestima y el Narcisismo en jóvenes universitarios peruanos que viven en Lima, bajo una investigación, transversal y correlacional, se sustenta en el análisis de las variables: Uso de Facebook, Autoestima y Narcisismo. Los datos corresponden a las respuestas reportadas por jóvenes universitarios que participaron voluntariamente en el estudio. La información se recogió a través de la red social Facebook. Para esto, se utilizó el programa Google Docs que permitió organizar formalmente la batería de pruebas.

Asimismo, Tarazona sostiene que el binomio Autoestima –Narcisismo tiene estrecha relación en el sentido de que guardan ciertas pautas de intervención en los jóvenes. La autoestima como una variable de la psicología que busca la comprensión del individuo en términos de valor en sus cualidades personales, y, por otro lado, el narcisismo como otra variante del análisis del sí mismo, que surge en un contexto psicológico particular en el ámbito de la personalidad.

Finalmente, sus resultados demuestran que, sobre la muestra utilizada, estos jóvenes no se sentían identificados con sus familias y que buscaban nuevos círculos o modelos a seguir (estereotipos) para la formación de su identidad.

De igual manera, concluye que los índices del Inventario de Personalidad Narcisista – NPI, determinaron que los jóvenes con mayor tendencia al exhibicionismo utilizan el Facebook entre 3 a 5 horas que otros grupos de jóvenes. Además, las personas que le dedican más de 5 horas al día a Facebook puntúan más alto en el NPI y que a menor cantidad de fotos, mayor es el puntaje en el NPI. (TARAZONA LUJÁN, 2013)

Esta tesis tiene relación con la investigación porque demuestra que publicar fotos en el Facebook puede aumentar la autoestima y el grado de exhibicionismo de una persona joven y estudiante universitaria, como lo es también Rosangela Espinoza; y que, al ser un personaje público, crea en

jóvenes como ella un estereotipo de mujer a seguir en busca de una propia identidad.

2.1.4 GONZALES VILCARROMERO, Lourdes Consuelo.

2012. “LA IMAGEN DE LA MUJER EN LA FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA DE PERFUMES: PRINCIPALES REPRESENTACIONES SOCIALES Y ESTEREOTIPOS” Lima, 2012. 287 hojas. Tesis para optar el Título de Licenciada en Publicidad.

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ (PUCP)
Facultad de Ciencias y Artes de La Comunicación.**

Esta tesis tiene como objetivo principal mostrar cómo se construye la imagen de la mujer en la fotografía publicitaria de perfumes: ¿Qué tipo de mujer resalta la publicidad de este sector? ¿Qué representaciones sociales y estereotipos son los más comunes? ¿Cómo se desarrolla y construye a este personaje? ¿Cuáles son los valores más difundidos sobre la mujer en esta publicidad? ¿Qué tipo de realidad sobre ella nos muestra? Estas son algunas de las interrogantes que se responden.

Asimismo, sostiene la importancia de la fotografía de la mujer como medio de publicidad, en este caso como forma descriptiva para mostrar las bondades de las distintas marcas de perfumes y la manera del cómo trasladar el olor de estos en una imagen visual como base persuasiva de la publicidad para capturar la atención, con la finalidad de vender el producto, siendo la mujer la protagonista y el objeto primordial a la que llama heroína y define como el tipo de mujer que todas las féminas quieren llegar a ser: bella, seductora, segura de sí misma, independiente y, en algún sentido, poderosa.

El tipo de investigación utilizado en esta tesis fue de tipo cuantitativo-cualitativo: un Análisis minuciosos de los contenidos. Sus principales herramientas fueron: la observación, la recopilación de datos en 20 avisos de prensa expuestos en las revistas Cosmopolitan, Vogue y Vanidades en

donde se encontraran fotografías publicitarias anunciando como producto un perfume dirigido al público femenino y el análisis de contenido entre los 2008 y 2011, utilizando fichas técnicas como instrumento adicional.

Finalmente, el análisis de los datos sobre la imagen física del personaje, su entorno y roles, que tienen como finalidad la búsqueda de variables referentes a la apariencia, etnicidad y vestimenta, buscando qué tipos de estereotipos se pueden extraer sobre la imagen de la mujer. Se comprueba en sus resultados una predilección social hacia una representación social de la mujer en su rol seductora que involucra la actitud, audaz o agresiva, como viva imagen de la perfección de su género y su individualidad, en el atractivo de su cuerpo como instrumento de seducción al hombre.

Del mismo modo, se analiza el producto anunciado cuyo resultados conciben dos estereotipos de mujer, la romántica y la moderna, donde el valor máximo de femineidad es la base de la seducción, en la que intervienen elementos como: la vestimenta, la postura, la forma como se muestra el cuerpo, los gestos, la mirada y sobre todo por la belleza física. (GONZALES VILCARROMERO, 2012)

Esta tesis se vincula con la investigación porque se centra en reconocer el poder seductor que tiene la mujer en la fotografía, en este caso la publicitaria, pero muy afín a lo que deseo demostrar con las fotos publicadas en la red social Facebook en cuanto a las formas de emisión del mensaje entre líneas en cada publicación del personaje público Rosangela Espinoza.

2.1.5 CHIOINO SALOMÓN, Nadir Milagros.

2016. “LA CONSTRUCCIÓN Y RECONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES VIRTUALES MEDIANTE LA PUBLICACIÓN DE SELFIES EN LAS REDES SOCIALES” Lima, 2016. 57 hojas. Tesis para obtener el Grado de Licenciada en Comunicación.

UNIVERSIDAD DE LIMA

Escuela de Humanidades, Facultad de Comunicación.

La autora tiene como objetivo principal analizar las diversas estrategias implementadas por los usuarios al momento de producir y compartir selfies en las redes sociales y a su vez, comprender cómo los selfies contribuyen a la construcción y reconstrucción de sus identidades virtuales.

Este estudio explica que el usuario se apoya en tres procesos principales al momento de decidir compartir un selfie: preparación, edición y publicación. Identificamos, también, cuatro categorías en las que encajan los selfies de la muestra: estéticos, sociales, familiares y de oportunidad.

El tipo de investigación utilizado en esta tesis fue de carácter cualitativo. Sus principales técnicas e instrumentos para la recolección de datos fueron entrevistas a doce jóvenes: seis hombres y seis mujeres que deberían contar con smartphones, acceder a Internet a través de ellos y tener cuentas en redes sociales en las que publiquen selfies con alta frecuencia.

Por consiguiente, sus resultados concluyen que los individuos atraviesan tres principales momentos al momento de tomarse selfies: preparación, edición y publicación. No siempre debe de seguirse ese orden, pero suele ser lo habitual.

Asimismo, sus resultados demuestran que al producir la imagen correcta se convierte en un mecanismo para alcanzarla identidad deseada y el autorretrato correcto guía la mirada del otro para ser contemplados de la forma en la que se desea ser visto. Además, deja claro que después de compartir algún momento en las redes sociales, son reemplazadas en cuestión de segundos por nuevo contenido, dejando el presente en un momento del pasado y en otro mismo presente fragmentado en el tiempo viviéndose la instantaneidad relegando al futuro. (Chioino Salomón, 2016)

Este estudio se vincula con la investigación, puesto que sostiene seguir conociendo las maneras en las que las personas estratégicamente utilizan las tecnologías de la información y la comunicación; y por otro lado, entender cómo transforman sus vidas a un paso acelerado, dando un indicador de hacia dónde se dirigen los avances en el plano de la representación de la imagen y la construcción de identidad del cómo se quieren exhibir.

2.1.6 KERSCHBAUM SAONA, Rebecca María.

2015. “EL FENÓMENO QUE TRASCIENDE EN LA WEB” Quito, 2015. 165 hojas. Tesis para obtener el Título en Periodismo Multimediales.

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas.

El presente trabajo de investigación científica tiene como objetivo principal determinar por qué había una exposición tan alta de imágenes sexuales y falta de pudor en redes sociales al subir selfies, y porqué el selfie era más permisivo respecto a este tipo de fotografías sin ser juzgado con facilidad, sino todo lo contrario: Aceptado e imitado.

De la misma forma, la autora se centra en el por qué las personas publican el selfie como manera de moda sin reparar en las consecuencias, negativas o positivas, que dependen de las otras personas y el entorno social al que quieren mostrarse y ser parte.

El tipo de investigación utilizado en esta tesis fue de carácter cuantitativo y exploratorio, puesto que se utilizó como base de partida previa la entrevista a doce jóvenes y las encuestas realizada a 100 personas ecuatorianas.

Finalmente, sus resultados concluyen que el selfie no se trata simplemente de un fenómeno impulsado por el narcisismo. Las personas

que se toman autofotos con regularidad buscan una respuesta positiva por parte de su audiencia. Asimismo, sostiene que el selfie nos convierte en el protagonista, y ese protagonismo nos hace sentir importantes, así sea de manera efímera. (Kerschbaum Saona, 2015)

Este estudio se vincula con la investigación porque se analizan más el cuándo y dónde que el quién y cómo se publican los selfies en las redes sociales como una especie de moda de esta generación cada vez más virtualizada y la generación de una imagen que guste y tenga seguidores. Además, explica algunos problemas de publicar un selfie, como es la connotación sexual y el erotismo que puede incitar a los seguidores.

2.1.7 CEREIJO FURELOS, María.

2015. “EL “YO” FRENTE A LA CÁMARA: CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN MEDIANTE EL SELFIE Y EL RETRATO FOTOGRÁFICO” Valencia, 2015. 37 hojas. Tesis para obtener el Título de Grado en Bellas Artes.

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALENCIA

Facultad de Belles Arts de Sant Carles.

Esta investigación científica tuvo como objetivo principal estudiar el retrato fotográfico y su relación con el actual selfie. Además, el de explorar los distintos conceptos de retrato, autorretrato y selfie y la relación que guardan en cada uno la actitud del retratado con la construcción de la autoimagen; y profundizar en el concepto de selfie y autorretrato, identificando sus características comunes y sus diferencias.

El tipo de investigación utilizada en esta tesis fue de carácter explicativo y exploratorio. Sus principales técnicas fueron la exploración en las técnicas de autorretrato de las propias mujeres elegidas para este estudio. Para ello, se pidió a nueve mujeres entre veinte y veinticinco años

que posasen delante de una cámara. El género y el rango de edad seleccionados no son aleatorios.

Finalmente, sus resultados demuestran que la interacción del sujeto con las redes sociales en la actualidad, en las que la proliferación del autorretrato y la exposición de la intimidad son determinantes a la hora de construir la imagen del individuo en las mismas. Además, se demuestra que al tomar las fotos a las mujeres, ellas se tornaban nerviosas o fingidas, mientras cuando enviaban sus selfies, en el mismo escenario, estas aparecían de manera natural y real, sin ningún tapujo y que fueron subidas, con esa finalidad, a las redes sociales. (Cereijo Furelos, 2015)

Este estudio tiene relación con la presente investigación, puesto que se concluye que la interacción del sujeto con las redes sociales en la actualidad, en las que la proliferación del autorretrato y la exposición de la intimidad son determinantes a la hora de construir la imagen del individuo en las mismas.

2.1.8 SUÁREZ QUIROGA, María Yolima.

2012. “ME MUESTRO, ME MIRAS, ME AGREGAS...LOS USOS DE LA FOTOGRAFÍA EN FACEBOOK POR PARTE DE LOS ADOLESCENTES COMO MEDIO DE VISIBILIZACIÓN” Colombia, 2012. 175 hojas. Tesis para obtener el Título de Maestría en Comunicación y Medios.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura.

En esta tesis, los objetivos se centran en la exploración del cómo se conciben los adolescentes en la red social Facebook a partir de las fotografías que publican en sus perfiles y “muros”; los contenidos que estimulan su curiosidad para ser registrados, los modos y formas que sus fotografías expresan acerca de sí mismos y de sus imaginarios y su universo simbólico.

De igual forma, el autor con esta investigación pretende dar a conocer la opinión que tienen los adolescentes sobre Facebook, acerca del uso de las fotografías y su papel como medio socializador y de visibilización.

El tipo de investigación utilizado en esta tesis fue de carácter cuantitativo, cualitativo y exploratorio. Sus principales técnicas e instrumentos fueron la encuesta y diseño de cuestionario de 26 preguntas que se aplicó a un grupo de 130 estudiantes de un colegio de Bogotá, dividido en tres segmentos para la investigación: Opinión sobre Facebook, Contenido de las fotografías y Acerca de mirar fotografías.

La autora considera que los retratos propiamente dichos y los autorretratos o autofotos, en donde el fotógrafo es el mismo objeto fotografiado, y supone un marcado interés de observación de sí mismo, donde se configura la imagen ideal del yo ante el mundo.

Por otra parte, concluye que se encontraron fotografías sugestivas, donde el cuerpo, se vuelve un referente especial, suelen ser más convencionales en sus poses, aunque son quienes acuden a ademanes y signos con sus manos, algunos de connotación vulgar; mientras que las niñas sonríen, miran hacia la cámara y asumen posturas más sensuales y provocativas, buscando descubrir sus cuerpos y caras en todas sus expresiones, bordeando el umbral de lo sugestivo y erótico. (Suárez Quiroga, 2012)

Esta tesis se relaciona con la investigación en curso, debido a que recoge la opinión de jóvenes sobre el Facebook y su importancia como red social que permite publicar fotografías, en ocasiones con sugerentes posturas incitando a la seducción y erotismo, poniendo énfasis al cómo se perciben ante la sociedad, comunidad, sus seguidores y su propio yo.

2.1.9 CÁRDENAS RODRIGUEZ, Adolfo.

2014. “EL PANOPTIKÓN 2.0: REDES SOCIALES EN LA REPRESENTACIÓN DEL ESPACIO INTERIOR DE LA PINTURA CONTEMPORÁNEA” Lima, 2014. 110 hojas. Tesis para obtener el Título de Licenciado en Arte.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ (PUCP)

Esta tesis tiene como objetivo principal analizar y visualizar los cambios pertinentes al desplazamiento del espacio interior como resultado del fenómeno de la exhibición del espacio íntimo actual, hoy exacerbado por las redes sociales.

Por otro lado, el autor señala que su investigación se basa en la observación que busca reconocer el impacto de las redes sociales sobre la representación del espacio interior en la pintura contemporánea, para elaborar una reflexión acerca de las diferencias que se manifiestan sobre el plano figurativo en la actualidad.

También, indica que la coyuntura global de exhibir nuestra intimidad en las redes sociales, como es el caso del Facebook, proyecta una forma nueva del espacio íntimo o interior en la pintura y que, producto de la carga psicológica que sobrellevan las personas en su vida cotidiana, afecta su conducta, la percepción sobre los otros y el entorno en espacio y tiempo.

Sus resultados concluyen que la inmediatez por postear fotografías en la intimidad o privacidad en la vida cotidiana para farandulearse o exteriorizarse, traen como consecuencia la fragmentación del espacio tiempo.

Asimismo, estos elementos claves de los posibles desplazamientos, en la representación del espacio interior en la actualidad. (Cardenas Rodriguez, 2014)

Esta tesis se vincula con la presente investigación porque analiza visualmente las obras pictóricas de algunos autores contemporáneos para tener un acercamiento sobre la “visibilidad” del espacio interior y la intimidad mediatizada por las redes sociales en el contexto de la Web 2.0, cuya acción en el sujeto – su forma de ser – actúa en la representación cultural como lo fue la fotografía en el siglo XX.

2.1.10 QUEZADA VILLAMAR, Priscila Alejandra.

2015. “ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LAS IMÁGENES QUE COMPARTEN A TRAVÉS DE FACEBOOK LOS ESTUDIANTES DE SEGUNDO AÑO DE BACHILLERATO, PARALELO "A", ESPECIALIDAD INFORMÁTICA, PARA PROPICIAR UN MEJOR USO DE LA RED SOCIAL EN LA UNIDAD EDUCATIVA PÚBLICA "DISTRITO METROPOLITANO” Santo Domingo, 2015. 138 hojas. Tesis para obtener el Título de Licenciatura en Comunicación, mención en Periodismo para Prensa, Radio y Televisión.

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
Dirección Académica-Escuela de Comunicación Social.**

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, experimental (el cual se divide en cuasi-experimental y datos estadísticos de las imágenes recabadas de las cuentas de Facebook). Además, el exploratorio (por la investigación de campo de forma directa) y análisis semiótico de los contenidos (en este caso de imágenes) de las cuentas del Facebook de 40 estudiantes, en base a los conceptos de semiótica de especialistas como Humberto Eco, Ferdinand Saussure, Charles Sanders Peirce y Algirdas Julius Greimas.

Asimismo, se utilizó las herramientas como las encuestas con una muestra de 40 estudiantes entre mujeres y hombres y no se efectuó fórmulas porque la muestra es el curso; y la selección de las personas fue al azar. Se tomó una muestra de 300 imágenes (fotografías de un universo de 596).

El objetivo principal de esta investigación es realizar un análisis semiótico de las imágenes que comparten estudiantes a través de la red social Facebook, que permitan determinar el contenido del mensaje de dichas publicaciones.

La autora sostiene que del análisis semiótico de los contenidos (imágenes y fotografías) que compartieron los estudiantes, en mayor proporción están relacionados a temas sentimentales y están acompañados de una carga emocional muy grande transmitidos por el Facebook y mucho menos por la comunicación interpersonal. (QUEZADA VILLAMAR, 2015)

Esta tesis tiene singular relación con mi investigación, ya que analiza las fotografías en la red social más popular de los últimos años, el Facebook.

2.1.11 MUROLO, Norberto Leonardo.

2014. “HEGEMONÍA DE LOS SENTIDOS Y USOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN POR PARTE DE JÓVENES DEL CONURBANO BONAERENSE SUR” Quilmes, 2011-2014. 376 hojas. Tesis realizada como requisito para optar al título de Doctor en Comunicación.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Esta tesis tiene como objetivo principal, el analizar la hegemonía de los sentidos donde se encuentran en toda actividad política, inclusive en las elecciones acerca de los usos de las tecnologías y en los jóvenes que participan activamente en la disputa con sus esquemas de percepción sensorial, la espacialidad y la temporalidad, las relaciones con los otros que se ven trastocadas por las posibilidades que les brindan las tecnologías de

su época como artilugios, la cuales, mediante los usos sociales asignados, participan de prácticas, otorgan prestigio, facilitan el entretenimiento y la comunicación. Además, focaliza los problemas que tienen que ver con el terreno simbólico en el que interviene como es el campo de la Comunicación y la preocupación por las construcciones de significación mediante tecnologías que producen los jóvenes de diferentes estratos sociales del partido de Quilmes, Conurbano Bonaerense Sur.

Sostiene el autor, que el uso de la narración mediante los posteos de fotografías que exhibe la vida a diario, coloca la cotidianeidad en una regla dentro de lo noticiable, bajo el paradigma de los periodistas donde lo noticiable es el mensaje propiamente del hecho de un presente, que se convierte en pasado. En tanto, para el ámbito de las redes sociales, es importante el “estar allí” con amigos y seguidores en ese momento en el presente para el presente, con las visitas, la mascota o cualquier actividad que se esté realizando en ese momento. En Facebook, como en otras plataformas, lo más efímero como ir a tomar un baño o estar por comer una pizza, es noticiable.

Nos habla también de "La construcción semiológica de uno mismo", de esa relación entre las redes sociales en sus diversas plataformas en internet con los jóvenes y esa capacidad de montar su propia identidad de un “Yo virtual” del cómo quieren ser percibidos por sus amistades o seguidores y contactos. (MUROLO, 2014)

Esta tesis se relaciona directamente con mi trabajo de investigación, pues el autor en su capítulo “La construcción semiológica de uno mismo (usos de redes sociales virtuales)”, aborda el tema “Me gusta”: Ser popular en Facebook y Twitter, en la que sustenta precisamente sobre la experiencia en estas plataformas virtuales y en las estrategias que adoptan los usuarios para atraer más seguidores en sus cuentas.

2.1.12 EGAS C., José J.

2009. “NUEVOS USOS SOCIALES DE LA FOTOGRAFÍA. FORMAS DE REPRESENTACIÓN Y AUTO-REPRESENTACIÓN FOTOGRÁFICA EN LAS COMUNIDADES VIRTUALES” Quito, 2009. 82 hojas. Tesis para optar por el Título de Maestría en Comunicación.

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR

Sede Ecuador

Área de Comunicación.

El propósito de esta tesis es analizar la producción del discurso fotográfico que los miembros de estas comunidades virtuales conforman de acuerdo a sus estrategias sociales en virtud de la función, la estética y la composición de ciertas fotografías que los sujetos sociales utilizan como formas de representación dentro de un contexto determinado: las “comunidades virtuales de amigos” en Internet.

El tipo de investigación utilizado en esta tesis tuvo un enfoque cuantitativo, con la muestra de las fotografías analizadas provendrá del soporte Hi5 entre mujeres y hombres provenientes de la ciudad de Quito y que son parte de una red específica que se determina por la inclusión de otras personas (amigos) dispersados a partir del perfil de la cuenta del autor para crear una reflexión epistemológica y simulaciones sugeridas de algunos usuarios. Y por otro lado, exploratorio con el estudio de los contenidos, enfocar el análisis de la fotografía en las comunidades virtuales como instrumentos identitarios (20 fotografías promedio por usuario de un universo de 343 520 fotografías)

El autor sostiene que mediante estos elementos es que se determina conscientemente lo que se es en el Internet, en el escenario virtual donde se existe de una manera determinada, una manera diferente a la que se existe en la vida cotidiana, en la vida física.

Una vez más, se puede comprobar que se busca elementos variados a fin de simular identidades donde la fotografía virtualizada en estos espacios intensifica esa relación falsa con la audiencia y se consolida la efímera construcción de una relación infructuosa con la realidad transfigurada. (Egas C., 2009)

Asimismo, que asocia directamente la forma en que la representación, y su intimidad con la ideología constituyen, a partir de la digestión de imágenes, el elemento central de seducción, o, si se quiere, el elemento esencial de fundación de la tensión entre la prohibición y la fuga de la norma, es decir, la libertad que relaciona directamente su existencia como tal en la consumación del placer.

2.2 LIBROS

2.2.1 MANRIQUE GÁLVEZ, Nelson (2016). Una alucinación consensual. Redes sociales, cultura y socialización en internet Lima, Perú. 336pp. Primera edición Abril 2016. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

En este libro, el autor Nelson Manrique, sociólogo, historiador, analista político y catedrático del Departamento de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Católica del Perú (Wikipedia, 2016), expone acerca de un tema actual de la forma como internet ha cambiado las formas de socialización no solamente a nivel global sino también en nuestro país.

El autor se basa en brindar una visión en conjunto y de su lógica el de qué manera eso nos afecta y nos incorpora en el país. Vivimos un cambio de época que trastoca profundamente el mundo de lo social y el Perú no es la excepción a las transformaciones que ocurren en el planeta. Por ello, las ciencias sociales deben contribuir a la comprensión de este trascendental proceso y sus consecuencias.

Manrique nos brinda un enfoque amplio en lo social, político y tecnológico. Reflexiona en cuál es la situación de penetración de internet en el Perú hacia el 2014, destacando, después de varios años en el crecimiento sostenido de números de usuarios, la tenencia durante el gobierno de Ollanta Humala Tasso es al retraso, debido a la falta de una política de Estado que promueva la inclusión digital.

Asimismo, Nelson presenta a través de diversos testimonios experiencias de vivir de distintos usuarios que tuvieron estos primeros indicios con el internet y las redes sociales, que en este espacio no se trataba de un simple punto de red de una computadora en cierta ubicación geográfica sino que fue también un lugar de socialización virtual y real, como son las cabinas de internet.

Por otro lado, el autor nos detalla, con una visión optimista, las ventajas de las redes sociales como promotores y motivadores de manifestaciones sociales masivas, las mismas que no habrían podido ser sin la rápida activación y un buen uso de cuentas en el Facebook y twitter. También, será necesario explorar las diversas formas y como internet ha moldeado las formas contemporáneas en que presentan los vínculos sociales más básicos como la familia, la amistad y la pareja, temas que se muestran en algunos pasajes del libro de Manrique.

De igual modo, este libro no solo se basa en las explicaciones sobre dicho fenómeno sino también en las nuevas interrogantes que conlleva a pensar profundamente sobre el tema.

Manrique nos explica las características de los usuarios y su manera de vida en lo virtual y lo real, habla de los “amixer”, jóvenes urbanos de la tercera generación de inmigrantes de la sierra andina del Perú y que son objeto de discriminación de otro grupo llamados los “no-amixer”. Analiza, además, el funcionamiento del racismo y discriminación en las redes sociales, mediante la exposición de la cultura “chicha” versus la retórica colonial limeña. Estas disputas entre estas llamadas tribus urbanas

virtuales, las que demandan atención ya que son jóvenes que atribuyen una bajísima e ineficiente educación, el no hablar el idioma inglés, la manera de vestirse, de posar ante un selfie, etc.

Además, esta nueva lógica, que el autor nos explica en su libro, del consumo de contenidos en la era digital, en un contexto macro social, pero también micro social relativo a lo interpersonal, para entender los avances tecnológicos de nuestra realidad contemporánea.

Por otra parte, el título de este libro proviene de la metáfora que aparece de la novela del visionario William Gibson publicada en 1984, en donde habla de Un espacio virtual a la que denominó el ciberespacio y que era solo comparable con una alucinación.

Asimismo, nos brinda el autor, datos muy importantes y sorprendentes como por ejemplo que al 30 de junio del 2014 el número de usuarios de internet en el mundo superaba los 3mil millones, más de la mitad de la población mundial, y que las redes sociales que llegaron con la web 2.0, supero todas las expectativas. Así como en el 2012 el Facebook llegó a tener 835 525 000 usuarios.

En este libro, de más de 15 años de investigación, también se menciona que la población se divide entre los nativos digitales y los grandes inmigrantes digitales. Y nos advierte de los peligros que implica el gran esfuerzo de humildad de estos inmigrantes digitales, que denomina “el embotamiento de la capacidad de asombro”.

Y este ciberespacio que antes se mencionó, es un espacio abstracto en el que paradójicamente se generan acciones, movilizan las voluntades colectivas que se materializan en hechos reales, de allí dice el autor, la importancia simbólica por ejemplo de la ocupación del WallStreet o del centro histórico de Lima, y las últimas movilizaciones juveniles masivas.

Asimismo, dice el autor, que la significación social de los hechos se construye en los procesos de comunicación que actualmente transcurre de manera privilegiada en esta alucinación consensual.

Finalmente, como reflexión el autor nos dice que los cambios del internet son parte de un proceso mucho más complejo que la transición de una nueva etapa del desarrollo del capitalismo. (Manrique Gálvez , 2016)

Este libro se relaciona con la investigación porque explica, detalladamente, el vínculo de las redes sociales con nuestra sociedad y se proyecta al futuro sobre el consumo de contenidos de internet, sobre todo de las redes sociales y, como lo demuestran sus cuadros, en mayor énfasis del Facebook como la mayor plataforma de intercambio de contenidos como por ejemplo los selfies.

2.2.2 BARTHES, Roland (1989). La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía. Barcelona, España. Décima edición. 185pp. Ediciones Paidós Ibérica S.A.

En este libro se habla, lejos de un análisis teórico, de una interpretación afectiva de la fotografía. Barthes define fotografía como una nueva forma de alucinación, falsa a nivel de la percepción, pero verdadera a nivel del tiempo. Y en cuanto a la imagen fotográfica, considera que la fotografía sólo adquiere su valor pleno con la desaparición irreversible del referente, con la muerte del sujeto fotografiado, con el paso del tiempo.

Sin duda alguna, Barthes reflexiona sobre los rasgos que hacen a la fotografía única. Las fotografías no son más que signos, a los que es el espectador el que tiene que aportarle un significante mediante la reflexión.

Según Barthes la fotografía es objeto de la intención del fotógrafo, la del receptor y la de lo fotografiado.

Por otro lado, el autoteoriza sobre su posición como sujeto fotografiado, explicando que ante una cámara fotográfica nunca se

reconoce, no es capaz de representar mediante su cuerpo la esencia de su personalidad. Añade diciendo: *“Mi vida privada no es más que esa zona del espacio y el tiempo en que no soy una imagen”*.

Asimismo, Barthes al hablar de la fotografía, recalca su valor simbólico y lo imposible de su reducción a simples códigos de cultura o lengua. Estudia, además, las reacciones que causan las fotografías en las personas desde el punto de vista como espectador y no como el que toma la fotografía y del objeto fotografiado.

En la cámara lúcida, el autor dice también, con un tono algo ético: *“La ‘vida privada’ no es más que esa zona del espacio, del tiempo, en la que no soy una imagen o un objeto”*. *“Es mi derecho político a ser un sujeto, lo que he de defender”*, añade. El estilo de una foto es lo que hace que una foto sea lenguaje. La fotografía, dice Barthes, son doble realidad, el pasado como el “esto ha sido” y la muerte como retrato de la eternidad, que nos dice algo, connota y denota, una combinación de placer y dolor.

Asimismo, el autor nos detalla que la fotografía puede ser objeto de tres prácticas: hacer, experimentar y mirar. Barthes dice en su obra: *“El fotógrafo debe desafiar las leyes de lo probable, de lo posible y de lo interesante”*, para que no se pierda la capacidad de sorprender de la fotografía.

Por otro lado, el semiólogo nos explica que en el autorretrato (selfie como se le conoce hoy en día en las redes sociales), es donde los imaginarios se cruzan, quien quiero ser, como quiero ser, como quiero que me vean, de que forma se exhibe el objeto.

Nos dice también que una fotografía es contingencia, singularidad y aventura. Que debe tener una intensionalidad afectiva, experimentar una nueva aventura, con interés humano al que el autor denomina *studium*, que está dado por la intención del fotógrafo, y depende de nuestra cultura. Dota a la imagen de funciones. Por otro lado, el sentir y experimentar una foto,

eso que tiene la capacidad de salirse de la fotografía y “pincharte”, es decir que te haga sentir una emoción, lo que ocurre entre el espectador y una imagen producto de la casualidad, ha eso lo denomina *Punctum*. Cuando en una fotografía nos atraviesa, esta tiene punctum, entonces se le llama fotografías “*to love*”, pero cuando carecen de punctum y es el studium lo que profundiza la fotografía se le denomina “*to like*”. La fotografía “unaria” es aquella que carece de punctum, cuando transforma la realidad sin desdoblarla, cuando es trivial y la composición es lo más importante, como por ejemplo las fotografías pornográficas. “*La fotografía unaria grita pero no hiera*”, añade el autor.

Para Barthes lo que hace básicamente el *Operator* (el fotógrafo) es sorprender y enumera las sorpresas que él siente como receptor de una imagen: Lo raro, el momento exacto del hecho que se detiene en un instante decisivo, la proeza, las contorciones de la técnica, y por último pero no menos importante, el hallazgo.

El *Spectator*, dice Barthes, es el objeto fotografiado. Y el *Spectrum*, lo terrible que hay en una fotografía, es aquello que retorna a la muerte.

Finalmente, Barthes hace una diferencia entre la fotografía pornográfica y la erótica, donde la primera, esta constituida en la fotografía unaria, ya que es ingenua, sin intención, vanal, trivial, sin cálculo y homogéneo; y solo demanda una sola cosa, el sexo, en donde un objeto secundario intempestivo, que aparezca tapando a medias, retrasando o distrayendo en esa composición. Y la segunda, la erótica, una suerte de fisura y alteración de la pornografía, pero se presenta cuando lo pornográfico pasa a lo erótico, por ejemplo una fotografía de una mujer desnuda pero con mallas teniendo sexo, al enfocar solo las mallas en una toma mas cerrada, desaparece lo pornografico, lo unario, donde el objeto ya no es la mujer en sí, sino la textura de su malla que tiene puesta, lo que lo hace erótico e importante. (Barthes, 1989)

Este libro se relaciona con la investigación porque se analiza semióticamente las fotografías y se puede determinar dentro del contexto si la fotografía guarda relación con lo pornográfico o lo erótico, aplicando estos conceptos en los selfies de la Srta. Rosangela Espinoza, podrá interpretar de manera más concienzuda se puede afianzar y sostener mi hipótesis.

2.3 INTERNET

2.3.1 CARBAJAL, Mariana. (2014) El auge de las autofotos: La era selfie.

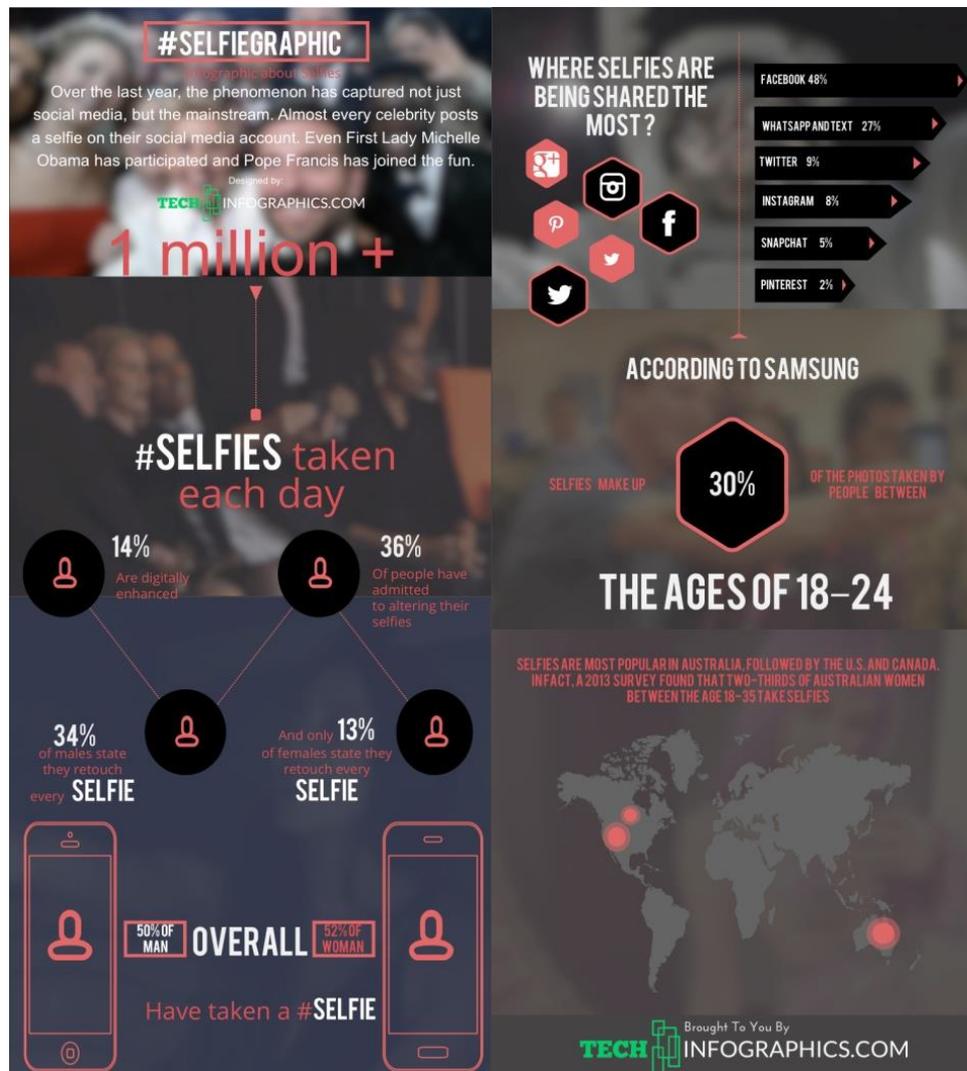
<https://www.pagina12.com.ar/diario/sociedad/3-254722-2014-09-07.html>.

En este texto, la autora explica que la selfie es una narración en imagen y cuenta algo de quien se lo toma.

“Lo que importa es mostrar un estado de ánimo, el registro de haber estado en un lugar o con una persona determinada. No es un paisaje sólo, es el registro de que la persona estuvo ahí. Y hay algo de sacar en el momento mismo en que está aconteciendo una experiencia. La práctica de sacar la foto atraviesa la experiencia y la modifica, especialmente a través del compartirla –recibir comentarios o exponer comentarios–. La foto se hace parte de la experiencia. No es como antes que se registraba un hecho que se mostraba después. Hoy, el registro de esa situación forma parte y modifica la situación misma. Incluso la complementa con lo ausente, en ese mismo momento. Con otro que en ese momento no está físicamente presente pero que comenta, retuitea o pone un me gusta”. (Carbajal, 2014)

Este artículo nos muestra que: “en relación con las redes sociales por donde circulan más autofotos, Facebook encabeza el ranking, con el 48 por ciento de las selfies, seguida por WhatsApp (27 por ciento), Twitter (9 por ciento) e Instagram (8 por ciento). El estudio destacó que las selfies

representan el 30 por ciento de las fotos tomadas por las personas con edades entre los 18 y 24 años. (DIMITAR, 2014)



Fuente: (Techinfographics.com, 2014)

Se habla también de que es el registro de que la persona estuvo en un espacio y tiempo. También destaca el autógrafo visual con la persona popular al que se le tiene cierta fanaticada. “Y también la autofoto solamente por la exposición del yo, de un estado de ánimo, de una sonrisa, de un beso. Y ahí hay algo muy fuerte que tiene que ver con la exposición constante del yo y con la mirada del otro”, dice Belén Igarzábal, especialista en Psicología y Comunicación.

2.3.2 FERNÁNDEZ ÁLVAREZ, Hilda. (2010) Carta Psicoanalítica. Psicoanálisis en México y en el mundo. El erotismo: una lectura con Georges Bataille.

<http://www.cartapsi.org/spip.php?article241>

En este texto, se menciona lo siguiente: "El erotismo es una experiencia que nace del interior y que se manifiesta en las múltiples sinuosidades de experiencias corporales. El erotismo está del lado de la pasión y su materia es el cuerpo, de lo que se trata el erotismo es de una expedición por los placeres y displaceres del sexo, de un desafío, de una aventura que traspasa la piel y la carne, de -por decirlo de cierta forma- una dialéctica corporal y de los sentidos con un partenaire, donde embebidos en la pasión se han olvidado en el acto erótico no solo de los fines de la procreación, como dijera Bataille, sino de sí mismo".

De la misma manera, se dice que "La cuestión del objeto erótico convoca una paradoja: el objeto del deseo con sus distintivos, con esas señales que alientan la excitación, lo que hace sensible es la diferencia, esas señales que uno ve en el objeto erótico son embajadoras de la diferencia; ¡Pero si el erotismo tiene que ver con la fusión!, ¡Si el interés del erotismo va del lado del borramiento de los límites! Sí, es precisamente ahí donde la paradoja reside y se puede apelar entonces al inconsciente. Esa paradoja de la negación de los límites de todo objeto, es la naturaleza del objeto erótico".

Por otra parte, la autora menciona que "los hombres y las mujeres pueden ser objetos de deseo el uno para el otro, pero Bataille afirma que las mujeres somos el objeto privilegiado del deseo". (Fernández Álvarez, 2010)

2.3.3 ABUNDANCIA, Rita. (Octubre, 2014) El País. Por qué un selfie erótico te puede subir la autoestima

<http://smoda.elpais.com/placeres/por-que-un-selfie-erotico-te-puede-subir-la-autoestima/>

En este artículo, la autora sostiene que “tal vez la fiebre que vivimos ahora con los selfies no sea solo una tendencia narcisista sino una forma inconsciente de terapia, y los nude selfies, la versión de choque. No lo dice solo la autora, sino también el terapeuta sexual Graham Prince en su blog Sex Therapy Bristol, firme defensor de las posibilidades eróticas que nos brinda la cámara del móvil.

Asimismo, según este profesional, hacerse fotos desnudo “*tiene la capacidad de emancipar nuestra sexualidad, incrementar la manera en la que la expresamos y animarnos a forjar nuestra propia idea de la misma (...) el selfie es la encarnación de la famosa frase de Marshall McLuhan – el medio es el mensaje– y la demostración de cómo Internet está cambiando la cultura sexual hacia lo que Zoe Williams llamo citizen porno*”.

Añade la autora que, “*sin llegar a estos extremos, posar desnuda puede ser para muchas mujeres lo que en el reportaje se denomina como “un momento pin-up, lejos de las obligaciones diarias, los gritos de los niños, el trabajo y las tareas de la casa”*”. (Abundancia, 2014).

2.3.4 ROMERO, Lilia. (2015) Quasi Abogados. Erotismo en redes sociales. “Pobrezafilia”, “Putipobres”, “Tan rica y tan pobre”.
<https://www.facebook.com/QuasiAbagado/posts/961740803899099:0>

En este artículo, se menciona que “*se ha presentado un fenómeno con contenido erótico basado en fotografías de mujeres en posiciones sexualmente sugerentes y con poca ropa, mostrando que son mujeres jóvenes mayoría menores de 25 años; explotando su erotismo así como la condición económicamente precaria dando a conocer espacios y viviendas en malas condiciones*”.

Añade la doctora: “*No se han realizado estudios a gran escala para valorar el impacto real de esta condición, ya que desde una aproximación tenemos que hay quienes se excitan con estas imágenes (utilizándolas*

como pornografía, lo que entraría como la pobreza-filia), hay quienes simplemente dan “like”, y por otro lado quienes comentan las imágenes, siendo la mayoría comentarios con contenido sexual y comentarios peyorativos o discriminatorios hacia la mujer y su estilo de vida". (Romero, 2015)

2.3.5 METRO WORLD NEWS. (2014) Publimetro.pe. El síndrome Selfie, retrato del narcisismo en redes sociales.

<http://publimetro.pe/actualidad/noticia-sindrome-selfie-retrato-narcisismo-redes-sociales-19708>

En este artículo, el sitio web especializado en tecnología The Best Computer Science Schools, donde publica las conclusiones de un análisis sobre el nuevo fenómeno a lo que denomina como el “síndrome selfie”.

Por otro lado, dice el artículo: "En lugar de escuchar a fin de responder, los narcisistas escuchan con el fin de descartar, negar, ignorar, minimizar o preocuparse por alguien irrelevante".

Asimismo, el especialista mexicano en redes sociales, Octavio Regalado, dice: “Dado que empieza el tema de la aceptación de los demás, el usuario tiende a hacerse adictivo a que le den un ‘me gusta’. Tienen la necesidad de presumir de lo que están haciendo siempre”.

Finalmente, los especialistas del CTIAM - Centro de Tratamiento e Investigación de la Ansiedad de México, advierten que, si bien este fenómeno considerado como “síndrome selfie” es solamente una práctica popular, ya empieza a dar signos alarmantes en las relaciones interpersonales y la salud de los usuarios. (Metro World News - Publimetro.pe, 2014)

2.4 BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS

2.4.1 TEORÍA DE LA IMAGEN FOTOGRÁFICA:

También reconocida como la Teoría del Mensaje Fotográfico o la Retórica de la imagen, se basa en el libro “La Cámara Lúcida” escrito en 1980 por el autor francés Roland Barthes. (Infoamérica. Revista Iberoamericana de Comunicación, 2016).

Roland Barthes postula que la fotografía no es una simple copia mimética del objeto de percepción. A diferencia de la pintura, el referente fotográfico jamás alcanza completamente un carácter de ficción, ya que se puede decir que el fotografiado estuvo una vez presente. Este hecho sella la conexión entre una realidad y el modo temporal del pasado: dentro de la fotografía no se manifiesta un “como si”, sino que en ella se da testimonio de un presente irrevocable. (Linda Báez , 2010)

El semiólogo francés analiza la fotografía como una imagen que perdura en el tiempo pero que se retroalimenta de su pasado y muere cuando el objeto fotografiado ya no existe.

El autor, desarrolla conceptos acerca de la imagen y como esta transmite, mediante códigos y signos, significados y percepciones compartidos en un mismo contexto.

Se basará en tres mensajes, usando los conocimientos de semiología, estructura los mensajes de la imagen en:

- Mensaje Lingüístico
- Mensaje Denotado
- Mensaje Connotado

El mensaje lingüístico está compuesto por el texto que, de alguna manera, está codificado y tiene uno o más significados pero con un solo signo típico ya sea verbal, icónico, gestual, etc. Como ejemplo, en mi investigación, serían las fotografías o las selfies de Rosangela Espinoza que cuando las posteaba le colocaba alguna leyenda o emoticones acompañando a la fotografía.

El mensaje denotado, es aquel que a primera vista detectas de qué se trata o qué quiere decirme. Es directo y no tiene doble significado, es decir que la relación entre significado y significante es redundante. Sin duda en una fotografía, está involucrado cierto arreglo de la escena como el encuadre, perspectiva, recorte, etc. pero en este mensaje, paradójicamente, no se encuentra código y aparece como literal, sin análisis ni cuestionamientos, “lo que ves es”.

El mensaje connotado, a diferencia del denotado, es simbólico. Barthes descompone los diferentes signos que sea posible, es decir “leer la imagen”. Sin la lectura del mensaje lingüístico y la percepción de cada individuo a la primera vista, el mensaje final pueda ser que esté distorsionado con muchos signos discontinuos. Es aquí cuando viene a tallar la connotación de la imagen, en la cual vamos explorando y analizando más al detalle y buscando otros significados dentro de un contexto (sea social, psicosocial, político, cultural, etc.) lo que se encuentra en su entorno la que finalmente redondea la idea que el autor de la imagen o la imagen en sí misma quiere dar a entender, es decir el contexto.

Ejemplo Interpretativo de la Trilogía del Mensaje Fotográfico

	Mensaje lingüístico	Mensaje Connotativo	Mensaje Denotativo	Mensaje Fotográfico (Retórica de la imagen)
SIGNOS	Aspirina B ¡Adiós dolor!			ASPIRINA B 
PERCEPCIÓN	Se trata de una medicina para el dolor.	Puede ser que el león está rugiendo o está bostezando o siente placer.	Un león con la boca abierta mostrando los colmillos.	El dolor es tan fuerte que te ves como este león rugiendo pero se te pasará tomando la Aspirina B y se te verá como un león bostezando y aliviado.

Fuente: Elaboración propia

En resumidas cuentas, el fotográfico no dejaría de recordar ciertas lenguas ideográficas, en las cuales unidades analógicas y unidades descriptivas están mezcladas, con la diferencia de que el ideograma es vivido como un signo, en tanto que la fotográfica pasa por ser denotación pura y simple de la realidad. Encontrar este código de connotación sería, entonces, aislar, enumerar y estructurar todas las partes de la superficie fotográfica cuya discontinuidad misma depende de un cierto saber del lector, o, si se prefiere, de su situación cultural. (Nombre Falso. www.geocities.com/nomfalso, 2012)

El espectador de la imagen recibe al mismo tiempo el mensaje perceptivo y el mensaje contextual, que está dentro de un análisis o punto de vista estructural, es decir, si uno de sus componentes cambia, los demás también cambian.

El mensaje literal denotado aparece como soporte del mensaje “simbólico” connotado. La diferenciación entre mensaje denotado y connotado está en el análisis, porque siempre que nos enfrentamos a una imagen sola, se nos presentan los signos de la connotación.

2.4.2 TEORÍA DE LOS USOS Y GRATIFICACIONES (TUG) APLICADAS A LAS REDES SOCIALES:

El origen de la teoría de los usos y gratificaciones se remonta al inicio de la investigación empírica sobre la comunicación de masas y fue manifestada por primera vez en la década de los 40 con aportaciones de Lazarsfeld/Staton (1942, 1944, 1949), por Herzog (1942), por Schuman (1942), por Wolfe/Fiske (1949), por Berelson (1949); pero se consolida en los 60 gracias a los aportes de Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch que escriben sobre esta teoría en 1974 (KATZ, 1974) y en 1985 aparece la versión española. (Elihu KATZ J. G., 1985).

El enfoque de esta teoría propone nuevos conceptos que explican las antiguas variables de la sociología, antropología o la psicología. Básicamente nos ayuda a comprender de cierta manera las funciones del medio para el individuo y para la sociedad.

Toma como punto de partida al consumidor de los medios más que sus propios mensajes, por tanto la relación directa entre mensajes y efectos no existe, sino que es el público quien utiliza el mensaje para provocar un determinado efecto, por tanto al usar los medios crea una gratificación de una necesidad. Dicho de otra manera, la exposición ante los medios constituye un conjunto de alternativas funcionales para la satisfacción de las necesidades.

En los años 70, esta teoría cambia la imagen que del público (y de su relación con los medios) se tenía superando la idea de que éste sea un ente pasivo. Sin embargo, en vez de preguntarnos ¿Qué hacen los medios con nosotros?, debemos cuestionar ¿qué hacemos nosotros con los

medios? como respuesta, podemos afirmar que, los individuos de toda clase y condición social, consumen contenidos con el fin de satisfacer ciertas necesidades.

Esta teoría nos presenta tres tipos de gratificaciones:

- Unifuncional: Es la necesidad no articulada del contacto social.
- Bifuncional: Es aquella que guarda relación directa entre dos variables (Ficción / Realidad; Informativo / Educativo; Informativo / Escapista; Educativo / Escapista)

Aparece un nuevo tipo de gratificación, gracias a las contribuciones de McQuail y Wright, esta se denomina Tetrafuncional, ya que combina hasta cuatro variables:

- Tetrafuncional según McQuail: Guarda relación directa entre las siguientes variables: diversión, relaciones personales, identidad de la persona y vigilancia.
- Tetrafuncional según Wright: cuyas variables son vigilancia, correlación, transmisión y entretenimiento.

Por todo lo expuesto anteriormente, sobre la Teoría de Uso y Gratificaciones (TUG), cómo es que ésta se aplica a las redes sociales. Para ello, la doctora Fátima Martínez (Licenciada en Periodismo por la Universidad San Pablo CEU y profesora de la misma Alma Mater en Madrid-España) realiza esta investigación tomando en cuenta precisamente la necesidad de la gente en busca de gratificación por los propios medios virtuales y tiene como objeto de su estudio el relacionar las redes sociales con la TUG.

“... precisamente la de la “interacción social”, es decir, la búsqueda de compañía humana real que cubra la soledad del

individuo. ¿Qué fomentan entonces las redes sociales virtuales? En esta comunicación haremos un repaso del concepto Web 2.0, de la denominación de Red Social y de las Redes sociales más populares en Internet, así como se intentará explicar a qué usos y gratificaciones están respondiendo las redes sociales que tanto éxito han adquirido en los últimos años como fenómeno social”. (Martínez, 2010)

Martínez, añade sobre este estudio lo siguiente:

“... se utilizan los medios ya sea para obtener alternativas aceptables a la compañía humana real, o como base para relacionarse con los demás (hablando del contenido de los medios o de la información obtenida a través de éstos).

Esta idea es la máxima que caracteriza al concepto de red social como tal. La adquisición de relaciones con otras personas extrapoladas a un entorno virtual, con capacidad de ampliar el número de amigos que están conectados a nuestros amigos hasta el infinito (...) lo cierto es que el incremento espectacular de contactos es lo que más llama la atención en el caso de Facebook, Tuenti o Twitter, que permite ampliar las posibilidades de acción mucho más de lo esperado. Siguiendo el modelo de usos y gratificaciones, se cumple a raja tabla los objetivos propuestos por Blumler y Katz; tanto en lo que se refiere a cubrir necesidades de interacción, que cubren la necesidad real, hasta la capacidad de superar las expectativas creadas”.

Martínez concluye que el efecto de las redes sociales impacta en los jóvenes de hoy en día que atribuyen toda esa “fe ciega” en las nuevas tendencias tecnológicas al punto de “depositar” de forma tangible fotografías que muestran al individuo tal cual y que a su vez lo expone, pero que a fin de cuentas los hace una necesidad gratificante.

Asimismo, deduce que esta actividad actitudinal a través de estas redes sociales, deja valores positivos como: la confianza, la amistad, la compañía, la felicidad y la cultura.

Otro punto de conclusión es que es evidente que las redes sociales constituyen uno de los fenómenos más llamativos que conforma la filosofía de la Web 2.0 (La interactividad entre personas, el usuario como protagonista y generador de contenidos, la multidireccionalidad de mensajes), que atrae a millones de personas a esta nueva forma de comunicarse.

“El hombre posee una necesidad innata de comunicarse con los demás, el ordenador puede ser una herramienta perfecta para unir a personas desde distintos puntos del mundo y, sin embargo, con intereses en común. Las redes sociales complementan al teléfono móvil, al correo electrónico y al sistema de comunicaciones que siempre han servido para conectar a unas personas con otras desde la distancia, se convierten así en plataformas digitales de interacción entre personas.

En definitiva, qué usos y gratificaciones difunden las redes sociales en Internet, generalmente muchos más de las expectativas de los propios usuarios, debido a que son círculos de amigos que no dejan de crecer, que ofrecen dinamismo, creatividad y entretenimiento, gracias a una continua interactividad”. (Martínez, 2010)

Esta teoría apunta más allá de la tecnología al ámbito emocional, Facebook nos facilita la existencia y nos permite comunicarnos con otras personas a distancias inimaginables y hace que, a pesar de la distancia, se sienta uno más cerca de la gente, *hace que un “tengo ganas de verte” no se tenga que aplicar necesariamente al sentido físico.* (Del Río García, 2011).

Facebook cumple con los supuestos básicos de la teoría de Usos y Gratificaciones, ya que el público se muestra y se mantiene activo, en un constante movimiento, y adapta el medio a sus necesidades, por tanto, compite con otras variables de gratificación, pero no deja de ser utilizada para satisfacer las necesidades.

2.4.3. TEORÍA DEL NARCISISMO DE SIGMUND FREUD:

También llamado **LA TEORÍA DEL OTRO**, apunta a revertir la forma de pensar del individuo desvirtuando el sentido del autocentrismo, de manera que aporta un nuevo significado que aparta cualquier alusión del hombre con la capacidad de encontrar objetos ideales solo en sí mismo.

Freud introdujo el narcisismo en la teoría psicoanalítica en 1914. Este lo desarrolla en dos etapas: El narcisismo primario y el narcisismo secundario. La primera está relacionada con el ideal del “yo” y el campo de la deseabilidad. Por otro lado, la segunda se relaciona directamente con el “yo” ideal que emerge de lo deseado, es decir a consecuencia del primero. Es así que Freud nos indica que el narcisismo primario se desarrolla en el interior de la persona con la que tiene la posibilidad de amar u odiar con libertad distintos objetos por lo que le permite al individuo tomar decisiones, mientras que el secundario, a consecuencia del primero, los objetos amados u odiados forman parte de su “yo” que lo identifica y forma ideales.

En mi investigación, guarda relación esta teoría, porque se identifica cierto valor narcisista en los que se toman autorretratos (selfies) de manera primaria para ser reconocidos, alabados o incluidos en una sociedad o grupo social, pero también se da la figura, a consecuencia de, del narcisismo secundario al identificarse con una persona que mantiene vivos esos ideales convirtiéndolo como estereotipo a seguir.

“En la actualidad, Internet y el complejo mundo de la web 2.0 que lo remantiza, intervienen directamente en la conciencia de los individuos y dictan un esquema conductual a seguir, una nueva forma

de relacionarnos y apropiarnos de la realidad. Día a día penetran con mayor sutileza en nuestras vidas, convirtiéndose en proveedores y dueños de la realidad que nos rodea. Cada vez la tendencia es a permanecer más horas on line y conformarnos como más dependientes de la tecnología. Nuestra interacción social se ha vuelto menos física, en tanto más virtual". (BARRIOS, 2015)

El éxtasis o enajenamiento de la tecnología se ha apoderado de esta teoría, como parte de un mecanismo más para dominar a los individuos. Conforme se van creando patrones narcisistas sabidos a través de las redes sociales en el ciberespacio, han abierto una puerta confiable que le permite al individuo creer en la idea de libertad de expresión, diversidad y un espacio donde muestra una identidad que se identifica y en donde plasma sus características personales.

Es este narcisismo, oculto en algunos casos en cada individuo, que hace de la Intranet un espacio ideal para mostrarse como quieren que los demás lo vean, en muchos casos en una suerte de engaño a su personalidad queriendo ser lo que no es, y a su vez, escuchar, saber y ver lo que le conviene para poder incidir en un tipo o patrón de comportamiento que arrastra el grupo social a manera de cultura o modo de vida, por lo que en el individuo se daña no solo la conciencia, sino también el inconsciente.

"Se levanta como un espacio importante, desde el cual se estimula constantemente a consumir mercancías, seguir patrones e imitar estereotipos. Internet se ha signado como una de las estructuras que mayor control hegemónico posee sobre la conciencia de los individuos". (BARRIOS, 2015)

Entonces, podemos afirmar que esta teoría se relaciona mucho con las redes sociales y el interés de la gente en mostrarse de la mejor manera ante los demás, por tanto que, la comunidad virtual sea benevolente con aquellos que intentan ser parte de ella, ya sea real o artificial, pero que es aceptado por tener patrones comunes de comportamiento narcisista.

Podemos concluir que los selfies forman parte de esta evolución social que forma parte de un narcisismo contemporáneo y es la forma de contenido principal en las redes sociales.

La revista rusa “Slon” estudió este fenómeno en las redes sociales catalogándolo como una de las seis teorías del éxito de este nuevo formato y la llamó “*La Evolución del narciso*” y según el autor canadiense Clive Tompson, *el selfie solo presenta un instrumento tecnológico para satisfacerla*. Ya no se trata de que la fotografía sea el medio en la que el objetivo era la conservación de la memoria, sino que ahora se trata de estar allí adentro, ser parte del flujo de información global.

2.4.4 TEORÍA DEL SELFIE o TEORÍA DE LA POSTFOTOGRAFÍA:

Podemos decir, hoy en día, que los autorretratos en relación con los medios de comunicación digital son un fenómeno global y una nueva manera de comunicación social, pero además marca una nueva era en la fotografía post-contemporánea, la post-fotografía. Si antes la fotografía o la imagen era una forma de perdurar en la memoria, ahora, como diría Barthes, “*la foto nos habla*”, o como nos dice el fotógrafo español Joan Fontcuberta, considerado como el Premio Nobel de la fotografía: “*Las imágenes ya no tienen un mandato de memoria, sino de comunicación. Con la fotografía digital –la postfotografía– las fotos ya no sirven para recordar, sino para contar; no son un pasado que se guarda para el futuro, sino puro presente. Son como palabras en una conversación. Nos mandamos imágenes como nos mandamos mensajes. Las fotos ya no se toman para durar*” (Fontcuberta, El objetivo afilado de Joan Fontcuberta, 2016).

En el proceso para llevar a cabo la selfie, Fontcuberta nos explica tres etapas para la expresión fotográfica (Raúl Pérez, 2016):

Primera etapa: se revela un impulso documental, que es la acción que satisface la curiosidad y la sorpresa; esto se asocia a la necesidad de

registrar y conservar la imagen en bruto. Aquí lo que se focaliza, es un HECHO.

Segunda etapa: es de una espontaneidad que apunta al afán de interpretar, y no sólo de testimoniar, logrando así una imagen más explícita y expresiva. Aquí podría incluso hablarse de una "fotografía escenificada" o "staged photography". Además se revela un uso artístico y no sólo instrumental de la cámara. Aquí se focaliza una INTENCIÓN.

Tercera etapa: es la de la postfotografía. Aquí Fontcuberta habla de un "giro copernicano", cuando la cámara se despega del ojo, distanciándose del sujeto que la regulaba, y desde la lejanía de un brazo extendido, se vuelve para fotografiar a ese sujeto. Así es como se hace una selfie. Aquí, cabe destacar que la exploración de la realidad, ya no se efectúa con el ojo pegado al visor de la cámara. (Raúl Pérez, 2016)

Actualmente, la cantidad de imágenes que circulan en el ciberespacio es impresionante, y los autorretratos o selfies no son la excepción.

Fontcuberta nos dice en una entrevista a El País:

“Nunca hasta ahora había habido tantas imágenes. Hay quien compara la revolución digital con la instalación de agua corriente en las casas. Hoy tenemos un grifo de imágenes. La fotografía se ha masificado y banalizado. Somos al mismo tiempo productores y consumidores”.

¿Estamos tan pendientes de la foto que no vemos lo que fotografiamos? Efectivamente. Vivimos o percibimos a través de las pantallas, que, como las sombras de Platón, son ahora nuestro acceso a la realidad. La media de edad para tener un móvil [teléfono celular] es de 10 años. Las imágenes ya no representan el mundo, sino que constituyen una parte fundamental de él”. (Fontcuberta, El objetivo afilado de Joan Fontcuberta, 2016).

En la era de la post-fotografía la tensión entre lo privado y lo público desaparece (la intimidad es reliquia). *“La ruptura fundamental a la que asistimos se manifiesta en la medida en que el caudal extraordinario de imágenes se encuentra accesible a todo el mundo”*, cuenta. Lo notas, es la contaminación gráfica: las imágenes están disponibles para todos y todos para las imágenes (...) *“habitamos la imagen y la imagen nos habita”* (...) *“No queremos tanto mostrar el mundo como señalar nuestro estar en el mundo”*, primera condición de la vida en selfie. No importa tanto el “ha ocurrido esto”, como el “yo estaba allí” (...) *“En la medida en que hacer fotos es cada vez más fácil y la factura técnica es tan sencilla, la calidad no estará en la foto, sino en el contenido de la foto”* (...) *“Esta dimensión sélfica no constituye una moda pasajera, sino que consolida un género de imágenes que ha llegado para quedarse”* (...) *“Aunque nos pueda desagradar su diagnóstico, los selfies constituyen un material en bruto que nos ayuda a entendernos y a corregirnos, y del que ya no sabremos renunciar”*. (Fontcuberta, 'Selfie' o la vanidad de los pobres, 2016).

Fontcuberta, nos demuestra que *“Estas fotos ya no son recuerdos para guardar, sino mensajes para enviar e intercambiar; las fotos se convierten en puros gestos de comunicación cuya dimensión pandémica obedece a un amplio espectro de motivaciones: pueden ser utilitarios, celebratorios, formalistas, introspectivos, seductores, eróticos, pornográficos... y hasta de transgresión política”* (FONTCUBERTA, 2016), basándose en postulaciones de Edgar Gómez Cruz, quien afirma que la fotografía se circunscribe en cuatro ejes: juegos de identidad, narrativas del yo, autorretratos como terapia y experimentación fotográfica. *“A esto habría que añadir que hoy en muchos casos las fotos ya no se toman para ser vistas, sino que se han convertido en una ocupación que va mucho más allá de sus usos originales (representación, testimonio, memoria, etcétera) para convertirse en algo inalienable de la propia vida, a caballo entre la adicción y el placer: el acto de fotografiar puede prevalecer sobre el contenido de la fotografía”*. (FONTCUBERTA, 2016).

Fontcuberta, autor de “La Cámara de Pandora” y reciente ganador del Premio Internacional de Fotografía Hasselblad 2013, nos explica que, técnicamente, en la masiva producción de selfies se diferencian dos principales modalidades operativas, que pueden ser designadas con sendos neologismos de autofoto y reflectograma. Para el primero solo es menester un objetivo gran angular y un brazo lo suficientemente largo como para encajarnos en el encuadre a base de un sistema de prueba y error, porque aunque algunos teléfonos van provistos de cámaras por los dos lados —como concesión a la selfimanía—, lo más habitual es tener que disparar a ciegas. En el reflectograma, en cambio, nos hacemos el autorretrato frente a un espejo, lo cual, aunque siempre intervenga una cierta dosis de aleatoriedad, aporta un mayor grado de control. Sin duda esa ventaja justifica que los reflectogramas hayan precedido a las autofotos tanto en la fotografía analógica como en el imaginario digital. Desde la perspectiva de la cultura fotográfica, la presencia simultánea de la cámara y el espejo nos regala en los reflectogramas sustanciosas implicaciones de alcance ontológico y simbólico. (FONTCUBERTA, 2016)

Además que, a diferencia de la fotografía convencional analógica que se “inscribe”, la fotografía digital se “escribe”, lo que hace que el aborigen de la foto digital traiga a cuenta que el gesto de producir imágenes supera el gesto de consumir imágenes. Una de las características de la postfotografía es la búsqueda de la obra colección, es decir, busca, explora justamente de la acumulación de imágenes como una creación de una súper estructura conceptual, expresiva y más sofisticada, valga decir que las fotografías dicen algo en forma de palabras que necesitan articularse entre ellas para llegar a expresar determinados enunciados. (Creadores - A la Carta. Televisión y Radio, 2013).

La “selfie”, entonces, es la forma actual de autoreferenciarse para llenar el vacío existencial de la finitud humana, la necesidad de reconocimiento y validación del resto de la sociedad. (Schweinheim, 2014)

Paradójicamente, esta teoría nos demuestra que la gente se toma selfies no para figurar, sino para desaparecer, ya sea como estruendo narcisista o como voluntad de disolución. *“Yo mismo tengo una relación tensa pero fructífera con las imágenes de mí que me voy tomando, en las que sin duda está involucrado mi ego pero también esa incansable sonda que hurga y pregunta siempre quién soy y quién quiero ser, y no sólo en la primera capa de la imagen, sino en una previa de impulso, encuadre y edición y en una posterior de legibilidad e interpretación que me rebasan. Cada selfie es una huella digital que nos trasciende, y aunque entiendo el peligro de engreimiento colectivo que encarna el fenómeno, de alelado ensimismamiento, no ignoro su peso neto psicológico y contextual, así sea para pretender ponernos en el primerísimo plano de nuestras cuentas personales en el “enjambre digital” como para pretender desaparecer en el mismo”.* (Trujillo, 2016)

Un reciente estudio de la ABC Tecnología, nos explica cinco razones, a las que denomina teorías, para entender por qué nos hacemos selfies atribuyéndolas al egocentrismo y la exagerada necesidad de expresarnos en las redes sociales, estas son:

- El narcisismo de la Red
- Más guapos y mejores
- Recordar nuestras vivencias
- Ponerse en el escaparate
- Hacer más humana la tecnología

A pesar que en su título afirma como 5 teorías, nos muestra una sexta que, en particular pienso y coincido con los demás autores al que ya he citado, es “Cambiar la Comunicación” como una nueva forma de expresión. (MUÑOZ, 2014)

El origen de la tecnología del selfie:

Remontándonos al pasado, cuando allá por los años de 1860, muchísimo antes que apareciera el Internet, estaba de moda compartir pequeñas tarjetas de visitas con el rostro de las personas, *The Photocards*. Luego surgió en 1880 las primeras cabinas fotográficas en donde los amigos se reunían para tomarse las fotos donde entraban bien apretados pero felices, tan igual como ahora los amigos se toman una selfie.

Con las cámaras fotográficas a rollo, la gente se tomaba fotos para recordarse, pero muchas veces había al parecer dos momentos (dos fotos muy parecidas) una en la que salías en la foto y otra en la que no salías en la foto, cuando eras la persona que la tomaba, obviamente.

Al trascurrir de los años la tecnología avanzaba, aparecen las cámaras polaroid en 1947 (Schweinheim, 2014), pero su apogeo llega en los 70 donde se podían sostener en la longitud del brazo y animaron a gente a tomar fotos más íntimas. (BBC NEWS, 2013) Esta fotografía se revelaba instantáneamente con solo abanicarla iba apareciendo la imagen en un marco blanco plastificado, característica que lo hizo único. Al pasar de los años 80 surgieron las cámaras compactas semi digitales, aun con rollo, pero con sistemas digitales como flash incorporado, automatización de arrastre de rollo, etc., pero el que más resalta de esta nueva tecnología era el temporizador, que te daba hasta 10 segundos, previamente colocarlo en un trípode o cualquier cosa que haga sus veces, encuadrar y correr frente al lente. Ya no se necesitaba a una persona para que te tome la foto. Hasta ese momento te autoretratabas pero el termino selfie no existía.

La tecnología avanzaba a pasos agigantados, y no es hasta el año 1992 que aparecen los primeros teléfonos digitales a que todos llamamos “celulares” con un sistema PDA (Personal Digital Assistant) creado por IBM y que pesaban 500 gramos. (MALTEZ A., 2013) A partir de allí las telecomunicaciones se abren paso al mundo digital. Pero, tendría que

pasar 12 años, en el 2004, para que aparezca el primer teléfono móvil con cámara frontal, el Motorola V3, pero las marcas, empresas de tecnología celular, entraban en una disputa, en una competencia leal y desleal. Es entonces que en los años siguientes las empresas de telefonía ponen en el mercado los primeros Smartphone o teléfonos celulares inteligentes y así comenzaría una nueva era telefónica. Los teléfonos ya no eran simplemente aparatos cuyo objeto era hablar con otra persona a distancia, el Smartphone se convierte en una extensión de nuestro cuerpo, indispensable en nuestras vidas, es una minicomputadora en un teléfono, con cámara para tomar fotografías y grabar videos, aplicaciones, programas, internet y acceso a las redes sociales, creando el término de la era de los Smartphoneros para aquellos jóvenes que gozan de esta tecnología los llamados la nueva Generación Millennials.

Entonces, ahora entendemos mejor como se origina este fenómeno social de la selfie. En esta última década, los Smartphone nos solucionan cada vez la vida, pero el objeto del teléfono se está perdiendo, las personas ya no hablan sino que pasan más tiempo en tomarse fotos, grabar videos y escribir en las redes sociales, si Alexander Graham Bell viera lo que su invento es hoy en día, se retorcería en su tumba.

Es así que, a partir de que sale a la luz el primer teléfono celular inteligente con cámara fotográfica frontal, aparecen las primeras selfies pero que no tendría sentido si no están posteadas en las redes sociales. Es allí que el boom surge en el 2013, cuando Sony se atrevió a rebasar la barrera de los 13MP, al igual que hiciera Nokia un año antes, anunciando el Sony Xperia Z1, Smartphone con cámara trasera de 20,7MP de máxima resolución. (Tecne|IDG. Communications S.A., 2014) Este aparato aparece justo cuando Facebook ve en su público objetivo la necesidad de postear las fotos y videos de una manera más fácil y con una serie de aplicaciones donde no solo tienes “amigos” y “amigos de tus amigos” sino que ahora tienes “seguidores”. Es así como se cumple el binomio del Selfy: Fotografía y redes sociales.

2.5. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

- a. **ALDEA GLOBAL:** La aldea global supone la desaparición de las distancias físicas para generar conocimientos. El inmenso caudal de información disponible, por otra parte, implica que la gente accede solo a una pequeña parte: aquella que recortan y deciden mostrar los medios de comunicación masiva. (Pérez Porto, 2015)
- b. **AMIXER:** Proviene de la palabra “amix”, utilizada en estratos populares juveniles como equivalente de “amigo”. La función básica de amixer en las redes es designar, recurriendo a un peruanismo de notable polisemia, lo huachafo. (Manrique, 2011)
- c. **BLOGGER:** También conocido como “bloguero” en español, es el autor de un blog o bitácora, es decir, una página web a modo de diario en la que se publican artículos periódicamente, ordenadas de forma cronológica. (Smeet sites, s.f.)
- d. **CITIZEN:** Habitante de una ciudad o país particular (Oxforddictionaries.com, 2017) Persona titulada para disfrutar derechos legales y privilegios asegurados por el estado y obligado a cumplir con las leyes o deberes debido a su residencia. (BusinessDictionary , s.f.)
- e. **COMUNIDAD VIRTUAL:** Sitio creado por una o más personas que establecen relaciones a partir de temas comunes. Dialogan, discuten, opinan; mientras su identidad real, incluso su identidad virtual puede permanecer oculta. (Lara Sierra, 2006)
- f. **FACEBOOK:** Sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y fundado junto a Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz Interfaz virtual desarrollada en el 2004 donde los usuarios realizan diferentes actividades entre las cuales las más populares son buscar y encontrar numerosos contactos de la vida real a través de perfiles, expresar

opiniones, subir y comentar fotos, jugar, crear redes y grupos con diferentes objetivos. (Definición ABC tu diccionario hecho fácil, 2017)

- g. **FACEBOOKERO**: Persona que utiliza de manera constante la red social Facebook, ya sea viendo las noticias, charlando, comentando, cargando o subiendo contenido a su perfil. (Diccionario Libre, 2016)

- h. **FAN PAGE**: Es aquella plataforma que Facebook brinda a las empresas para comunicar y relacionarse con sus usuarios. Cabe resaltar que un fan page no tiene límite de fans y se puede tener acceso a los datos estadísticos de la página. Al ser traducido al español quiere decir página de fans, y no es otra cosa que una página web que ha sido diseñada por personas que desean emprender algún negocio a través de la red. (Definiciónyque.es, 2017)

- i. **GAMERS**: Por neologismo, video jugador; es toda persona que juega un videojuego. Persona que le apasiona el mundo de los videojuegos destacando en conocimientos técnicos de computadoras y consolas. (Conceptodefinición.de, 2016)

- j. **GOOGLE DOCS**: Potente y sencillo procesador de texto y hoja de cálculo en línea que permite crear documentos, editarlos y compartirlos con otros usuarios a través de la plataforma. (Alerce.pntic.mec.es, s.f.)

- k. **HEAVY USER**: Anglicismo que hace referencia al usuario que accede a la red de forma constante y consume sus servicios en grandes cantidades. Suele tratarse de personas relacionadas con el mundo de la informática. (MarketingDirecto.com, s.f.)

- l. **LOGIN**. Es cuando un usuario se registra y accede a la cuenta con usuario y clave en una plataforma o red social. En informática viene a ser cuando una persona para usar ciertos servicios necesita ingresar su usuario y su contraseña para comprobar que efectivamente es el titular o creador de la

cuenta. Significa “hacer login” o “autenticarse”. (Que duro es ser informático, 2009)

- m. **PANOPTIKÓN**: Del latín “Pan” todo y “óptico” visión. Es un diseño arquitectónico que consiste en una forma de anillo con un patio central y una torre central con un vigilante. El anillo estaba dividido en pequeñas celdas y cada una de ellas daba al mismo tiempo al exterior y al interior, la mirada del vigilante podía atravesar toda la celda del prisionero para observar hasta lo que no hacía. “Una maquina óptica que permitió al observador –vigilante- Irrumpir en las barreras físicas del espacio privado para controlar al sujeto sin saber si estaba siendo observado o no”. (Cárdenas Rodríguez, 2014)
- n. **PIN-UP**: Fotografía u otro tipo de ilustración de una persona (hombre o mujer) en actitud sugerente o simplemente sonriendo, saludando o mirando a la cámara fotográfica que suele figurar en portadas de revistas, calendarios u otros medios. Imagen o fotografía de carácter sexual o atractivo, usualmente de una persona famosa especialmente con poca vestimenta. (Cambridge Dictionary, 2017)
- o. **POST**: Pieza escrita, imagen u otro contenido publicado en línea, típicamente en blogs o redes sociales y/o aplicaciones. (oxforddictionaries.com, 2017)
- p. **POSTEAR**: Actividad de publicar una pieza escrita, imagen u otro contenido en línea. Acción de enviar, publicar o mandar un mensaje a un grupo de noticias, foro de discusión, comentarios en sitios web o blog. (Alegsa.com.ar, 2014)
- q. **RETUITEAR / RETWITTEAR**: En Twitter, compartir con seguidores algún tweet de interés. (CCM.com.net, 2017)

- r. **SELFIE**: Fotografía tomada por uno mismo, típicamente con un Smartphone o webcam y compartida por redes sociales. Neologismo del inglés, empleado para referirse a una autofoto o autorretrato hecho por uno mismo con un teléfono inteligente (o Smartphone), una cámara web (o webcam) o una cámara digital, para ser compartida, por lo general, a través de redes sociales o plataformas de microblogging, como Facebook, Instagram o Twitter. (significados.com, 2017)

- s. **TWITTER**: Servicio de microblogging, con sede en San Francisco, California; con filiales en San Antonio (Texas) y Boston (Massachusetts) en Estados Unidos. Red social de microblogging que permite a los usuarios registrados publicar pequeños contenidos de caracteres limitados. (whatis.com, 2015)

- t. **VIRAL**. Se utiliza este término para aquellos contenidos que son difundidos y compartidos entre diferentes usuarios y a través de diferentes redes sociales. Se usa como sustantivo para referirse a un contenido que, gracias a Internet y las redes sociales, se difunde de manera masiva y mundial. (Definicion.de, 2015)

- u. **WHATSAPP**: Aplicación de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes, que envía y recibe mensajes mediante Internet, complementando servicios de correo electrónico, mensajería instantánea, servicios de mensajes cortos o sistema de mensajería multimedia. Plataforma de mensajería instantánea que permite diversos sistemas de celulares inteligentes y equipos de escritorio para el intercambio de textos, imágenes, video y audios. (Search mobile Computing, 2013)

CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Validez y confiabilidad de los instrumentos.

En la presente investigación se han utilizado:

3.1.1 TÉCNICAS

3.1.1.1 Observación

3.1.1.2 Entrevista

3.1.2 INSTRUMENTOS

3.1.2.1 Ficha de observación

3.1.2.2 Guía de entrevista

3.2 Análisis de Tablas y Gráficos y sus interpretaciones.

A continuación los resultados obtenidos en las Fichas de Observación, se describen en las siguientes páginas. Así como también las dos entrevistas: al especialista en redes sociales y al psicólogo. Cabe señalar que la entrevista a la protagonista de esta investigación, Rosangela Espinoza no se concretó (Ver numeral 1.6.5.3 Limitaciones).

FICHAS DE OBSERVACIÓN

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 01	Fecha de la publicación: 01/12/2016	Hora: 15:02		
Recurso audiovisual: Fotografía en plano entero en ropa de baño utilizando fondo difuminado con mensaje de texto, emoticones y hashtags.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	x		
	Fotografías de plano medio.			
	Selfies			
Videos	Videos de bailes.			
	Videos de mensajes hablados.			
Post diversos	Información personal.			
		<table border="1"> <tr> <td>Facebook oficial</td> <td align="center">x</td> </tr> </table> 	Facebook oficial	x
Facebook oficial	x			
Estrategia empleada: Postear fotografía publicitaria tipo portada de revista con texto, etiquetando a 11 amistades, pero con intención de que la identifiquen sus fans como Rosangela Espinoza la chica selfie, colocando su hashtag para sus seguidores: #rosangelaespinoza #chicaselfie.				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 4 989				
N° de Compartidos: 26				
N° de comentarios: 108 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



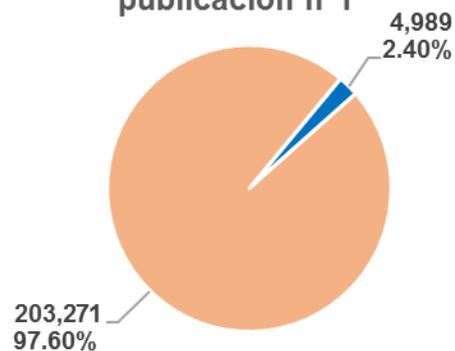
Rosangela Espinoza with Kunwar Punya Pratap Singh and 13 others.

1 December 2016 · 🌐

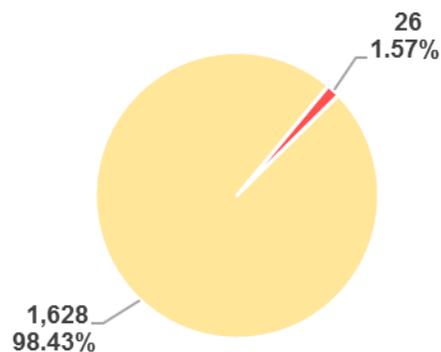
Que tengan un lindo día ✨. Los quiero mucho ❤️. #rosangelaespinoza #chicaselfie



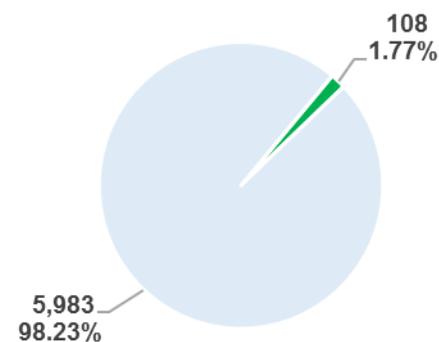
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°1



Compartidos en la publicación n°1



Comentarios en la publicación n°1



COMENTARIOS RESALTANTES



Diego Armando Yo también. Te quiero....pero te quiero calata!!

Like · Reply · 3 · 1 December 2016 at 15:15



Jaime W Vargas TETASponiendo muy linda 😊

Like · Reply · 3 · 1 December 2016 at 15:18

INTERPRETACIÓN

Se aprecia claramente el erotismo que incita en estos dos caballeros, uno que la quiere ver desnuda y el otro que refiere a sus senos.

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 02	Fecha de la publicación: 01/12/2016	Hora: 16:54
Recurso audiovisual: Compartir video de seguidora de su <i>fan-page</i> de Facebook. Con mensaje de texto, emoticones y hashtags.		
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	Facebook oficial
	Fotografías de plano medio.	x
	Selfies	
Videos	Vídeos de bailes.	x
	Vídeos de mensajes hablados.	
Post diversos	Información personal.	
		
Estrategia empleada: Compartir video de seguidora agradeciéndole tanto a ella como al Gran Show, colocando su hashtag para sus seguidores: #rosangelaespinoza #chicaselfie. El video es de un baile sensual.		
Alcance de la publicación: Público en general		
N° de likes (Incluye reacciones): 4 712		
N° de Compartidos: 101		
N° de comentarios: 221 (solo comentarios del mismo día que se posteo)		
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.		



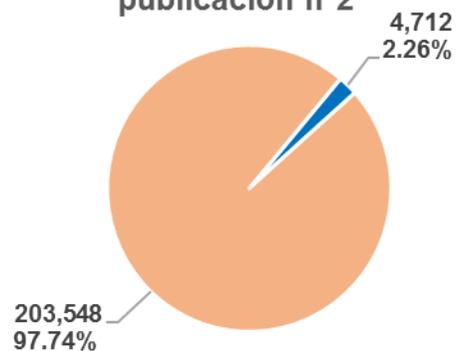
Rosangela Espinoza

1 December 2016 · 🌐

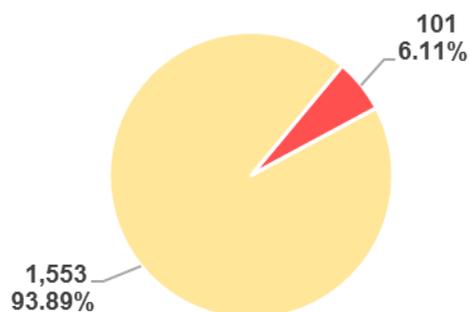
Gracias a Betsy Morillo por el video❤️. Lindo detalle, definitivamente les agradezco por el apoyo y el cariño, sin duda estoy viviendo uno de los momentos más felices de mi vida, gracias al Gran Show por esta linda oportunidad. #rosangelaespinoza #chicaselfie



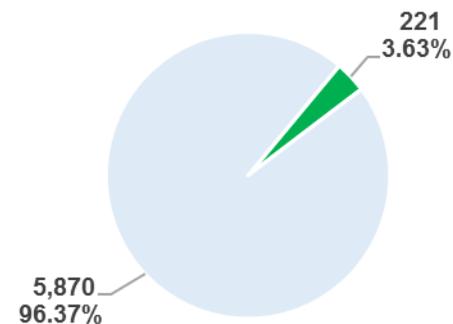
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°2



Compartidos en la publicación n°2



Comentarios en la publicación n°2



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
<p>Jackie Yancapallo Me encanta verte bailar Rosangela y más con el churrasco de Lucas.. Ahhh Son únicos, linda pareja, vamos chicos, a darle duro a esa pista este sábado... 🍷 😊 ❤️ Like · Reply · 13 · 1 December 2016 at 22:08</p>	<p>En este caso el video intereso a esta joven seguidora pero el comentario sugerente se la dedicó a la pareja de baile enviándole un piropo.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 03	Fecha de la publicación: 02/12/2016	Hora: 11:37		
Recurso audiovisual: Fotografía plano medio de una bebé que es su sobrina. Se considera información personal. Con texto, emoticón y hashtags.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.			
	Fotografías de plano medio.			
	Selfies			
Videos	Videos de bailes.			
	Videos de mensajes hablados.			
Post diversos	Información personal.	x		
<table border="1"> <tr> <td>Facebook oficial</td> <td>x</td> </tr> </table>			Facebook oficial	x
Facebook oficial	x			
				
Estrategia empleada: Postear fotografía de su sobrina Fernandita mostrando sus 4 dienteitos con una gran sonrisa invitando a sonreír. Coloca también hashtag para sus seguidores: #sonreírsiempre #smile #babygirl.				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 1 269				
N° de Compartidos: 1				
N° de comentarios: 56 (solo comentarios del mismo día que se posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



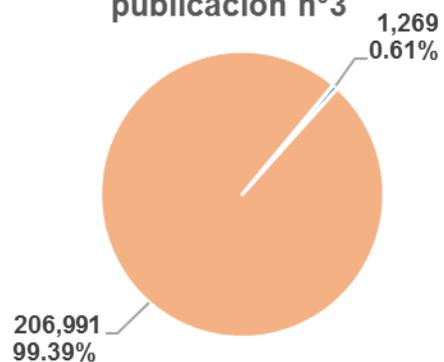
Rosangela Espinoza with Kunwar Punya Pratap Singh.

2 December 2016 · 🌐

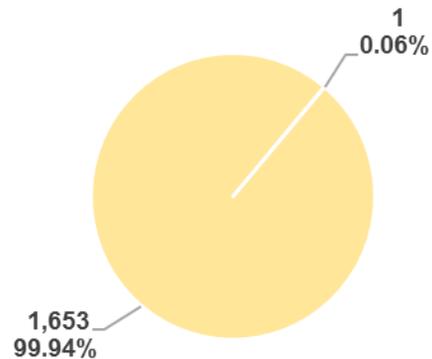
Ella es mi sobrinita Fernandita y sus 4 dienteitos. Ella te dice: Te invito a sonreír, yo pago 😊. #sonreirsiempre #smile #babygirl



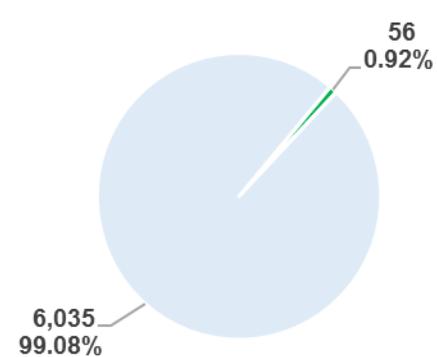
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°3



Compartidos en la publicación n°3



Comentarios en la publicación n°3



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
 <p>Maria Atalaya Lopez Princesita hermosa ,como tu Rous te queremos Like · Reply · 1 · 2 December 2016 at 12:23</p>	<p>En este caso el post muestra a la sobrina de Rosangela, por lo que no incita al erotismo.</p>

FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)

N° de publicación: 04	Fecha de la publicación: 02/12/2016	Hora: 19:14								
Recurso audiovisual: Fotografía en plano entero en ropa de baño utilizando fondo de playa difuminado con mensaje de texto y emoticones dentro de la fotografía.										
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:								
Imágenes	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">Fotografías de plano entero.</td> <td style="width: 10%; text-align: center; padding: 5px;">x</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Fotografías de plano medio.</td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Selfies</td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> </table>	Fotografías de plano entero.	x	Fotografías de plano medio.		Selfies		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">Facebook oficial</td> <td style="width: 10%; text-align: center; padding: 5px;">x</td> </tr> </table>	Facebook oficial	x
Fotografías de plano entero.	x									
Fotografías de plano medio.										
Selfies										
Facebook oficial	x									
Videos	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">Vídeos de bailes.</td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Vídeos de mensajes hablados.</td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> </table>	Vídeos de bailes.		Vídeos de mensajes hablados.						
Vídeos de bailes.										
Vídeos de mensajes hablados.										
Post diversos	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">Información personal.</td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> </table>	Información personal.								
Información personal.										
Estrategia empleada: Postear fotografía publicitaria tipo portada de revista con texto, etiquetando a 14 amistades y sin ningún comentario de su foto. Aquí utiliza una potente frase acompañado de emoticones: “Te invito a sonreír, yo pago” (sugiere con beso)										
Alcance de la publicación: Público en general										
N° de likes (Incluye reacciones): 5 665										
N° de Compartidos: 45										
N° de comentarios: 200 (solo comentarios del mismo día que posteo)										
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.										



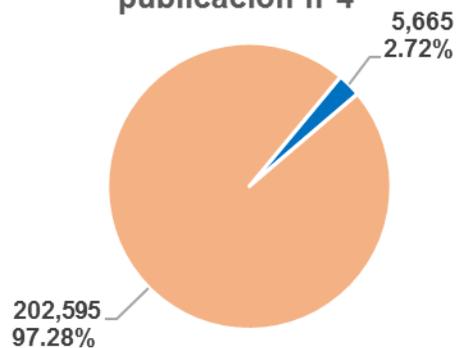
Rosangela Espinoza with Roberto Monje and 16 others.

2 December 2016 · 🌐

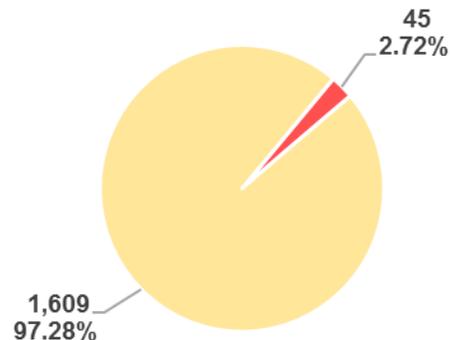


Te invito a
sonreír 😊, yo
pago 💋

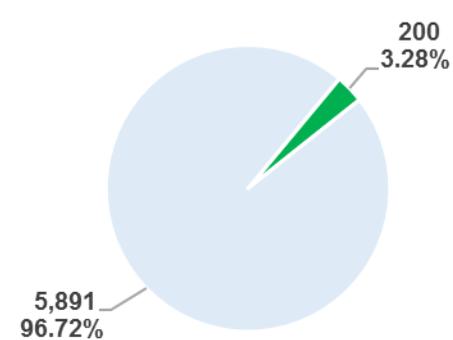
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°4



Compartidos en la publicación n°4



Comentarios en la publicación n°4



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
 <p>Gustavo Adrián Mis ojos no se cansan de contemplarte, puedo mirarte las 24 horas del día y nunca me cansaré de tu belleza mi reina te amo ❤️😘👁️❤️</p> <p>Like · Reply · 5 · 2 December 2016 at 19:20</p>	<p>En este caso el post muestra a este caballero demostrando su aprecio y amor acompañados de emoticones de corazón, carita con ojos de corazones y una carita dando beso de corazón. De cierta manera no hay un erotismo marcado en este caso.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 05	Fecha de la publicación: 04/12/2016	Hora: 13:30		
Recurso audiovisual: Afiche publicitario de Campaña de adopción y recolección de alimentos para mascotas.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>		
	Fotografías de plano medio.	<input type="checkbox"/>		
	Selfies	<input type="checkbox"/>		
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>		
	Vídeos de mensajes hablados.	<input type="checkbox"/>		
Post diversos	Información personal.	<input checked="" type="checkbox"/>		
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%; text-align: center;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>
Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>			
				
Estrategia empleada: Postear un afiche promocionando una campaña de adopción y recolección de alimentos en Lince donde anuncia estar allí para compartir con sus fans.				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 49				
N° de Compartidos: 1				
N° de comentarios: 4 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



Rosangela Espinoza with Sebitaz Bach.

4 December 2016 · 🌐

Chicos los invito a participar en está linda campaña de adopción 🐾❤️. Estoy llegando 🚶🏻 y espero que nuestros perritos tengan hogar. Todo por ellos ❤️. Los espero y si de corazón deseas un amigo incondicional te está esperando 🐾.

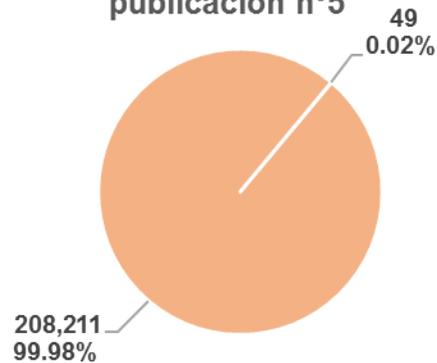
XXXJJJ Campaña de Adopción y Recolección de Alimentos

Boulevard Francisco Lazo
Costado Parque Pedro Ruiz Gallo - Lince

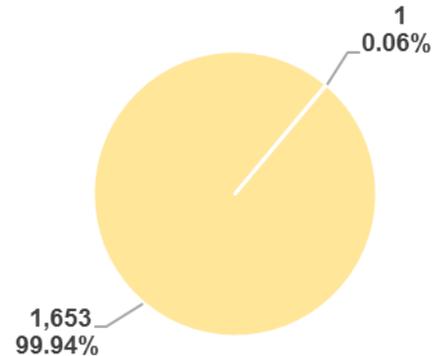
Fecha: Domingo 4 de Diciembre
Hora: De 10:00 am a 4:00 pm

S.O.S animalistas en accion - victor lozano Informes: 986-351-446 / vilozpe@hotmail.com

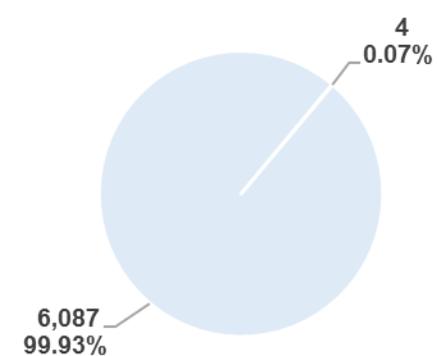
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°5

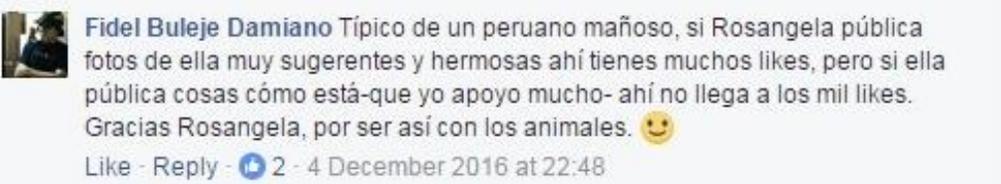


Compartidos en la publicación n°5



Comentarios en la publicación n°5



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
 <p>Fidel Buleje Damiano Típico de un peruano mañoso, si Rosangela pública fotos de ella muy sugerentes y hermosas ahí tienes muchos likes, pero si ella pública cosas cómo está-que yo apoyo mucho- ahí no llega a los mil likes. Gracias Rosangela, por ser así con los animales. 😊</p> <p>Like · Reply · 2 · 4 December 2016 at 22:48</p>	<p>En este caso el post muestra a este seguidor dando su opinión sobre “el típico peruano mañoso”, con respecto a su análisis que hace comparando los post donde muestra sus atributos versus los que no, como este aviso de los perritos, en donde advierte que aumentan los likes significativamente cuando postean fotos sugerentes y hermosas. En este post no hay incitación al erotismo.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 06	Fecha de la publicación: 04/12/2016	Hora: 21:46		
Recurso audiovisual: Fotografía en plano entero sosteniendo cheque. Con mensaje de texto, emoticones y twitters.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	x		
	Fotografías de plano medio.			
	Selfies			
Videos	Vídeos de bailes.			
	Vídeos de mensajes hablados.			
Post diversos	Información personal.			
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">x</td> </tr> </table> 	Facebook oficial	x
Facebook oficial	x			
Estrategia empleada: Postear fotografía mostrándose con su pareja de baile en el concurso El Gran Show y portando un cheque de 500 dólares americanos por obtener los mejores pasos de la noche. Añade el texto a su publicación con algunos emoticones: “Por fin los mejores pasos 🍑🍑🍑. Todo esfuerzo tiene su recompensa. Gracias @pirolucas 🙏 hacemos una linda pareja de baile y @kervin2126 Vamos que si se puede 💪”.				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 2 701				
N° de Compartidos: 3				
N° de comentarios: 107 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



Rosangela Espinoza with Kunwar Punya Pratap Singh and 4 others.

4 December 2016 · 🌐

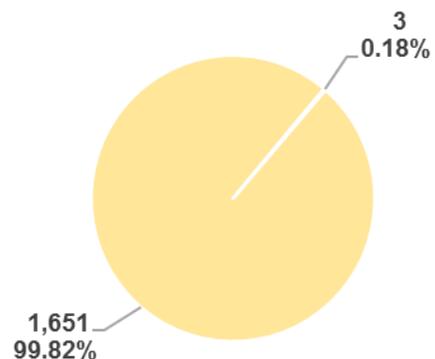
Por fin los mejores pasos 🍷🍷🍷. Todo esfuerzo tiene su recompensa. Gracias @pirolucas 🤗 hacemos una linda pareja de baile y @kervin2126 Vamos que si se puede 🍷.



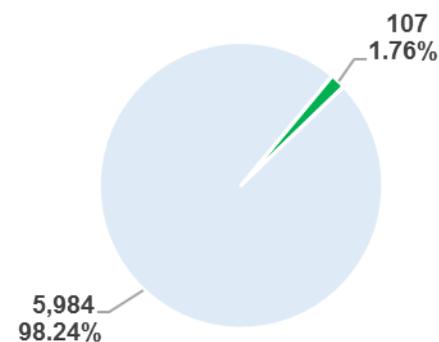
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°6



Compartidos en la publicación n°6



Comentarios en la publicación n°6



COMENTARIOS RESALTANTES

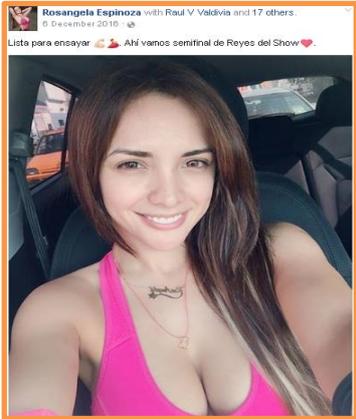


Jackie Yancapallo No me cansaré de decir que guapoooo es Lucas, es un churraso
 Y lo de fiorela, hay es más mentira,
 Porff jeje él es solo de Rosita jeje 😊
 Like · Reply · 9 · 4 December 2016 at 23:04 · Edited

INTERPRETACIÓN

Otra vez la misma seguidora haciendo referencia a la pareja de baile de Rosangela. En este post no hay incitación al erotismo.

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

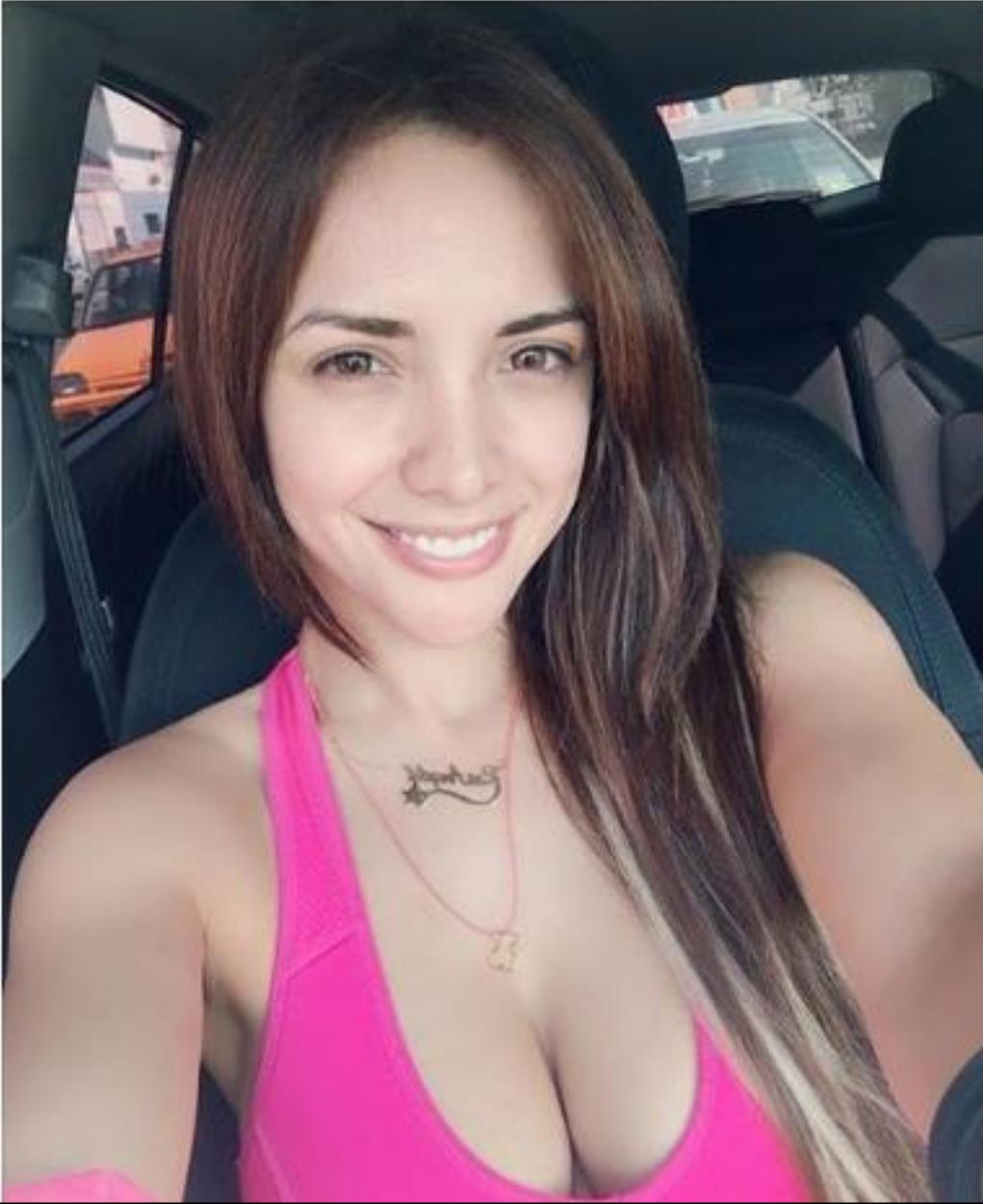
N° de publicación: 07	Fecha de la publicación: 06/12/2016	Hora: 15:04		
Recurso audiovisual: Fotografía tipo selfie en el interior de un automóvil de copiloto, con mensaje de texto y emoticones.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>		
	Fotografías de plano medio.	<input type="checkbox"/>		
	Selfies	<input checked="" type="checkbox"/>		
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>		
	Vídeos de mensajes hablados.	<input type="checkbox"/>		
Post diversos	Información personal.	<input type="checkbox"/>		
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>
Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>			
				
Estrategia empleada: Postear selfie desde el interior del auto donde etiqueta 16 amigos, en donde aparece con un top deportivo rosado mostrando el escote y sonriendo muy natural y sin maquillaje. Añade el texto con emoticones: “Lista para ensayar 🍷. Ahí vamos semifinal de Reyes del Show ❤️”.				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 11 916				
N° de Compartidos: 53				
N° de comentarios: 338 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



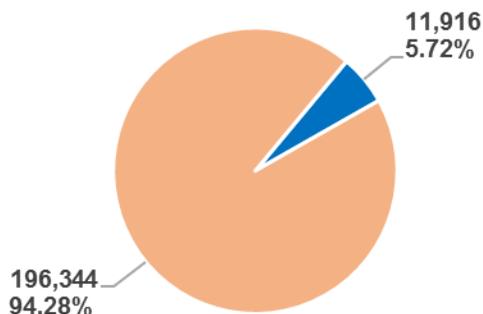
Rosangela Espinoza with Raul V Valdivia and 17 others.

6 December 2016 · 🌐

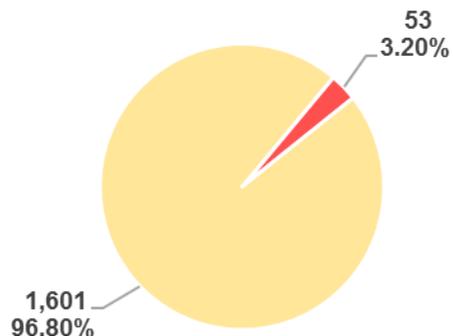
Lista para ensayar 🍷👩. Ahí vamos semifinal de Reyes del Show ❤️.



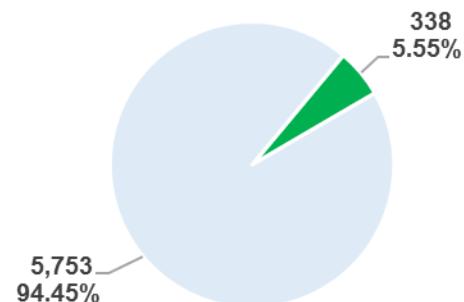
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°7



Compartidos en la publicación n°7



Comentarios en la publicación n°7



COMENTARIOS RESALTANTES



Milagros Plaza Moreno Cualquiera con cirujia pobre estúpida. En ningún programa les pasaba por chinchosa cuando entro a combate parecía una chuqui por zumba se hizo conocida y por x carloncho mas

Me gusta · Responder · 2 · 6 de diciembre de 2016 a las 21:15



Jean Deza Jajaja ENVIDIOSA .I. FEA

Me gusta · Responder · 3 · 6 de diciembre de 2016 a las 21:38



Maxi Guarumo ya bailará otra que se haga conocida por carloncho para el 2017

Me gusta · Responder · 6 de diciembre de 2016 a las 21:42



Maritza Primo Arenas Envidiiaa envidia te tienen envidia mii Rouse no hagas caso a esas mujeres xq eres una excelente bailarina ... vamos x la copaa 🏆🏆



A m... Ver más

Me gusta · Responder · 4 · 6 de diciembre de 2016 a las 22:29

INTERPRETACIÓN

Aquí en este post aparece una detractora pero que es apabullada por sus demás seguidores defendiendo a Rosangela. En este post no hay incitación al erotismo a pesar que los likes sobrepasan los 5 mil y llega a los 338 comentarios.

FICHA DE OBSERVACIÓN (RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)

N° de publicación: 08	Fecha de la publicación: 06/12/2016	Hora: 21:57		
Recurso audiovisual: Fotografía en plano entero de su mascota en la veterinaria, con mensaje de texto y emoticones. Se considera información personal.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>		
	Fotografías de plano medio.	<input type="checkbox"/>		
	Selfies	<input type="checkbox"/>		
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>		
	Vídeos de mensajes hablados.	<input type="checkbox"/>		
Post diversos	Información personal.	<input checked="" type="checkbox"/>		
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>
Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>			
				
Estrategia empleada: Postear fotografía de un perro a la que ella rescato de la pista y al cual llevo al veterinario. Se muestra como defensora de los animales y pide que compartan para encontrar al dueño del animal. Lo curioso es que lo encontró cuando manejaba a las 3 de la madrugada: "Por favor compartir 🧡🐶. El sábado pasado a las 3am, manejando encontré este perrito en medio de la pista a punto de ser atropellado, no me importó, me detuve, para salvar a este angelito de 4patitas 🐶".				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 1 716				
N° de Compartidos: 139				
N° de comentarios: 67 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



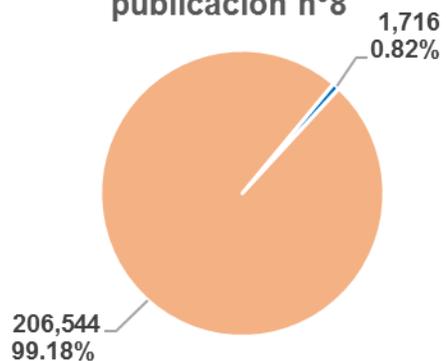
Rosangela Espinoza with Kunwar Punya Pratap Singh.

6 December 2016 · 🌐

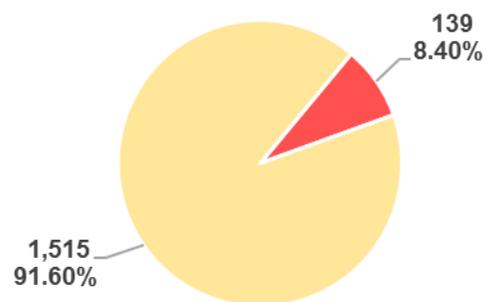
Por favor compartir ❤️🐶.El sábado pasado a las 3am ,maneando encontré este perrito en medio de la pista a punto de ser atropellado, no me importó, me detuve, para salvar a este angelito de 4patitas🐶.Estaba muy descuidado y perdido ,seguro el dueño está desesperado buscándolo, me dará mucha pena dejarlo ir,pero a la vez mucha felicidad.Lo lleve al veterinario y es demasiado hermoso, ya bañadito y con la colita feliz les presento al nuevo integrante de la familia, se llama Tommy, hasta que su dueño lo reconozca. Deseo que este mensaje llegue a todos y que si tienen la oportunidad de ayudar a estos angelitos haganlo!!!



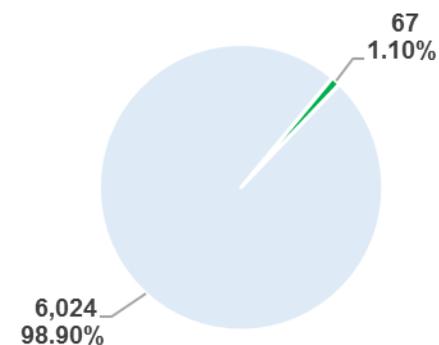
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°8



Compartidos en la publicación n°8

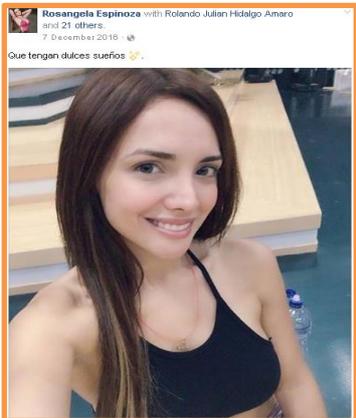


Comentarios en la publicación n°8



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
	<p>Aquí en este post aparece su mascota y sus seguidores aplauden su rescate y cuidado. En este post no hay incitación al erotismo.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

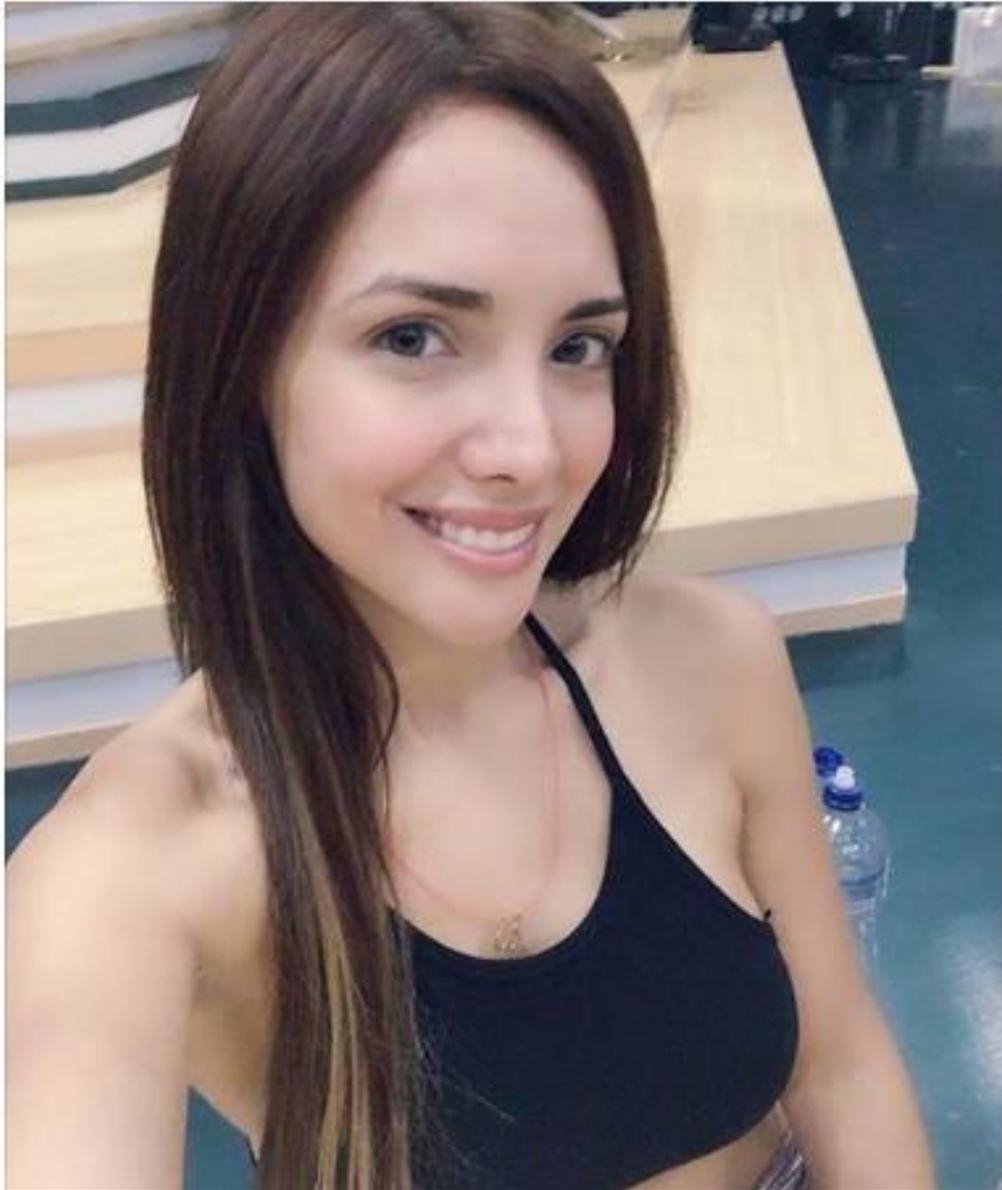
N° de publicación: 09	Fecha de la publicación: 07/12/2016	Hora: 23:54		
Recurso audiovisual: Selfie con mensaje de texto y emoticón, con fondo de una mesa, con un top muy recatado y mostrando una sonrisa.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>		
	Fotografías de plano medio.	<input type="checkbox"/>		
	Selfies	<input checked="" type="checkbox"/>		
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>		
	Vídeos de mensajes hablados.	<input type="checkbox"/>		
Post diversos	Información personal.	<input type="checkbox"/>		
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> </table> 	Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>
Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>			
Estrategia empleada: Selfie en ropa deportiva donde se aprecia una botella de agua en la esquina izquierda inferior lo que hace referencia a alguna actividad física realizada. Etiqueta a 24 personas y coloca la siguiente descripción: “Que tengan dulces sueños 😊”.				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 7 248				
N° de Compartidos: 15				
N° de comentarios: 17 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



Rosangela Espinoza with Rolando Julian Hidalgo Amaro and 21 others.

7 December 2016 · 🌐

Que tengan dulces sueños 🍯.



**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 10	Fecha de la publicación: 08/12/2016	Hora: 12:13
Recurso audiovisual: Video en colegio "Santa María Reyna de Pachacamac" donde niños del 3er grado de primaria realizan pancartas dedicatorias. Hace referencia al cariño generado en menores de edad que reconocen a Rosangela Espinoza.		
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>
	Fotografías de plano medio.	<input type="checkbox"/>
	Selfies	<input type="checkbox"/>
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>
	Vídeos de mensajes hablados.	<input checked="" type="checkbox"/>
Post diversos	Información personal.	<input type="checkbox"/>
		
Estrategia empleada: Video sobre niños menores de edad que demuestran el cariño por Rosangela Espinoza al hacer carteles dedicados a la modelo. La descripción es la siguiente: "Estoy emocionada 🥰. Los niños del colegio, "Santa María Reyna de Pachacamac"; 3grado, hicieron pancartas con dedicatorias para mí. Los quiero mucho y de corazón les brindaré mi apoyo."		
Alcance de la publicación: Público en general		
N° de likes (Incluye reacciones): 719		
N° de Compartidos: 1		
N° de comentarios: 37 (solo comentarios del mismo día que posteo)		
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.		



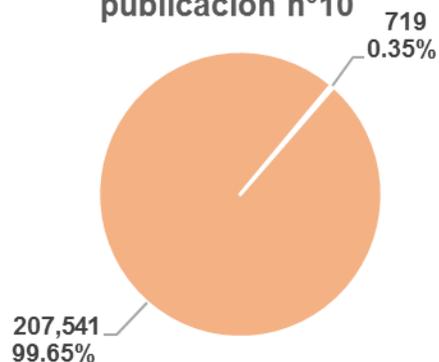
Rosangela Espinoza

8 December 2016 · 🌐

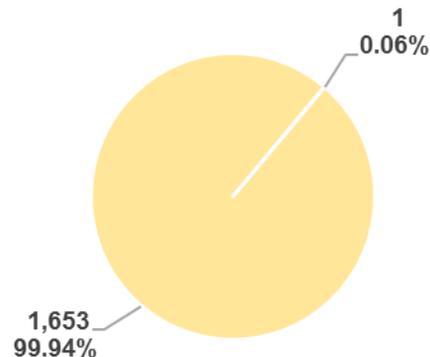
Estoy emocionada 🥰. Los niños del colegio, "Santa María Reyna de Pachacamac"; 3grado, hicieron pancartas con dedicatorias para mí. Los quiero mucho y de corazón les brindaré mi apoyo.



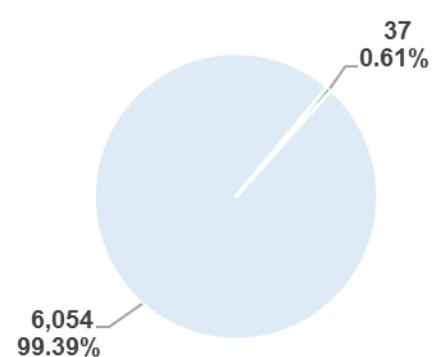
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°10



Compartidos en la publicación n°10



Comentarios en la publicación n°10



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
 <p>Jackie Yancapallo Que hermoso detalle de estos niños, rosangela, eres una increíble persona, sigue así, te queremos y como dicen estos pequeños, tú ganarás, levantarás esa copa de nuevo a lado de Lucas. Siguan esforzándose, ensayando, bendiciones 🌞🌞 Like · Reply · 8 December 2016 at 22:17</p>	<p>Otra vez identificamos a una seguidora que felicita su labor con los niños pero menciona siempre a su pareja de baile. En este post no hay incitación al erotismo.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 11	Fecha de la publicación: 08/12/2016	Hora: 21:27		
Recurso audiovisual: Fotografía en plano medio utilizando como fondo la playa con mensaje de texto, hashtags y emoticones.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.			
	Fotografías de plano medio.	x		
	Selfies			
Videos	Vídeos de bailes.			
	Vídeos de mensajes hablados.			
Post diversos	Información personal.			
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">x</td> </tr> </table>	Facebook oficial	x
Facebook oficial	x			
				
Estrategia empleada: Foto en ropa de baño con descripción: “La curva más linda en una mujer es su sonrisa 😊”. Recalca su sobrenombre de <i>chica selfie</i> con los siguientes hashtags: #rosangelaespinoza #chicaselfie #smile #prettywoman. Etiqueta a 20 personas. Muestra su escote y una linda sonrisa.				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 8 465				
N° de Compartidos: 50				
N° de comentarios: 134 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



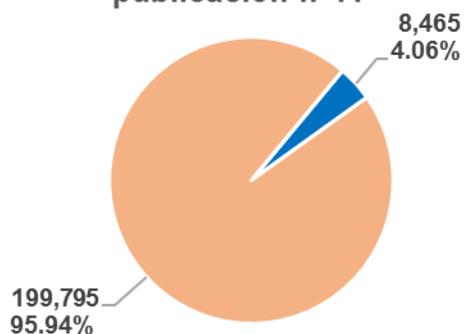
Rosangela Espinoza with Diego Dany Saldaña Gómez and 19 others.

8 December 2016 · 🌐

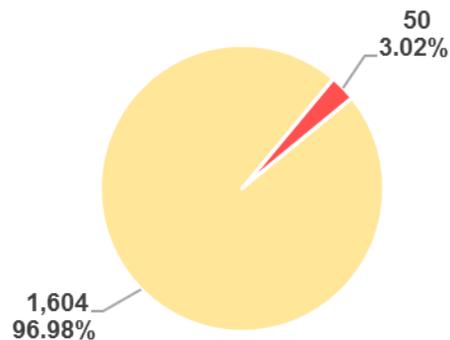
La curva más linda en una mujer es su sonrisa 😊. #rosangelaespinoza
#chicaselfie #smile #prettywoman



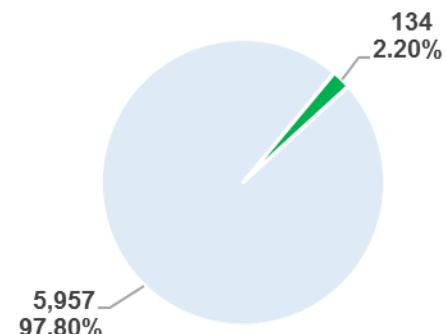
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°11



Compartidos en la publicación n°11



Comentarios en la publicación n°11



COMENTARIOS RESALTANTES



Héctor Navarro Mantilla hola me llamo pancho, tengo mi rancho y cuando quieras te lo engancho (٠_٠)

Like · Reply · 24 · 8 December 2016 at 22:15

INTERPRETACIÓN

Aquí en este comentario podemos apreciar un seguidor que de forma graciosa da entender su incitación al erotismo cuando analógicamente se interpreta que la palabra “pancho” sería su pene y que enganchará (“te lo engancho”) con ella en su “rancho” (su morada).

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 12	Fecha de la publicación: 09/12/2016	Hora: 22:01
---------------------------------	---	-----------------------

Recurso audiovisual:
Fotografía en plano entero en la pista de baile con su pareja, con mensaje de texto, hashtags y emoticones.

Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	x		
	Fotografías de plano medio.			
	Selfies			
Videos	Vídeos de bailes.			
	Vídeos de mensajes hablados.			
Post diversos	Información personal.			
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">x</td> </tr> </table>	Facebook oficial	x
Facebook oficial	x			
				

Estrategia empleada: Foto con su pareja de baile en el programa televisado “El Gran Show”. Hace referencia al programa y canal que televisa el mismo con la descripción: “Mañana somos Reyes del Show por América 🍷🍷🍷”. Además utiliza los hashtags: #rosangelaespinoza #chicselfie #Rosangela&lucas.

Alcance de la publicación: Público en general

N° de likes (Incluye reacciones): 3 137

N° de Compartidos: 12

N° de comentarios: 52 (solo comentarios del mismo día que posteo)

Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.



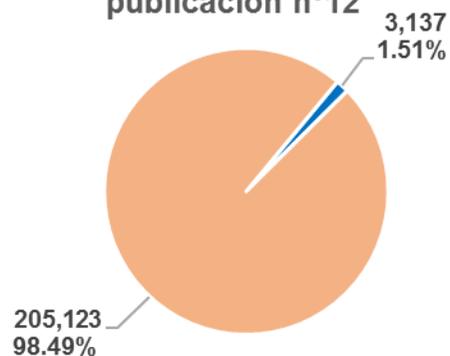
Rosangela Espinoza with Kunwar Punya Pratap Singh and 6 others.

9 December 2016 · 🌐

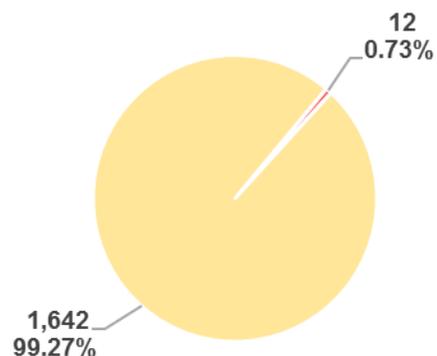
Mañana somos Reyes del Show por América ❤️🥳👏. #rosangelaespinoza #chicaselfie #Rosangela&lucas



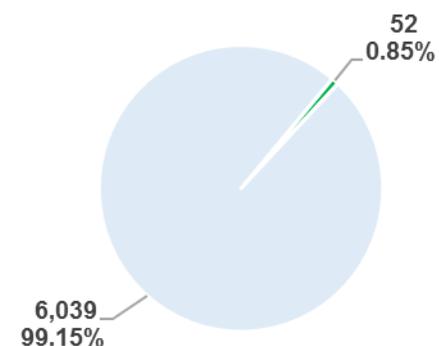
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°12



Compartidos en la publicación n°12



Comentarios en la publicación n°12



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
<p> Erika Yuliana Ledesma Santillan Lindos los dos como quisiera que sean parejas de novios 😍😍😍😍😍</p> <p>Like · Reply · 4 · 9 December 2016 at 22:44</p>	<p>Aquí en este comentario podemos apreciar una seguidora que de cierta manera desea que su pareja de baile sea su novio en la vida real. Este deseo podría tener una connotación indirecta de una incitación erótica.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 13	Fecha de la publicación: 09/12/2016	Hora: 22:36		
Recurso audiovisual: Video de mascota jugando con Rosangela Espinoza en su hogar, con mensaje de texto y emoticones.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>		
	Fotografías de plano medio.	<input type="checkbox"/>		
	Selfies	<input type="checkbox"/>		
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>		
	Vídeos de mensajes hablados.	<input type="checkbox"/>		
Post diversos	Información personal.	<input checked="" type="checkbox"/>		
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> </table> 	Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>
Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>			
Estrategia empleada: Video mostrando a su mascota con la siguiente descripción: “El perro más lindo del mundo 🥰, para mí ❤️. Es tranquilo, juguetón y cariñoso. Eres mi angelito de cuatro patitas”. Expresa el cariño que tiene por el animal.				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 1 226				
N° de Compartidos: 11				
N° de comentarios: 39 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



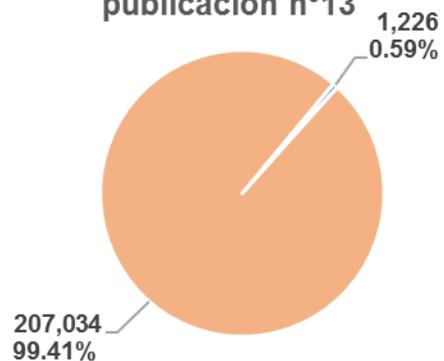
Rosangela Espinoza

9 December 2016 · 🌐

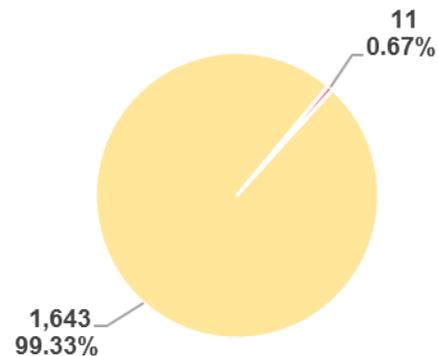
El perro más lindo del mundo 😍, para mí ❤️. Es tranquilito, juguetón y cariñoso. Eres mi angelito de cuatro patitas.



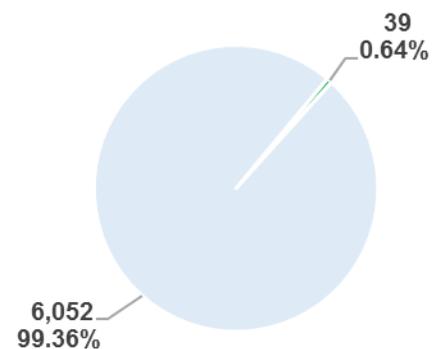
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°13



Compartidos en la publicación n°13



Comentarios en la publicación n°13



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
 <p>M Danny Osorio Está muy hermoso mi Rous y muy feliz, gracias a ti porque tienes un gran corazón 🙌😄❤️ Like · Reply · 1 · 9 December 2016 at 23:10 · Edited</p>	<p>Identificamos a este aferrado seguidor que felicita lo que hace pero acompaña emoticones de aplauso, carita de ojos de corazón y un corazón. Y la asume como “mi Rous”. Se puede decir que en este y en general en todos comentarios no se aprecia una incitación al erotismo muy marcado.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 14	Fecha de la publicación: 11/12/2016	Hora: 15:32
---------------------------------	---	-----------------------

Recurso audiovisual:
Fotografía en plano americano utilizando como fondo la pista de baile en el programa de reality al que pertenece con mensaje de texto, hashtags y emoticones.

Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	x
	Fotografías de plano medio.	
	Selfies	
Videos	Vídeos de bailes.	
	Vídeos de mensajes hablados.	
Post diversos	Información personal.	

Lugar de la publicación:

Facebook oficial	x
------------------	---



Estrategia empleada: Foto que hace referencia a la semifinal del programa “Reyes del Show” en el que participa con la descripción: “Ayer una semifinal de infarto en "Reyes del Show". Fue un jive en trío con la participación del actor y conductor @cocomaggio lo hiciste espectacular! Me siento muy agradecida por la oportunidad y también sin dejar de agradecer el apoyo y cariño del público. Gracias @pirolucas eres un genio en lo q haces, y Kervin el mejor Coreógrafo 🍌”. Según la descripción anterior, agradece a las personas involucradas en su participación artística realizada en el programa. Utiliza los siguientes hashtags: #rosangelaespinoza #Rosangela&lucasparejadebaile #reyesdelshow.

Alcance de la publicación: Público en general

N° de likes (Incluye reacciones): 2 496

N° de Compartidos: 3

N° de comentarios: 135 (solo comentarios del mismo día que posteo)

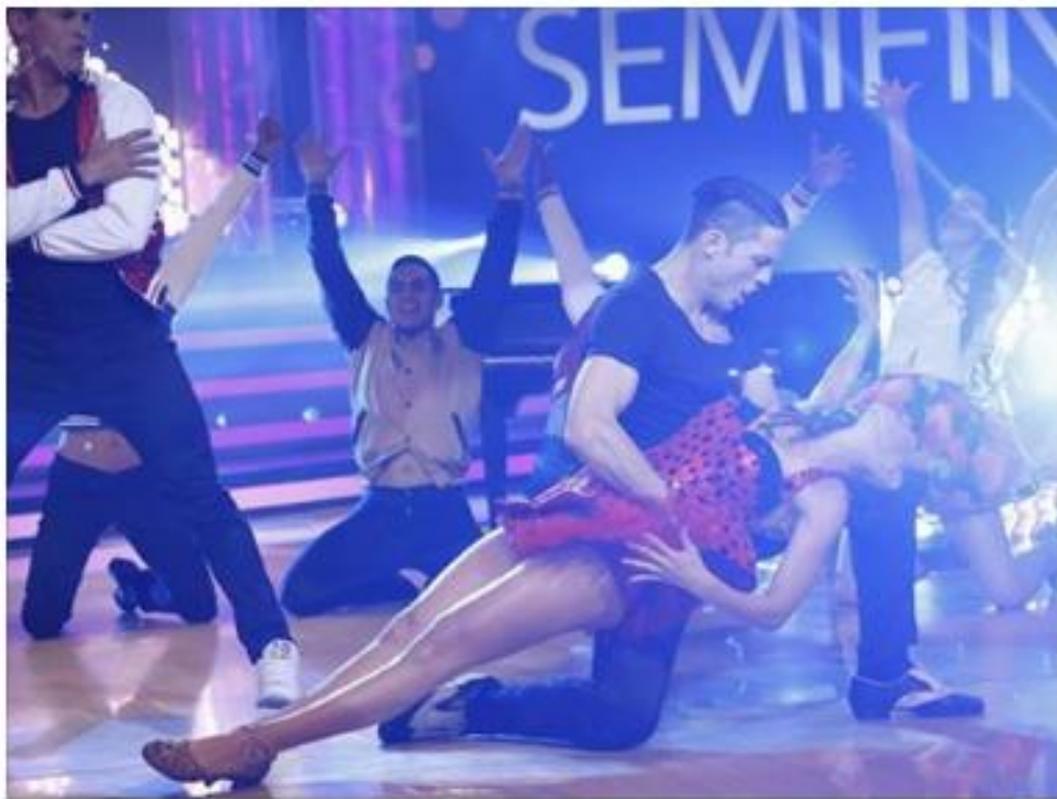
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.



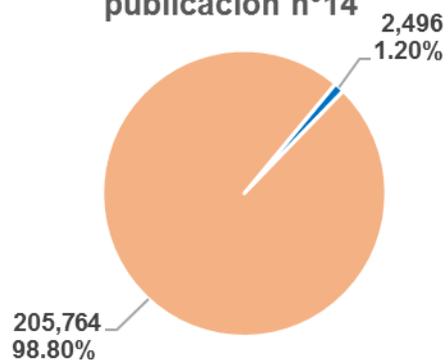
Rosangela Espinoza with Kunwar Punya Pratap Singh and 2 others.

11 December 2016 · 🌐

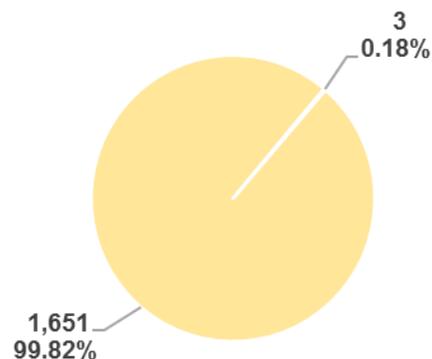
Ayer una semifinal de infarto en "Reyes del Show". Fue un jive en trío con la participación del actor y conductor @cocomaggio lo hiciste espectacular!. Me siento muy agradecida por la oportunidad y también sin dejar de agradecer el apoyo y cariño del público. Gracias @pirolucas eres un genio en lo q haces, y Kervin el mejor Coregrafo 🍷. #rosangelaespinoza #Rosangela&lucasporejadebaile #reyesdelshow



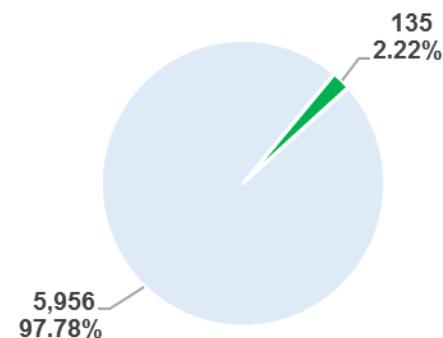
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°14



Compartidos en la publicación n°14



Comentarios en la publicación n°14



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
<p>M Danny Osorio Mi Rous hermosa tienes un equipo muy profesional que saben lo que hacen y se refleja en la pista de baile, por eso son los mejores, tienes que levantar la copa, vamos, tienes mi apoyo 🙌👏👏👏👏</p> <p>Like · Reply · 5 · 11 December 2016 at 16:06</p>	<p>Identificamos a este aferrado seguidor nuevamente que felicita lo que hace pero acompaña emoticones de aplauso doble y doble carita de ojos de corazón. Y la asume como “mi Rous”. Se puede decir que en este y en general en todos comentarios no se aprecia una incitación al erotismo muy marcado.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 15	Fecha de la publicación: 11/12/2016	Hora: 19:06		
<p>Recurso audiovisual: Enlace dirigido al canal de YouTube de Rosangela Espinoza. Se muestra en foto de plano medio, pero se considera información personal. Esta foto se mantiene como perfil en su fanpage oficial hasta la fecha.</p>				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>		
	Fotografías de plano medio.	<input type="checkbox"/>		
	Selfies	<input type="checkbox"/>		
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>		
	Vídeos de mensajes hablados.	<input type="checkbox"/>		
Post diversos	Información personal.	<input checked="" type="checkbox"/>		
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>
Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>			
				
<p>Estrategia empleada: Enlace de YouTube con la siguiente descripción: “Chic@s los invito a seguirme en mi canal de youtube, ya se encuentran subidos los vídeos de la semifinal de Reyes del Show “.</p>				
<p>Alcance de la publicación: Público en general</p>				
<p>N° de likes (Incluye reacciones): 2 408</p>				
<p>N° de Compartidos: 11</p>				
<p>N° de comentarios: 101 (solo comentarios del mismo día que posteo)</p>				
<p>Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.</p>				



Rosangela Espinoza

11 December 2016 · 🌐

Chic@s los invito a seguirme en mi canal de youtube, ya se encuentran subidos los videos de la semifinal de Reyes del Show <https://goo.gl/WRzYG4>

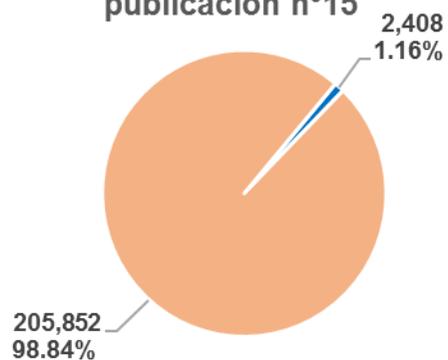


Rosangela Espinoza

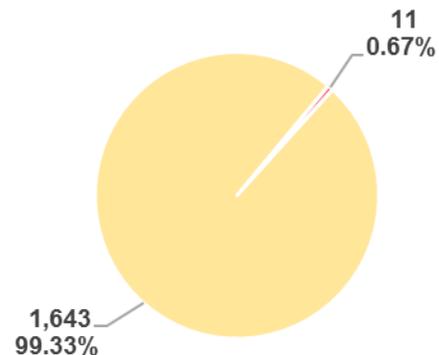
Un poco más de Rosangela Espinoza

YOUTUBE.COM

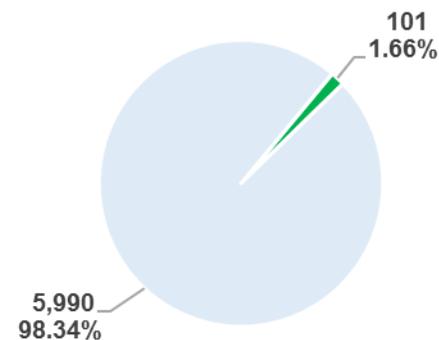
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°15



Compartidos en la publicación n°15



Comentarios en la publicación n°15



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
 <p>Anyth Reginaldo si o si ganas no te pongas nerviosa eso hace que tropiezes o te olvides algunos pasos y para que cierres la final con la copa date un BESO CON LUCAS ES LO QUE PEDIMOS TUS FAN Like · Reply · 4 · 11 December 2016 at 21:36</p>	<p>Esta seguidora comenta su deseo de que en el baile al final se den un beso con su pareja de baile. Se puede decir que en este deseo se aprecia una incitación al erotismo no muy marcado.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 16	Fecha de la publicación: 12/12/2016	Hora: 13:39		
Recurso audiovisual: Fotografía en plano entero utilizando ropa de baño rojo y gorra de navidad, con fondo de color rosado y con mensaje de texto, emoticones y hashtags.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	x		
	Fotografías de plano medio.			
	Selfies			
Videos	Vídeos de bailes.			
	Vídeos de mensajes hablados.			
Post diversos	Información personal.			
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">x</td> </tr> </table> 	Facebook oficial	x
Facebook oficial	x			
Estrategia empleada: Sesión fotográfica de temática navideña para un calendario de una empresa. La descripción es la siguiente: “Sesión de fotos 📸 Mamanuela 🌲🎁🎈❤️. Calendario 2017 Energigas”. Etiqueta a 27 personas y utiliza los siguientes hashtags: #rosangelaespinoza #chicaselfie #christmas #model #decoration. Se muestra muy sesy y con provocativa sonrisa.				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 8 600				
N° de Compartidos: 111				
N° de comentarios: 181 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



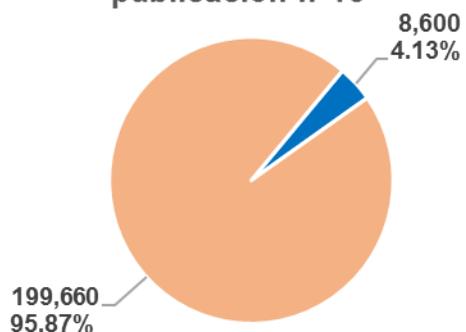
Rosangela Espinoza with Alex Zapata and 28 others.

12 December 2016 · 🌐

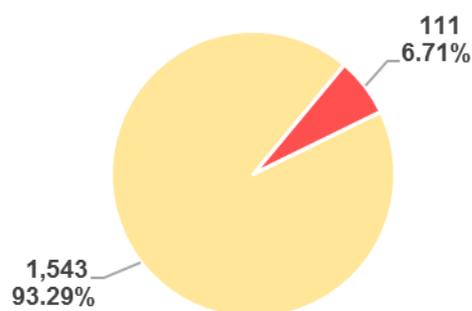
Sesión de fotos 📷👤 . Mamanuela 🎄📅❤️ . Calendario 2017 Energigas
#rosangelaespinoza #chicaselfie #christmas #model #decoration



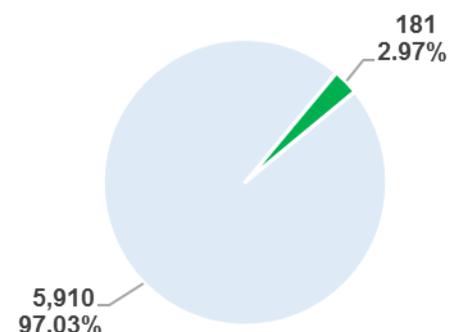
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°16



Compartidos en la publicación n°16

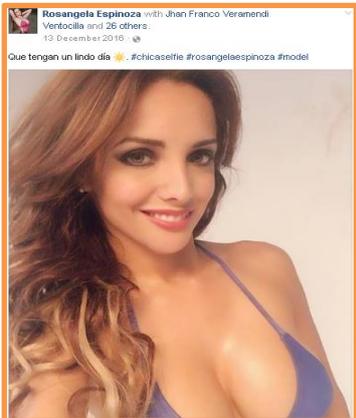


Comentarios en la publicación n°16



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
 <p>Ale Gonza uyyyyy es hora de la MANUELA! Like · Reply · 39 · 12 December 2016 at 13:42 5 Replies</p>	<p>Este seguidor está incitado directamente al erotismo porque se refiere a que “es hora de la MANUELA”, aludiendo a la jerga de masturbarse. Se puede decir que en este deseo se aprecia una incitación al erotismo muy marcado.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 17	Fecha de la publicación: 13/12/2016	Hora: 12:27
Recurso audiovisual: Selfie en sugerente escote utilizando fondo lila que combina con el color de su ropa de baño, con mensaje de texto, emoticón y hashtags.		
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>
	Fotografías de plano medio.	<input type="checkbox"/>
	Selfies	<input checked="" type="checkbox"/>
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>
	Vídeos de mensajes hablados.	<input type="checkbox"/>
Post diversos	Información personal.	<input type="checkbox"/>
		Facebook oficial <input checked="" type="checkbox"/>
		
Estrategia empleada: Selfie en ropa de baño de medio cuerpo. La descripción es la siguiente: “Que tengan un lindo día☀️” Etiqueta a 26 personas y utiliza los hashtags: #chicaselfie #rosangelaespinoza #model.		
Alcance de la publicación: Público en general		
N° de likes (Incluye reacciones): 9 235		
N° de Compartidos: 55		
N° de comentarios: 214 (solo comentarios del mismo día que posteo)		
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.		

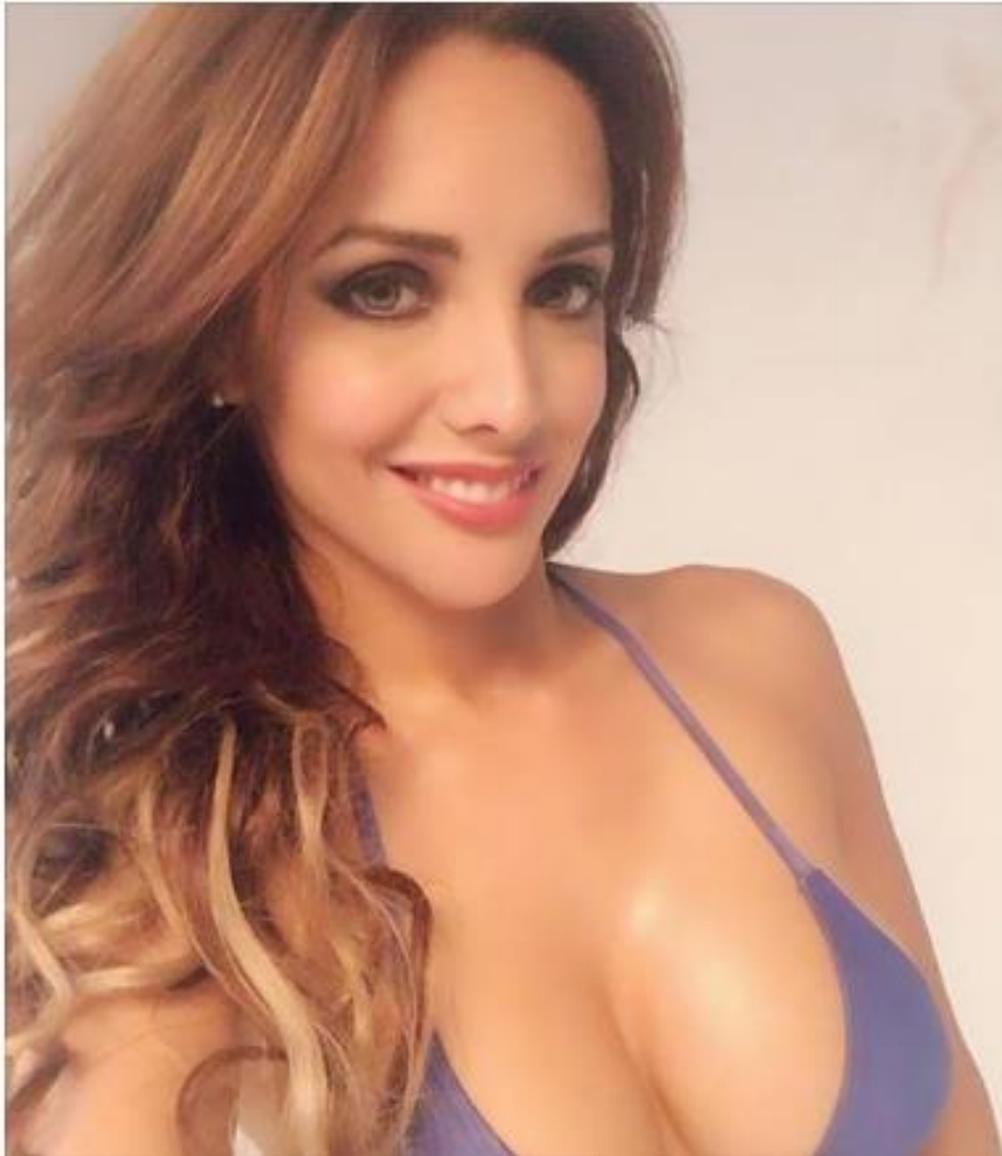


Rosangela Espinoza with Jhan Franco Veramendi

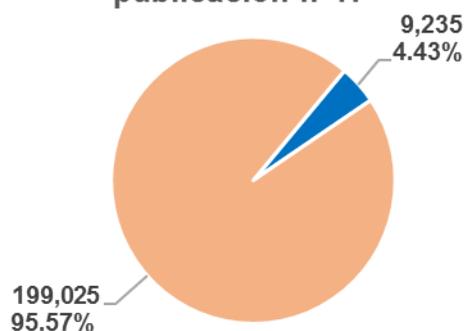
Ventocilla and 26 others

13 December 2016 · 🌐

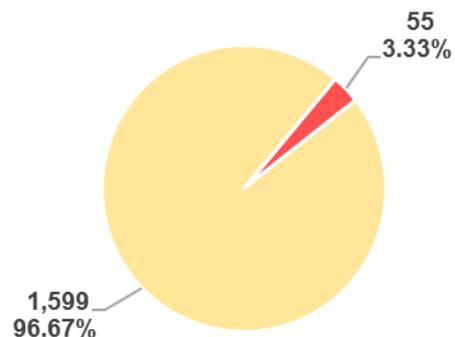
Que tengan un lindo día ☀️ . #chicaselfie #rosangelaespinoza #model



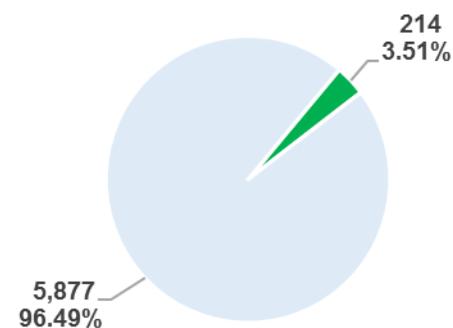
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°17



Compartidos en la publicación n°17



Comentarios en la publicación n°17



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
<p> M Danny Osorio Gracias mi Rous, te ves increíblemente hermosa y radiante con esos ojos tan preciosos y sonrisa linda, nos alegras el día y la vida, linda tarde 🥰🥰🥰❤️ Like · Reply · 3 · 13 December 2016 at 13:03</p> <p>↳ 1 Reply</p> <p> Gustavo Adrián Gracias mi rous , igual tu q tengas un lindo día mi reina, te ves hermosa , radiante y con una linda sonrisa , me alegras el día ,eres bella y hermosa por todos lados , te quiero 🥰🥰❤️ Like · Reply · 2 · 13 December 2016 at 14:06</p>	<p>Aquí entre los comentarios encontramos a dos seguidores muy activos, donde felicitan su baile, pero curiosamente comienzan sus comentarios con la misma frase: “Gracias mi Rous” y coinciden en los emoticones. De cierta manera no se aprecia una incitación al erotismo muy marcado.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 18	Fecha de la publicación: 14/12/2016	Hora: 09:48
---------------------------------	---	-----------------------

Recurso audiovisual:
Video de la presentación en la semifinal de “Reyes del Show” bailando cumbia. Comparte enlace de YouTube. Con texto, emoticón y hashtag.

Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	Facebook oficial <input checked="" type="checkbox"/>
	Fotografías de plano medio.	
	Selfies	
Videos	Vídeos de bailes. x	
	Vídeos de mensajes hablados.	
Post diversos	Información personal.	

Estrategia empleada: Video de la presentación en la semifinal de “Reyes del Show”. Coloca la siguiente descripción: “Buenos días 😊 :) les dejo mi presentación en la semifinal de #ReyesdelShow bailando cumbia en vivo del grupo 5”. Además de compartir su canal de YouTube.

Alcance de la publicación: Público en general

N° de likes (Incluye reacciones): 2 732

N° de Compartidos: 95

N° de comentarios: 133 (solo comentarios del mismo día que posteo)

Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.



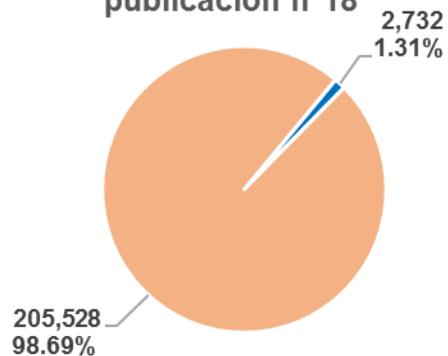
Rosangela Espinoza

14 December 2016 · 🌐

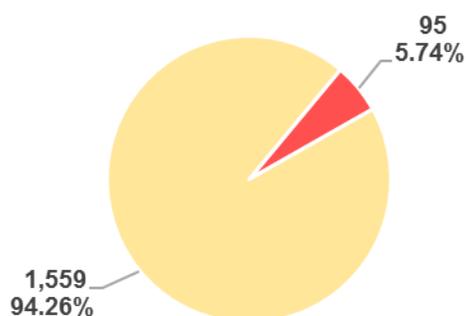
Buenos días 😊 les dejo mi presentación en la semifinal de #ReyesdelShow bailando cumbia en vivo del grupo 5. También pueden verlo en mi canal de youtube ---> <https://goo.gl/Nz5uAM>



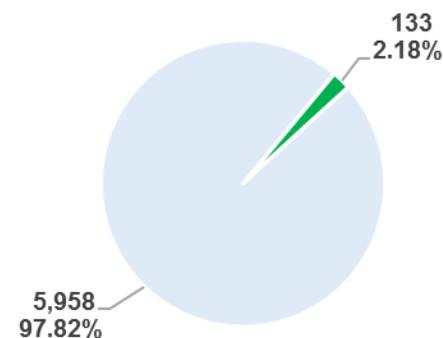
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°18



Compartidos en la publicación n°18



Comentarios en la publicación n°18



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
<p>M Danny Osorio Mi Rous estuviste bellísima bailando con esa alegría y sonrisa linda, vienes demostrando que con humildad, esfuerzo y sacrificio todo se puede lograr, sigue así, éxitos, lindo día 🍷👉👉</p> <p>Like · Reply · 11 · 14 December 2016 at 10:13</p>	<p>Aquí entre los comentarios encontramos nuevamente a este seguidor, donde felicitan su baile y sus emoticones. De cierta manera no se aprecia una incitación al erotismo muy marcado.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 19	Fecha de la publicación: 16/12/2016	Hora: 00:56		
Recurso audiovisual: Selfie con escote cortado y utilizando como fondo el ambiente en el que se encuentra relajada, con mensaje de texto y emoticones.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>		
	Fotografías de plano medio.	<input type="checkbox"/>		
	Selfies	<input checked="" type="checkbox"/>		
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>		
	Vídeos de mensajes hablados.	<input type="checkbox"/>		
Post diversos	Información personal.	<input type="checkbox"/>		
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> </table> 	Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>
Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>			
Estrategia empleada: Foto hace referencia a un ensayo para la final del programa en el que participa cuya descripción es: “Ensayando 🙄 para la gran final de Reyes del Show 🏆. Vamos por la copa 🏆”. Etiqueta a 11 personas y no hace uso de hashtags.				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 5 861				
N° de Compartidos: 23				
N° de comentarios: 199 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



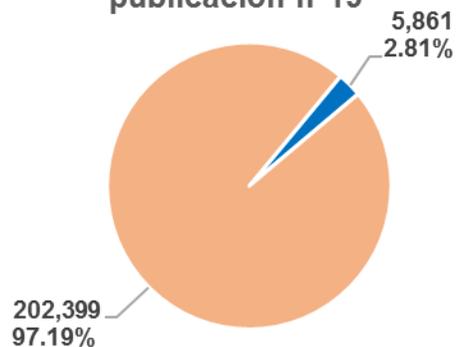
Rosangela Espinoza with Kunwar Punya Pratap Singh and 9 others.

16 December 2016 · 🌐

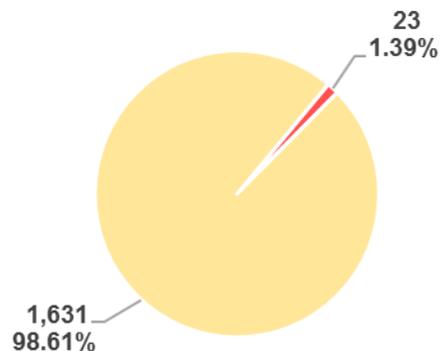
Ensayando 🙄 para la gran final de Reyes del Show 🎤. Vamos por la copa 🏆



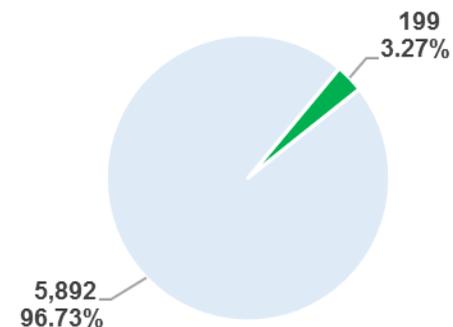
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°19



Compartidos en la publicación n°19



Comentarios en la publicación n°19



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
	<p>Aquí entre los comentarios encontramos nuevamente a este seguidor, donde nuevamente asume como su Rouse y sus emoticones ya conocidos. De cierta manera no se aprecia una incitación al erotismo muy marcado y no hay comentarios subidos de tono ya que la foto posteadada no es muy sugestiva a pesar de que supera los 5 mil likes.</p>

FICHA DE OBSERVACIÓN (RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)

N° de publicación: 20	Fecha de la publicación: 18/12/2016	Hora: 14:14
---------------------------------	---	-----------------------

Recurso audiovisual:

Fotografía en plano entero utilizando fondo el escenario del set de baile cargando el trofeo al ganar el concurso de baile El Gran Show, con mensaje de texto y emoticones.

Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:	
Imágenes	Fotografías de plano entero.	x	
	Fotografías de plano medio.		
	Selfies		
Videos	Videos de bailes.		
	Videos de mensajes hablados.		
Post diversos	Información personal.		

Lugar de la publicación:

Facebook oficial	x
------------------	---



The screenshot shows a Facebook post from Rosangela Espinoza dated December 18, 2016. The text of the post is: "Lo logramos 🏆👏👏👏👏👏. Gracias a mi pareja de baile el mejor Lucas Piro, aprendí mucho y también a entender tu trabajo. Kervin Valdizan, mi coreógrafo favorito, de verdad tuve el mejor equipo. Gracias por la linda oportunidad Gisela, sin duda entrar al gran show cambio mi visión, seguiré avanzando y creciendo. Me siento muy feliz de haber conocido lindas personas que me ayudaron a levantar la anhelada copa Reyes del Show. Con esta frase me quedo "Todo esfuerzo tiene su recompensa". Estoy sorprendida de lo que uno puede lograr si lo hace todo con amor. Todo lo hago por ti Blanca López ❤️. No puedo dejar d mencionar a mi hijita que estuvo conmigo desde el principio del Gran show apoyándome, gracias Blanca Alexandra Valle Espinoza . Gracias a todos ❤️". The post includes a photo of Rosangela Espinoza holding a trophy on a stage with confetti.

Estrategia empleada: Fotografía que hace referencia a la final de "Reyes del Show" donde Rosangela Espinoza recibe la copa de ganadora. Coloca la siguiente descripción: "Lo logramos 🏆👏👏👏👏👏. Gracias a mi pareja de baile el mejor Lucas Piro, aprendí mucho y también a entender tu trabajo. Kervin Valdizan, mi coreógrafo favorito, de verdad tuve el mejor equipo. Gracias por la linda oportunidad Gisela, sin duda entrar al gran show cambio mi visión, seguiré avanzando y creciendo. Me siento muy feliz de haber conocido lindas personas que me ayudaron a levantar la anhelada copa Reyes del Show. Con esta frase me quedo "Todo esfuerzo tiene su recompensa". Estoy sorprendida de lo que uno puede lograr si lo hace todo con amor. Todo lo hago por ti Blanca López ❤️. No puedo dejar d mencionar a mi hijita que estuvo conmigo desde el principio del Gran show apoyándome, gracias Blanca Alexandra Valle Espinoza . Gracias a todos ❤️". Etiqueta a 13 personas.

Alcance de la publicación: Público en general

N° de likes (Incluye reacciones): 8 774

N° de Compartidos: 48

N° de comentarios: 516 (solo comentarios del mismo día que posteo)

Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.



Rosangela Espinoza with Yulisa Hancoo Javier and 13 others.

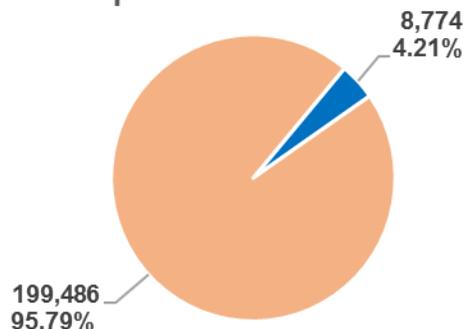
18 December 2016 · 🌐

Lo logramos 🏆👏. Gracias a mi pareja de baile el mejor Lucas Piro, aprendí mucho y también a entender tu trabajo. Kervin Kervin Valdizan, mi coreógrafo favorito, de verdad tuve el mejor equipo. Gracias por la linda oportunidad Gisela, sin duda entrar al gran show cambio mi visión, seguiré avanzando y creciendo. Me siento muy feliz de haber conocido lindas personas que me ayudaron a levantar la anhelada copa Reyes del Show. Con esta frase me quedo "Todo esfuerzo tiene su recompensa". Estoy sorprendida de lo que uno puede lograr si lo hace todo con amor. Todo lo hago por ti Blanca Lopez ❤️. No puedo dejar d mencionar a mi hijita que estuvo conmigo desde el principio del Gran show apoyándome, gracias Blanca Alexandra Valle Espinoza .

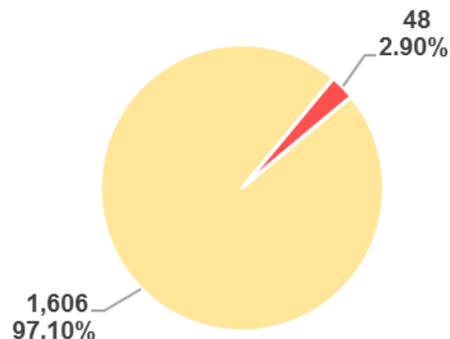
Gracias a todos ❤️.



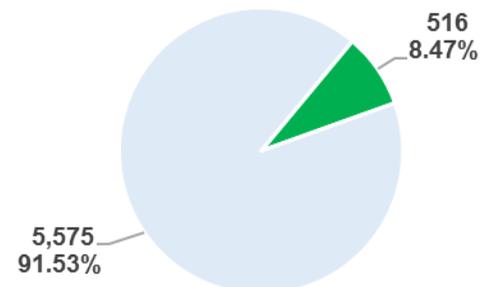
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°20

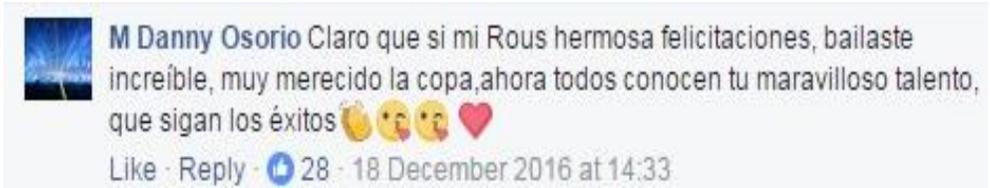


Compartidos en la publicación n°20



Comentarios en la publicación n°20



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
 <p>M Danny Osorio Claro que si mi Rous hermosa felicitaciones, bailaste increíble, muy merecido la copa, ahora todos conocen tu maravilloso talento, que sigan los éxitos 🙌👏👏❤️</p> <p>Like · Reply · 28 · 18 December 2016 at 14:33</p>	<p>Aquí entre los comentarios encontramos nuevamente a este seguidor, donde como siempre asume como su Rouse hermosa y sus emoticones ya conocidos. De cierta manera no se aprecia una incitación al erotismo muy marcado y no hay comentarios subidos de tono ya que la foto posteadada es sobre su éxito en lograr ganar el concurso de baile: El Gran Show. No se aprecia erotismo por tanto no hay incitación.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 21	Fecha de la publicación: 19/12/2016	Hora: 15:27	
Recurso audiovisual: Enlace compartiendo el calendario realizado para una empresa de ventas de piezas de vehículos. Uso de enlace corto de Google. Se muestra en foto de plano medio, pero se considera como información personal.			
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:	
Imágenes	Fotografías de plano entero.	Facebook oficial x	
	Fotografías de plano medio.		
	Selfies		
Videos	Videos de bailes.		
	Videos de mensajes hablados.		
Post diversos	Información personal. x		
Estrategia empleada: Enlace compartido sobre un calendario realizado para una empresa de ventas de piezas de vehículos con la siguiente descripción: “Gracias a D&H Diesel Parts y Laboratorio Dhigza Diesel por convocarme como imagen de su calendario 2017. Aquí pueden ver el backstage de la sesión fotográfica ---> https://goo.gl/nNjYPh ”. Utiliza etiquetas de las páginas a las que agradece.			
Alcance de la publicación: Público en general			
N° de likes (Incluye reacciones): 1 219			
N° de Compartidos: 0			
N° de comentarios: 48 (solo comentarios del mismo día que posteo)			
Interacción con la publicación: Responde a comentario de un seguidor.			



Rosangela Espinoza shared D&H Diesel Parts's post.

19 December 2016 · 🌐

Gracias a D&H Diesel Parts y Laboratorio Dhigza Diesel por convocarme como imagen de su calendario 2017. Aquí pueden ver el backstage de la sesión fotográfica ---> <https://goo.gl/hNjYPh>



D&H Diesel Parts

15 December 2016 · 🌐

👍 Like Page

Presentamos a Rosangela Espinoza quien nos acompañará todo el 2017 con nuestro calendario D&H Diesel Parts y Laboratorio Dhigza Diesel.

¡Un saludo enorme a nuestros amigos del mundo Diesel!

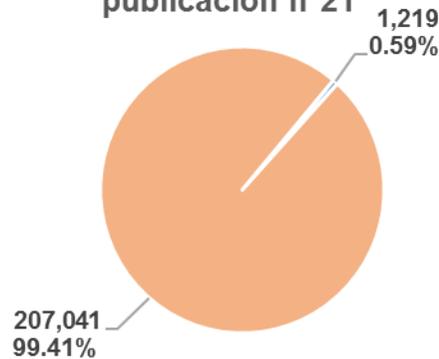


Calendario 2017 D&H Diesel Parts | Rosangela Espinoza - YouTube

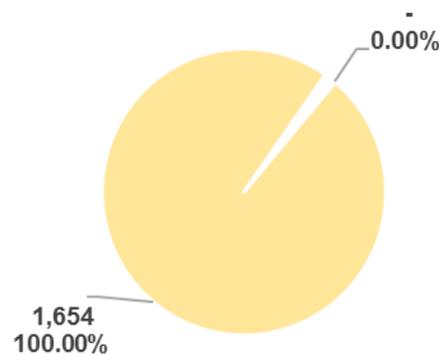
Producción para el Calendario 2017 de Dhigza Diesel. Representante exclusivo...

YOUTUBE.COM

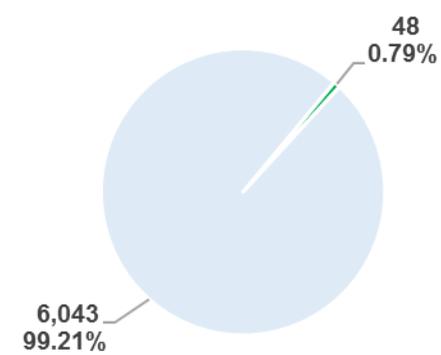
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°21



Compartidos en la publicación n°21



Comentarios en la publicación n°21



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
<p>Jose Luis Palomino Porras Exitos ... Like · Reply · 4 · 19 December 2016 at 15:31</p> <p>Rosangela Espinoza gracias Jose Luis ❤️ Like · Reply · 4 · 19 December 2016 at 15:32</p> <p>Jose Luis Palomino Porras es un gusto . Like · Reply · 19 December 2016 at 15:32</p> <p>Leandro Fernando Jose Luis Palomino Porras te respondió! hoy no duermes XDDD Like · Reply · 1 · 19 December 2016 at 15:59</p> <p>Jose Luis Palomino Porras de hecho ... Like · Reply · 1 · 19 December 2016 at 16:18</p> <p>Andy Will Bastidas Ya empezasres a ahorcar el ganso Like · Reply · 19 December 2016 at 17:10</p>	<p>Aquí entre los comentarios encontramos que por primera vez la misma Rosangela responde a este seguidor acompañado de un emoticón de corazón. Sorprende porque el seguidor solo atinó a comentar con una palabra: “éxitos...”. Pero la incitación al erotismo surge en uno de los comentarios debajo de la respuesta de Rosangela donde le dicen a él que: “ya empezaste a ahorcar el ganso”, haciendo alusión metafórica y en jerga popular el hecho de comenzar a masturbarse.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 22	Fecha de la publicación: 19/12/2016	Hora: 20:11
---------------------------------	---	-----------------------

Recurso audiovisual:
Video de ensayo de baile con mensaje de texto.

Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:	
Imágenes	Fotografías de plano entero.		
	Fotografías de plano medio.		
	Selfies		
Videos	Vídeos de bailes.	x	
	Vídeos de mensajes hablados.		
Post diversos	Información personal.		

Lugar de la publicación:
Facebook oficial **x**



Estrategia empleada: Video de ensayo de baile donde Rosángela Espinoza y su pareja practican las piruetas que realizarán en el baile. Coloca la siguiente descripción: "Todo esfuerzo tiene su recompensa. Comparto estos videos de todo lo que pasamos, horas de ensayos, caídas y muchas cosas más. Definitivamente VALIÓ LA PENA.". No utiliza emoticones y etiquetas.

Alcance de la publicación: Público en general

N° de likes (Incluye reacciones): 1 793

N° de Compartidos: 35

N° de comentarios: 54 (solo comentarios del mismo día que posteo)

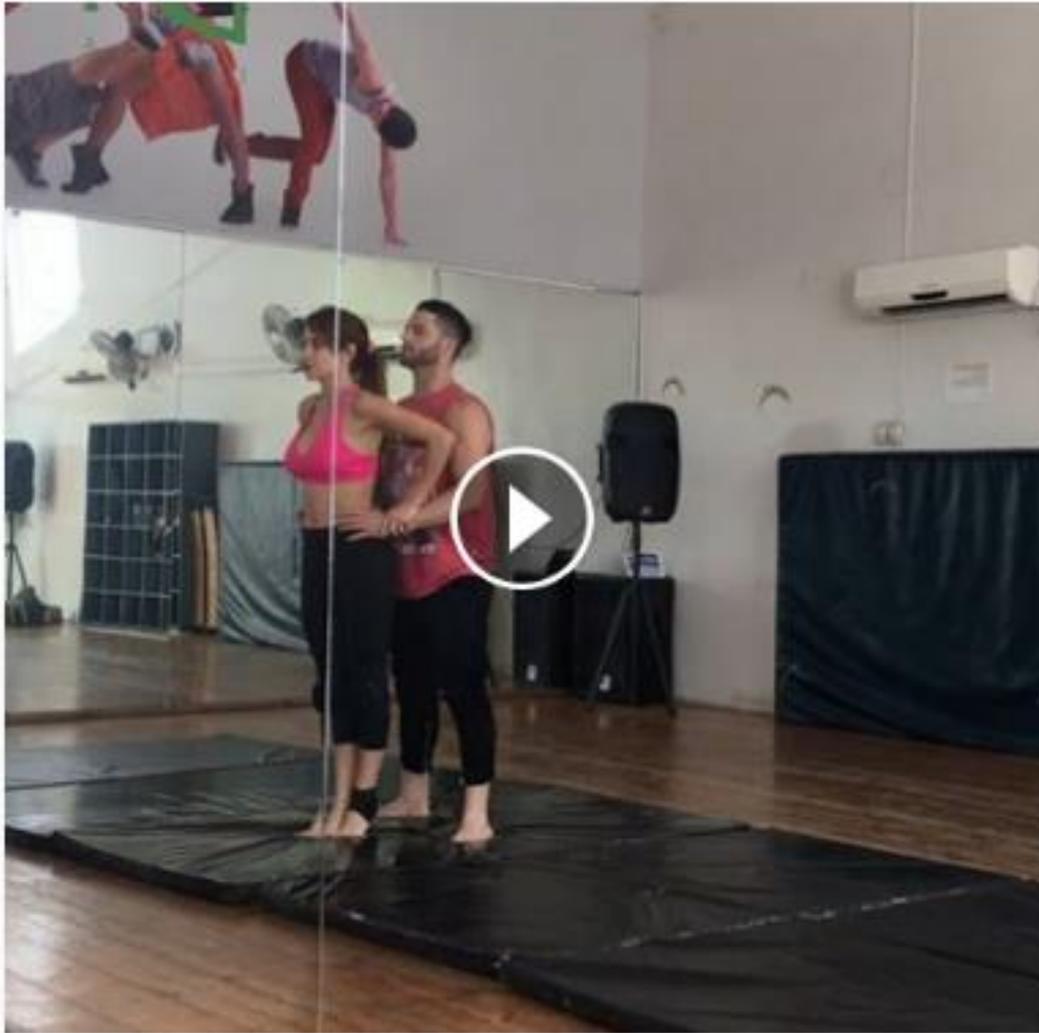
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.



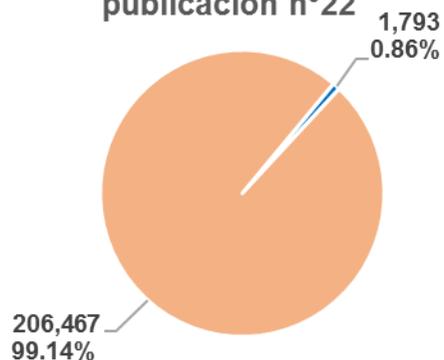
Rosangela Espinoza

19 December 2016 · 🌐

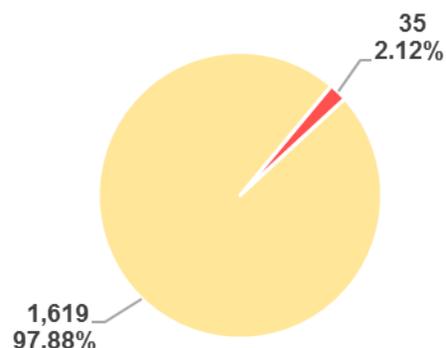
"Todo esfuerzo tiene su recompensa". Comparto estos videos de todo lo que pasamos, horas de ensayos, caídas y muchas cosas más. Definitivamente **VALIÓ LA PENA.**



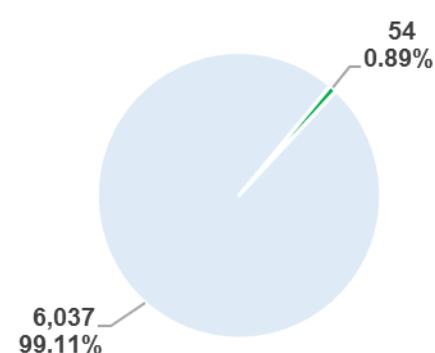
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°22



Compartidos en la publicación n°22



Comentarios en la publicación n°22



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
	<p>Aquí entre los comentarios encontramos que esta seguidora le reclama el beso al final con su pareja de baile que no se concretó. De alguna manera si se manifiesta una incitación al erotismo en esta seguidora porque es un deseo de la figura sensual que representa el beso en sí mismo.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 23	Fecha de la publicación: 21/12/2016	Hora: 13:19
Recurso audiovisual: Enlace compartido alusivo a la preventa de verano ofrecido por una escuela de baile con mensaje de texto y emoticón.		
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>
	Fotografías de plano medio.	<input type="checkbox"/>
	Selfies	<input type="checkbox"/>
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>
	Vídeos de mensajes hablados.	<input type="checkbox"/>
Post diversos	Información personal.	<input checked="" type="checkbox"/>
Estrategia empleada: Enlace compartido referido a la preventa de verano 2017 de una escuela de baile con la siguiente descripción: “Chicos los invito a esta Pre-Venta de Verano2017.Asociación cultural/ Escuela de baileD1. Soy la número 1 en inscribirme. Baila y se feliz😊”. Hace uso de una etiqueta.		
Alcance de la publicación: Público en general		
N° de likes (Incluye reacciones): 279		
N° de Compartidos: 1		
N° de comentarios: 9 (solo comentarios del mismo día que posteo)		
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.		



Rosangela Espinoza with Kunwar Punya Pratap Singh.

21 December 2016 · 🌐

Chicos los invito a esta Pre-Venta de Verano2017 .Asociación cultural/ Escuela de baileD1 . Soy la número 1 en inscribirme.Baila y se feliz 😊.

The advertisement features a white background with a subtle pattern of concentric circles. At the top left is the D1 logo, which consists of the letters 'D1' in a stylized green font, with the words 'ASOCIACION CULTURAL' and 'ESCUELA' stacked below it. The main title 'PRE-VENTA VERANO 2017' is written in large, bold, teal letters. Below the title is a horizontal banner with three sections: 'DESDE HOY MARTES 20 HASTA EL VIERNES 23 DE DICIEMBRE', 'CURSOS REGULARES 150 SOLES', and 'SEDES: CHORRILLOS Y MAGDALENA'. Below the banner is a row of four triangular images showing people dancing. At the bottom, there is a line of text: '*RECUERDA QUE NUESTRA NUEVA SEDE D1 MAGDALENA SE ENCUENTRA EN MANUEL GONZALES LA ROSA 653 (ENTRAR POR DE LA ROCA Y VERGALLO).'

D1
ASOCIACION
CULTURAL
ESCUELA

PRE-VENTA VERANO 2017

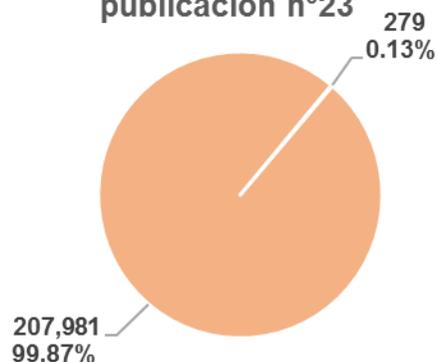
DESDE HOY MARTES
20 HASTA EL VIERNES
23 DE DICIEMBRE

CURSOS REGULARES
150 SOLES

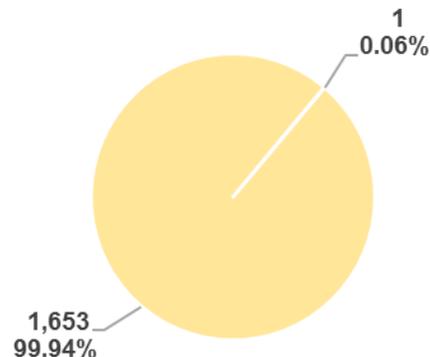
SEDES:
CHORRILLOS Y
MAGDALENA

*RECUERDA QUE NUESTRA NUEVA SEDE D1 MAGDALENA SE ENCUENTRA EN MANUEL GONZALES LA ROSA 653 (ENTRAR POR DE LA ROCA Y VERGALLO).

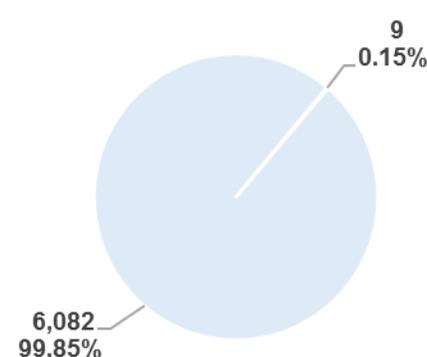
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°23



Compartidos en la publicación n°23



Comentarios en la publicación n°23



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
<p> Gustavo Adrián Mi rous preciosa , sigue así aprendiendo y mejorando cada día más y lo más importante q te sientas bien y feliz haciendo lo q más te gusta , ojalá pases una excelente tarde , 🥰🥰❤️ Like · Reply · 2 · 21 December 2016 at 14:00</p> <p> Brigitte Vasquez Purizaca quiero ir pero no vivo en lima Like · Reply · 2 · 21 December 2016 at 13:41</p> <p> M Danny Osorio Excelente mi Rous hermosa, gracias por la invitación, sigue siempre feliz y realizando lo que te gusta, éxitos, linda tarde 🥰🥰🥰❤️ Like · Reply · 3 · 21 December 2016 at 13:38</p>	<p>Aquí entre los comentarios encontramos por enésima vez a estos dos fragantes seguidores asumiendo siempre la frase “mi Rous”. De alguna manera no se manifiesta una incitación al erotismo ya que el post es un anuncio y Rosangela no sale en la foto. Demostrando que si ella no sale de ninguna manera incitará a sus seguidores al erotismo.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

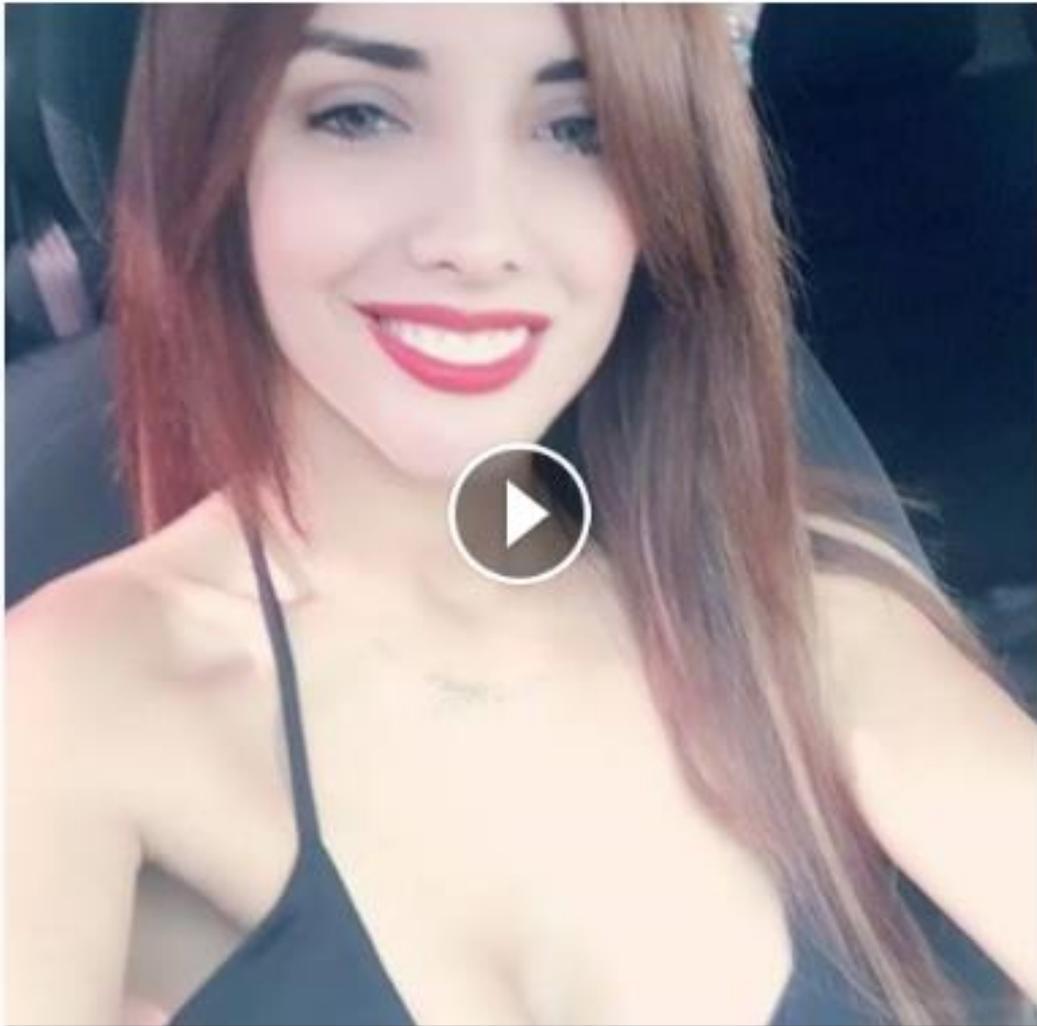
N° de publicación: 24	Fecha de la publicación: 21/12/2016	Hora: 15:30
Recurso audiovisual: Video hablado donde invita a las personas a asistir a una firma de autógrafos y entrega de regalos con mensaje de texto.		
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>
	Fotografías de plano medio.	<input type="checkbox"/>
	Selfies	<input type="checkbox"/>
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>
	Vídeos de mensajes hablados.	<input checked="" type="checkbox"/>
Post diversos	Información personal.	<input type="checkbox"/>
		Facebook oficial <input checked="" type="checkbox"/>
		
Estrategia empleada: Video hablado donde invita a asistir a una firma de autógrafos y entrega de regalos en una estación donde se realizará la actividad. Coloca la siguiente descripción: "Hoy los espero en la estación de "Energigas" de Javier prado este 5411. Firma de autógrafos y regalos.". No hace uso de etiquetas y emoticones.		
Alcance de la publicación: Público en general		
N° de likes (Incluye reacciones): 2 544		
N° de Compartidos: 14		
N° de comentarios: 111 (solo comentarios del mismo día que posteo)		
Interacción con la publicación: Responde a algunos comentarios colocando otra fecha donde presentará una actividad similar.		



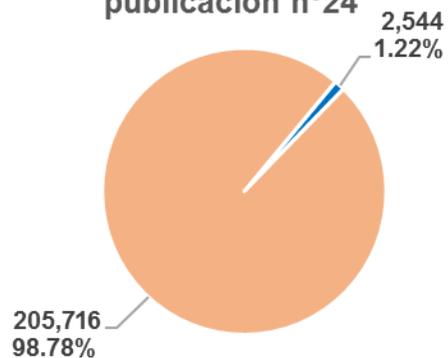
Rosangela Espinoza

21 December 2016 · 🌐

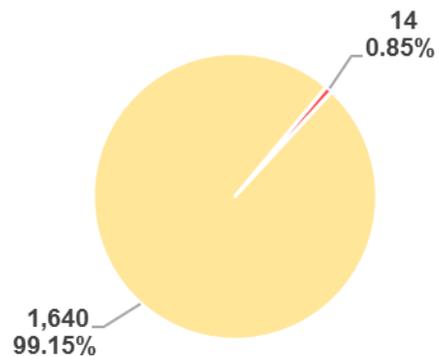
Hoy los espero en la estación de "Energigas" de Javier prado este 5411 . Firma de autógrafos y regalos.



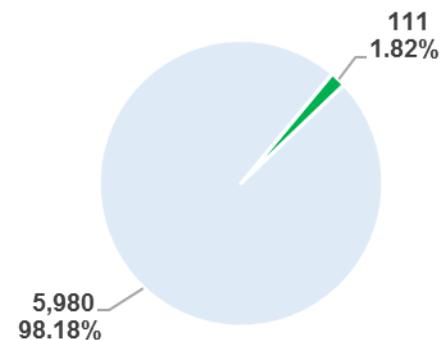
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°24



Compartidos en la publicación n°24



Comentarios en la publicación n°24



COMENTARIOS RESALTANTES	TERPRETACIÓN
 <p>Alan Dador voy corriendo a ver esas tetotas Like · Reply · 21 December 2016 at 17:04</p>	<p>Aquí este seguidor manifiesta que va corriendo a ver sus senos grandes, por lo que está sin ninguna duda incitado al erotismo.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 25	Fecha de la publicación: 21/12/2016	Hora: 17:09		
<p>Recurso audiovisual: Fotografía en plano entero utilizando fondo el poster de la empresa que presenta el calendario con su imagen al lado de un joven que le queda mirando, con mensaje de texto sin emoticones ni hashtag.</p>				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	x		
	Fotografías de plano medio.			
	Selfies			
Videos	Vídeos de bailes.			
	Vídeos de mensajes hablados.			
Post diversos	Información personal.			
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">x</td> </tr> </table> 	Facebook oficial	x
Facebook oficial	x			
<p>Estrategia empleada: Foto en la presentación de los calendarios que realizó para la empresa Energigas con la siguiente descripción: “Firma de autógrafos calendario 2017 Energigas”. No hace uso de etiquetas y emoticones.</p>				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 3 536				
N° de Compartidos: 91				
N° de comentarios: 1 033 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



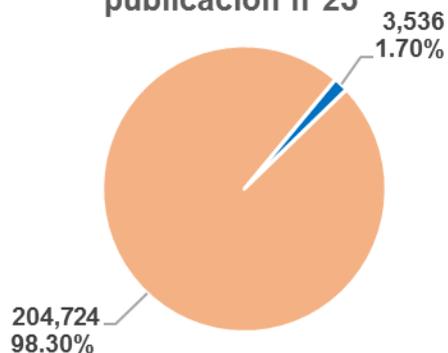
Rosangela Espinoza was live.

21 December 2016 · 🌐

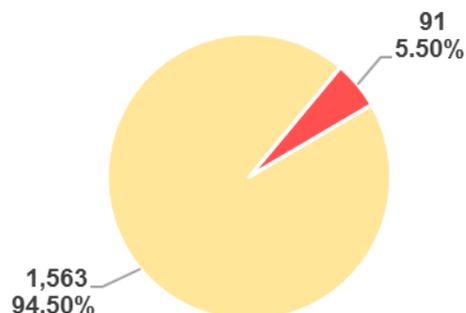
Firma de autografos calendario 2017 Energigas



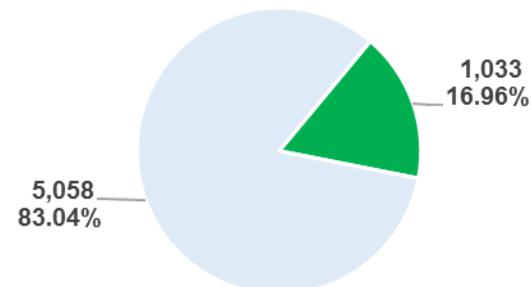
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°25



Compartidos en la publicación n°25



Comentarios en la publicación n°25



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
<p>Hans Hipolito Manrique · 5:40 Puros enferrrrrrmos! Jajajajaja Like · Reply · 2 · 21 December 2016 at 17:15</p>	<p>Aquí este seguidor manifiesta alegremente que hay puros enfermos. En este post, los seguidores no mostraron una incitación manifiesta. Lo curioso es que los comentarios sobrepasaron el millar. Más bien los comentarios fueron dirigidos al joven que sale en la foto con ella, que en esta ocasión sale muy recatada.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 26	Fecha de la publicación: 21/12/2016	Hora: 20:08		
Recurso audiovisual: Fotografía artística retocada en ropa de baño en plano entero utilizando escala de grises sin mensaje de texto ni emoticones.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	x		
	Fotografías de plano medio.			
	Selfies			
Videos	Vídeos de bailes.			
	Vídeos de mensajes hablados.			
Post diversos	Información personal.			
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">x</td> </tr> </table> 	Facebook oficial	x
Facebook oficial	x			
Estrategia empleada: Postear fotografía publicitaria tipo portada de revista de verano (en ropa de baño) sin descripción. Etiqueta a una persona y no hace uso de emoticones o hashtags alusivos a su apelativo de <i>Chica Selfie</i> .				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 7 380				
N° de Compartidos: 35				
N° de comentarios: 64 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				

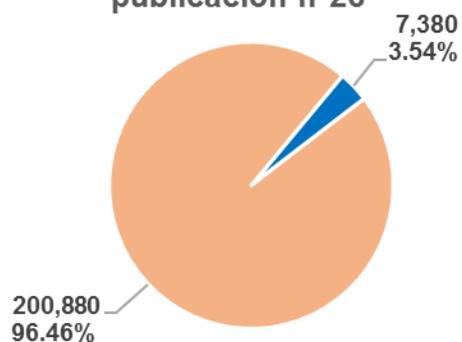


Rosangela Espinoza with Lloyd Praveen.

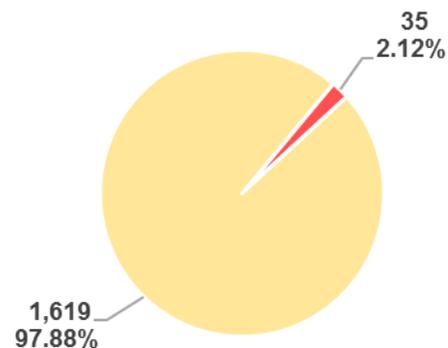
21 December 2016 · 🌐



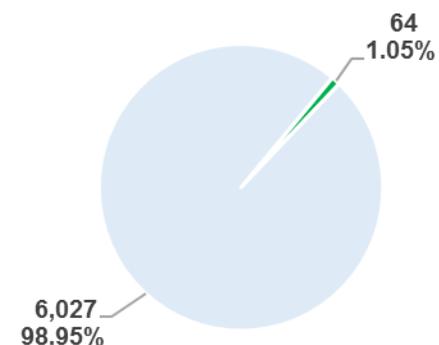
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°26



Compartidos en la publicación n°26

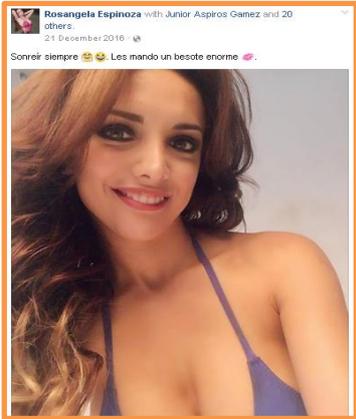


Comentarios en la publicación n°26



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
	<p>Aquí este seguidor manifiesta que el cuerpo de Rosangela lo vuelve loco. En este post, los seguidores no mostraron una incitación manifiesta a pesar que sobrepasa los 7 mil likes. Pero se asume que como es una foto artística y en color plata gris, no llama la atención de los seguidores que se incitan eróticamente.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 27	Fecha de la publicación: 21/12/2016	Hora: 23:39
Recurso audiovisual: Selfie utilizando fondo lila haciendo juego con el color de su diminuta ropa de baño que muestra un gran escote y con mensaje de texto y emoticones.		
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>
	Fotografías de plano medio.	<input type="checkbox"/>
	Selfies	<input checked="" type="checkbox"/>
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>
	Vídeos de mensajes hablados.	<input type="checkbox"/>
Post diversos	Información personal.	<input type="checkbox"/>
		Facebook oficial <input checked="" type="checkbox"/>
		
Estrategia empleada: Postear selfie en ropa de baño con la siguiente descripción: “Sonreír siempre 😊😄. Les mando un besote enorme 💋”. No hace uso de etiquetas, emoticones y hashtags alusivos a su apelativo de <i>Chica Selfie</i> .		
Alcance de la publicación: Público en general		
N° de likes (Incluye reacciones): 7 690		
N° de Compartidos: 27		
N° de comentarios: 46 (solo comentarios del mismo día que posteo)		
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.		



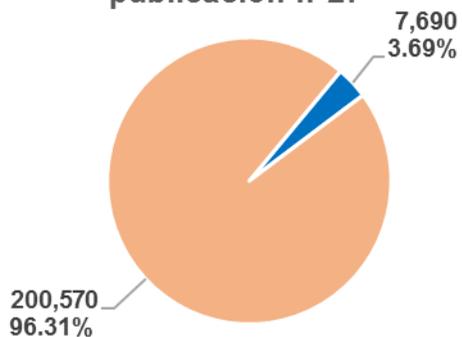
Rosangela Espinoza with Junior Aspiros Gamez and 20 others.

21 December 2016 · 🌐

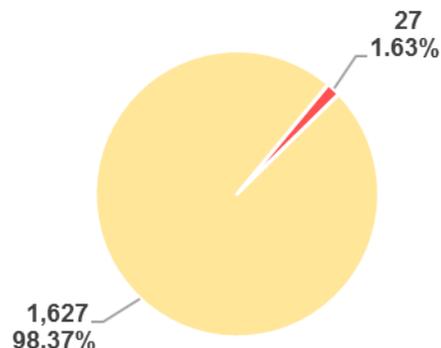
Sonreír siempre 😊😊. Les mando un besote enorme 💋.



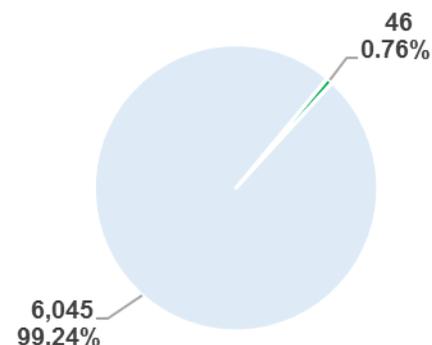
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°27



Compartidos en la publicación n°27



Comentarios en la publicación n°27



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
<p> Michael Quispe Murga BELLISIMA TETANGELA Like · Reply · 3 · 21 December 2016 at 20:16</p> <p> Gustavo Adrián Mi rous q preciosa eres , siempre deleitándonos con tus hermosas fotos , tú hermosa figura y tu sonrisa perfecta , eres una diosa en persona , tqm mi princesa 🥰😁❤️ Like · Reply · 1 · 21 December 2016 at 20:14</p>	<p>Entre todos los comentarios a este post, encontramos otra vez a uno de sus seguidores que siempre comenta con “mi Rous” y sus emoticones conocidos. Pero por otro lado un seguidor la renombra como “TETANGELA” haciendo referencia a sus senos, es aquí que la incitación al erotismo si se manifiesta de alguna manera.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 28	Fecha de la publicación: 22/12/2016	Hora: 17:20		
Recurso audiovisual: Fotografía en ropa de baño en plano entero utilizando fondo claro con mensaje de texto, hashtags y emoticones.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	x		
	Fotografías de plano medio.			
	Selfies			
Videos	Vídeos de bailes.			
	Vídeos de mensajes hablados.			
Post diversos	Información personal.			
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">x</td> </tr> </table>	Facebook oficial	x
Facebook oficial	x			
				
Estrategia empleada: Postear fotografía publicitaria tipo portada de revista de verano. Etiqueta a 22 amistades, pero con intención de que la identifiquen sus fans como Rosangela Espinoza la chica selfie, colocando su hashtag para sus seguidores: #rosangelaespinoza #chicaselfie #model #sesiondefotos.				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 7 528				
N° de Compartidos: 52				
N° de comentarios: 120 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



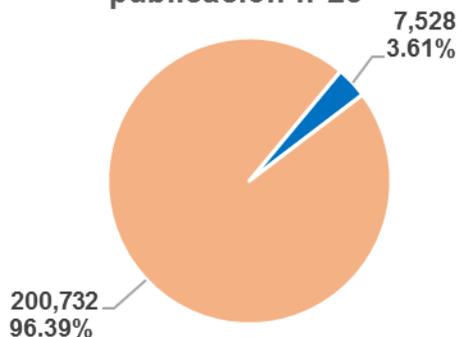
Rosangela Espinoza with Alex Zapata and 23 others.

22 December 2016 · 🌐

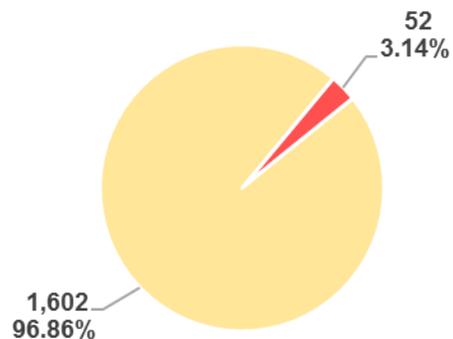
#rosangelaespinoza #chicaselfie #model #sesiondefotos



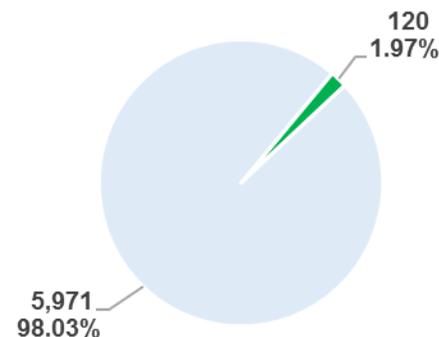
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°28



Compartidos en la publicación n°28

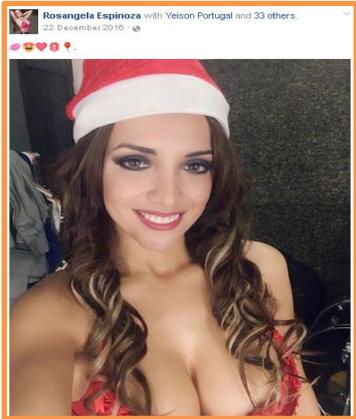


Comentarios en la publicación n°28



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
<p> Harold Ahmed Vicente Te han chupeteado la teta o me parece 🤪 Like · Reply · 2 · 22 December 2016 at 08:10</p> <p> Luis Alberto Torres Valencia Estas para hacerte de todo por ambos lados Like · Reply · 22 December 2016 at 17:44</p>	<p>En estos comentarios se manifiesta la incitación al erotismo es estos dos seguidores que se refieren uno en “chupetones” en los senos, jerga que alude a besos muy apasionados que dejan marcas en la piel muy rojizas. Y en el otro seguidor que alude hacerle de todo por ambos lados (en sentido figurado por delante y por detrás de su cuerpo).</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 29	Fecha de la publicación: 22/12/2016	Hora: 19:27		
Recurso audiovisual: Selfie con atuendo navideño con mensaje de texto y emoticones.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>		
	Fotografías de plano medio.	<input type="checkbox"/>		
	Selfies	<input checked="" type="checkbox"/>		
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>		
	Vídeos de mensajes hablados.	<input type="checkbox"/>		
Post diversos	Información personal.	<input type="checkbox"/>		
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>
Facebook oficial	<input checked="" type="checkbox"/>			
				
Estrategia empleada: Postear selfie con atuendo referente a la celebración navideña. Etiqueta a 35 amistades y utiliza solamente los siguientes emoticones en su descripción: “💋😄❤️🎁🎈”. No hace uso de hashtags.				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 13 210				
N° de Compartidos: 114				
N° de comentarios: 451 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				

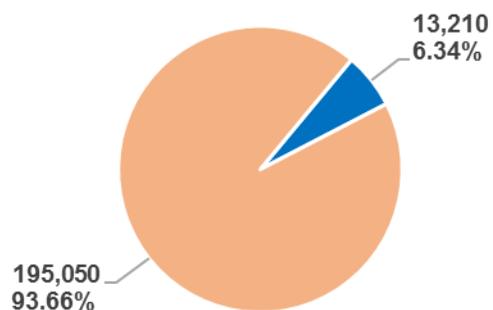


Rosangela Espinoza with Yeison Portugal and 33 others.

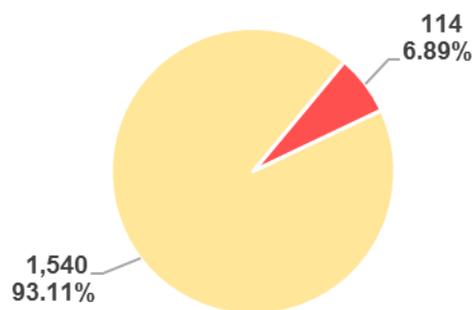
22 December 2016 · 🌐



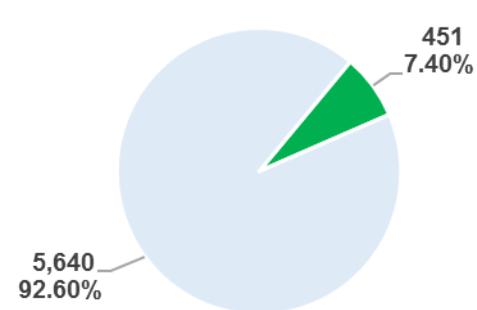
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°29



Compartidos en la publicación n°29



Comentarios en la publicación n°29



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
 <p>Rubén Marín Domínguez Benites Lindas teteras Like · Reply · 22 December 2016 at 23:04</p>	<p>Este comentario se refiere a “teteras” que es una jerga atribuida para senos de mujer, por tanto, la incitación al erotismo se manifiesta de cierta manera.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 30	Fecha de la publicación: 23/12/2016	Hora: 21:23		
Recurso audiovisual: Fotografía en ropa de baño en plano entero utilizando fondo blanco con mensaje de texto y emoticones.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	x		
	Fotografías de plano medio.			
	Selfies			
Videos	Vídeos de bailes.			
	Vídeos de mensajes hablados.			
Post diversos	Información personal.			
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">x</td> </tr> </table> 	Facebook oficial	x
Facebook oficial	x			
Estrategia empleada: Postear fotografía publicitaria tipo portada de revista de verano (en ropa de baño). Etiqueta a 1 persona y no hace uso de sus hashtags preferentes. Coloca la descripción: "A cumplir más sueños 💎".				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 7 238				
N° de Compartidos: 26				
N° de comentarios: 94 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



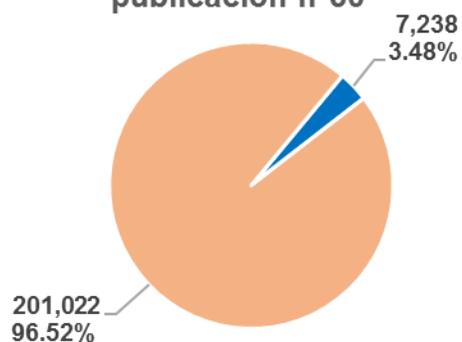
Rosangela Espinoza with Lloyd Praveen.

23 December 2016 · 🌐

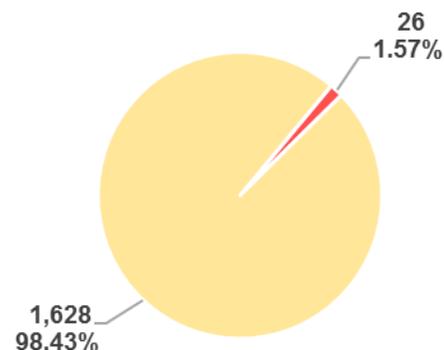
A cumplir más sueños 💎.



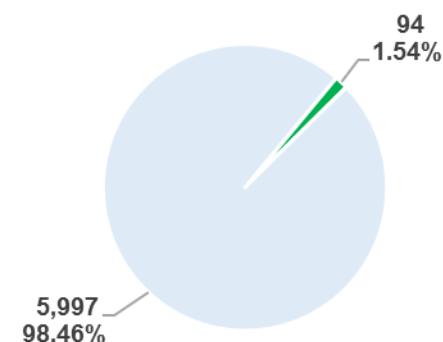
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°30



Compartidos en la publicación n°30



Comentarios en la publicación n°30



COMENTARIOS RESALTANTES



John Smith Solo puedo decir ii provecho!! para quien se ha comido y come a semejante hembrón.

Like · Reply · 23 December 2016 at 00:29



Pepito Willian Junior Arnao Hernandez Te hago todo heromusura provocas a mi

Like · Reply · 23 December 2016 at 00:28

INTERPRETACIÓN

Estos comentarios de sus seguidores manifiestan la incitación al erotismo., El primero alude quién “se la ha comido o se la está comiendo” (alude a quién le está haciendo sexo), el segundo, indica que ella le provoca hacerle todo, el tercero admite



Luis Alberto Antón Abanto yo la prefiero bien desnudita asi le des muchos likes a ver...

Like · Reply · 23 December 2016 at 00:34



Williams Arllano Pozo Tetangelix ❤️

Like · Reply · 23 December 2016 at 21:27



Frank Espinoza Berrios A matar el ganzo 😈

Like · Reply · 23 December 2016 at 21:30

Que la prefiere desnuda, mientras que el cuarto renombra a Rosangela como “Tetangelix” y acompaña un emoticón de corazón grande. Y por último, el seguidor hace metáfora en su frase al querer decir “ganzo” se refiere al pene en una tácita masturbación.

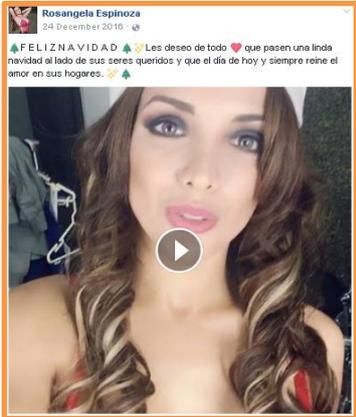
FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)

N° de publicación: 31	Fecha de la publicación: 24/12/2016	Hora: 20:21
---------------------------------	---	-----------------------

Recurso audiovisual:
Video con atuendo navideño saludando a sus seguidores por la festividad con mensaje de texto y emoticones.

Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:	
Imágenes	Fotografías de plano entero.		
	Fotografías de plano medio.		
	Selfies		
Videos	Vídeos de bailes.		
	Vídeos de mensajes hablados.		x
Post diversos	Información personal.		

Lugar de la publicación:
Facebook oficial **x**



Estrategia empleada: Video con atuendo navideño saludando a sus seguidores con mensaje festivo. Utiliza la siguiente descripción: “🌲 F E L I Z N A V I D A D 🌲💎 Les deseo de todo ❤️ que pasen una linda navidad al lado de sus seres queridos y que el día de hoy y siempre reine el amor en sus hogares. 💎🌲”. No hace uso de hashtags y etiquetas.

Alcance de la publicación: Público en general

N° de likes (Incluye reacciones): 4 746

N° de Compartidos: 82

N° de comentarios: 149 (solo comentarios del mismo día que posteo)

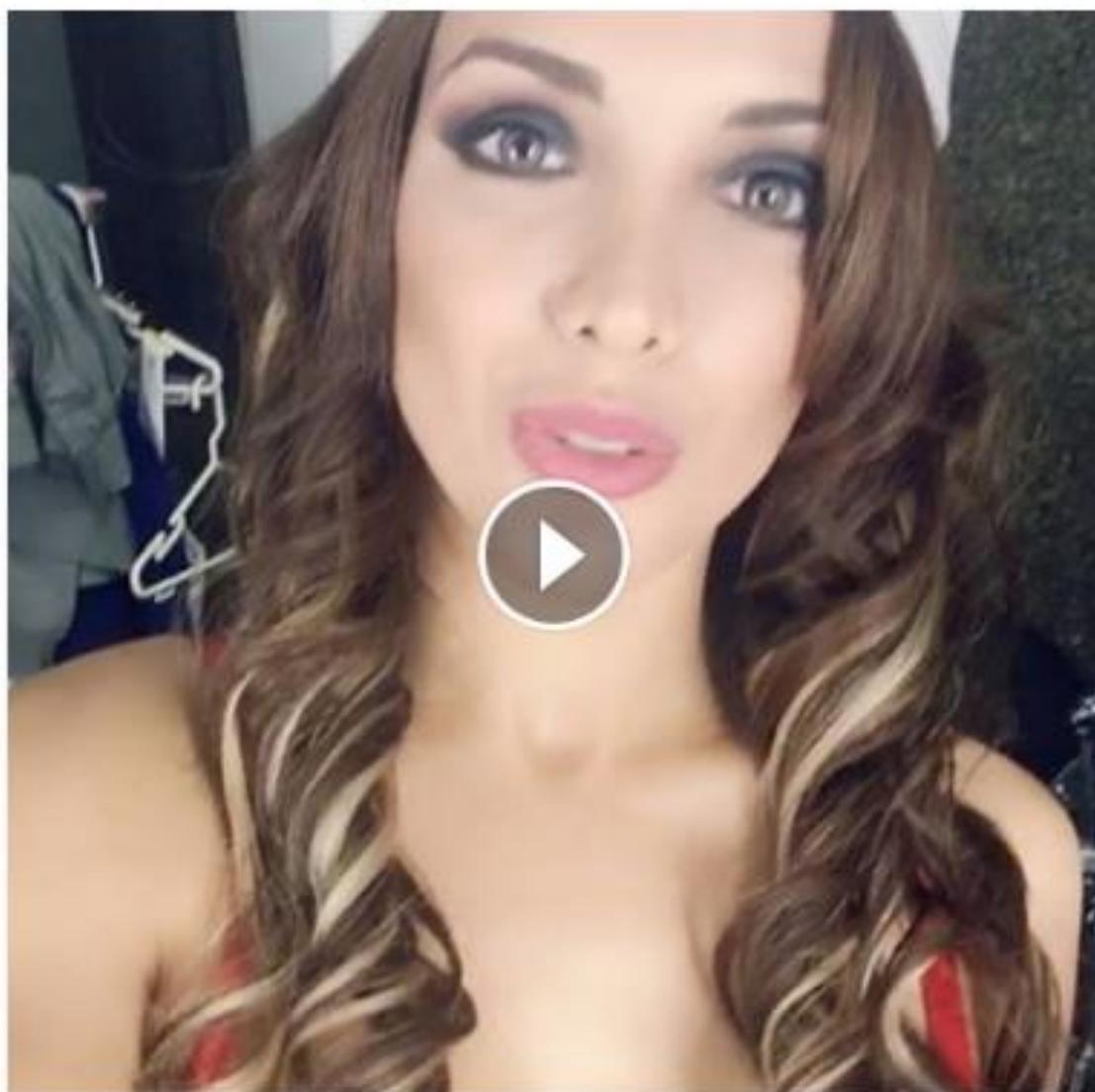
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.



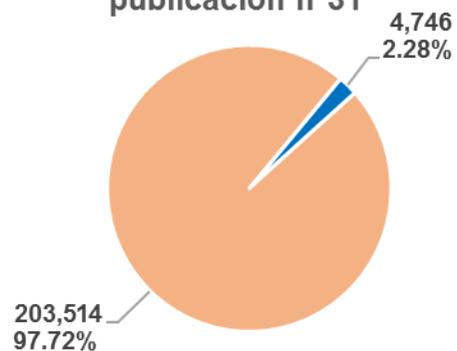
Rosangela Espinoza

24 December 2016 · 🌐

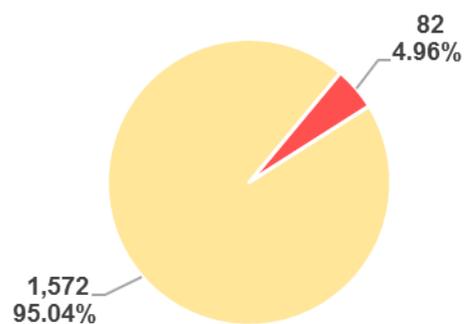
🎄 FELIZ NAVIDAD 🎄 ✨ Les deseo de todo ❤️ que pasen una linda navidad al lado de sus seres queridos y que el día de hoy y siempre reine el amor en sus hogares. ✨ 🎄



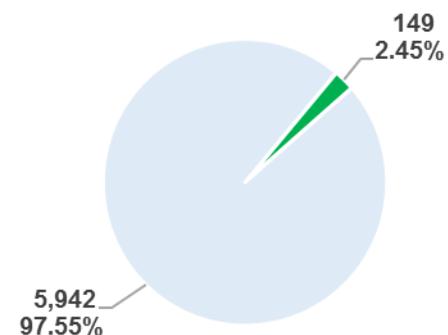
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°31



Compartidos en la publicación n°31

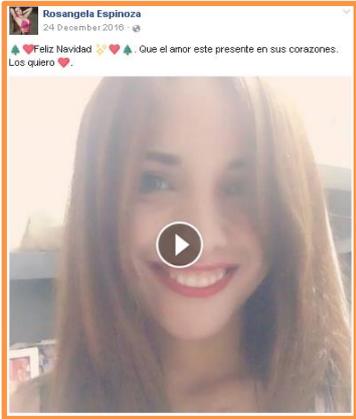


Comentarios en la publicación n°31



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
 <p>Leodan Gutierrez Dsme tu poto Like · Reply · 24 December 2016 at 21:49</p>	<p>Este comentario se refiere que desea las nalgas de Rosangela., por tanto, la incitación al erotismo se manifiesta.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

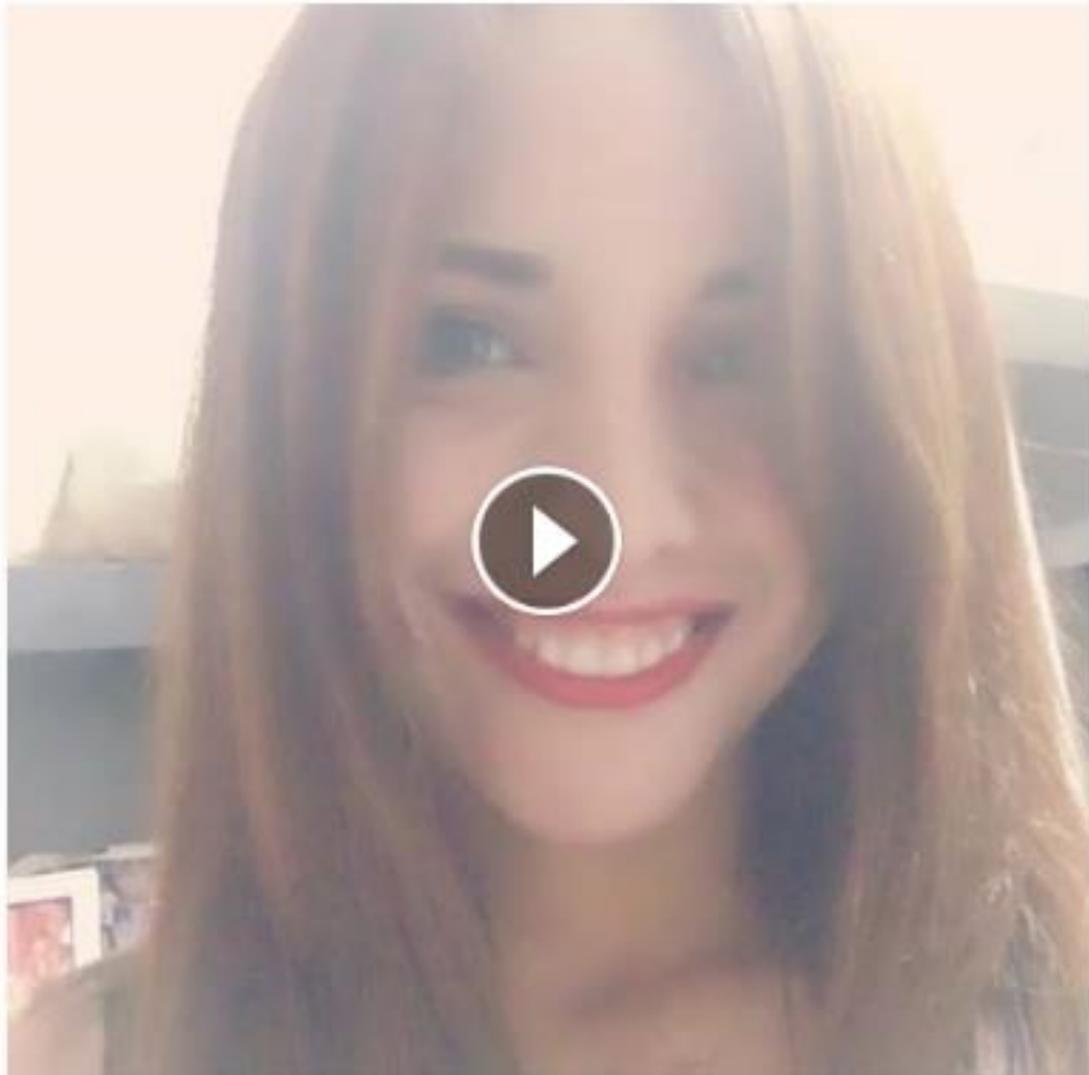
N° de publicación: 32	Fecha de la publicación: 24/12/2016	Hora: 23:55		
Recurso audiovisual: Video saludando a sus seguidores por la festividad navideña con mensaje de texto y emoticones.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.			
	Fotografías de plano medio.			
	Selfies			
Videos	Vídeos de bailes.			
	Vídeos de mensajes hablados.	x		
Post diversos	Información personal.			
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">x</td> </tr> </table> 	Facebook oficial	x
Facebook oficial	x			
Estrategia empleada: Video con saludando a sus seguidores con mensaje festivo. Utiliza la siguiente descripción: “🎄❤️Feliz Navidad 🎄❤️. Que el amor esté presente en sus corazones. Los quiero❤️” No hace uso de hashtags y etiquetas.				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 3 407				
N° de Compartidos: 35				
N° de comentarios: 6 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



Rosangela Espinoza

24 December 2016 · 🌐

🌲 ❤️ Feliz Navidad 🎁 ❤️ 🌲 . Que el amor este presente en sus corazones.
Los quiero ❤️ .



**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 33	Fecha de la publicación: 25/12/2016	Hora: 17:31
---------------------------------	---	-----------------------

Recurso audiovisual:
Video saludando a sus seguidores por la festividad navideña con mensaje de texto y emoticones.

Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	Facebook oficial
	Fotografías de plano medio.	x
	Selfies	
Videos	Vídeos de bailes.	
	Vídeos de mensajes hablados.	x
Post diversos	Información personal.	



Estrategia empleada: Video con saludando a sus seguidores con mensaje festivo haciendo presente que disfruta el evento en la Unidad Vecinal de Matute, distrito de La Victoria. Utiliza la siguiente descripción: “Recibiendo la Navidad en la U.V Matute, los vecinos de siempre, me reciben con tanto cariño y me siento contenta. Puedo vivir en otro distrito pero mi corazón ❤️ está aquí. Es mi sello. Recuerdos de mi infancia que abundan en mi memoria. Soy de la Rica Vicky 🎄👉 Feliz Navidad 🎄👉”. No hace uso de hashtags y etiquetas.

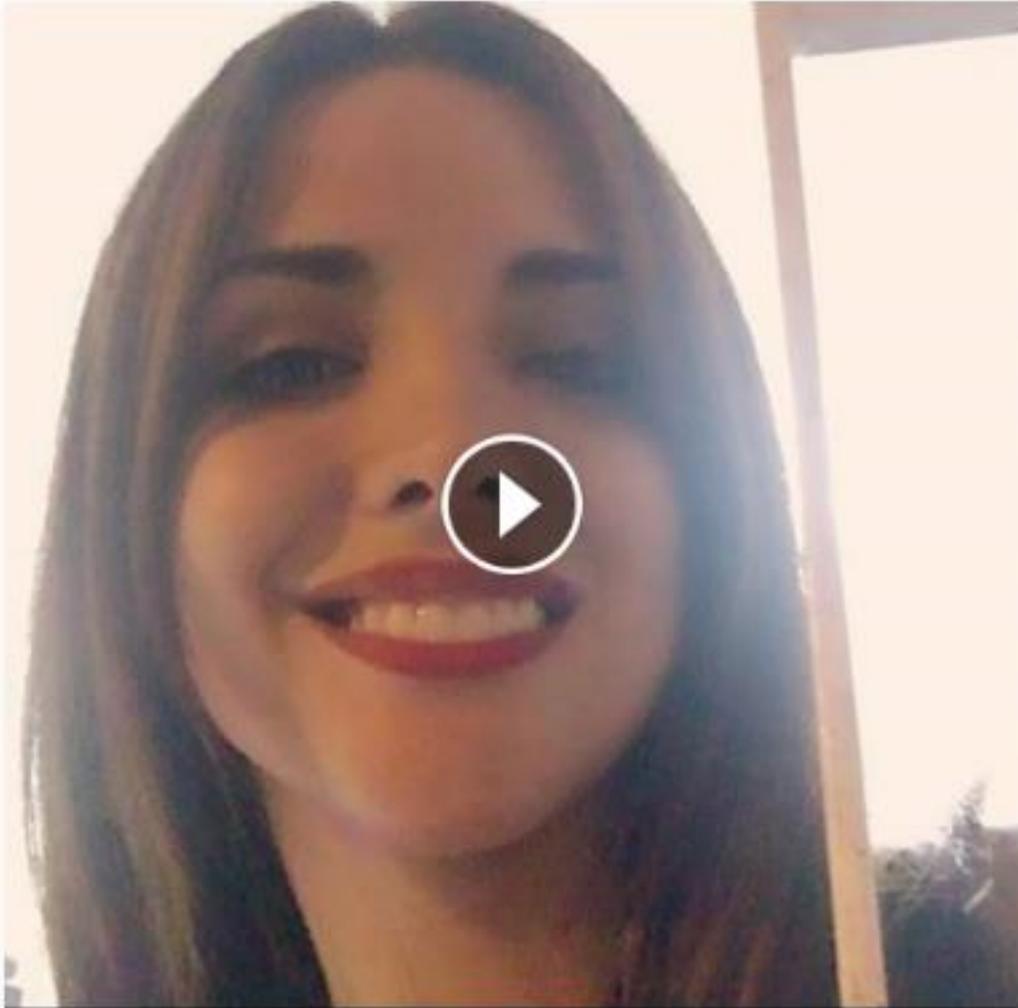
Alcance de la publicación: Público en general
N° de likes (Incluye reacciones): 2 841
N° de Compartidos: 23
N° de comentarios: 81 (solo comentarios del mismo día que posteo)
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.



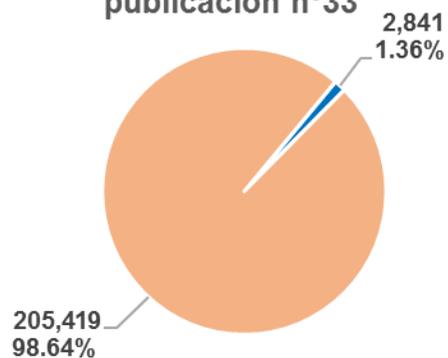
Rosangela Espinoza

25 December 2016 · 🌐

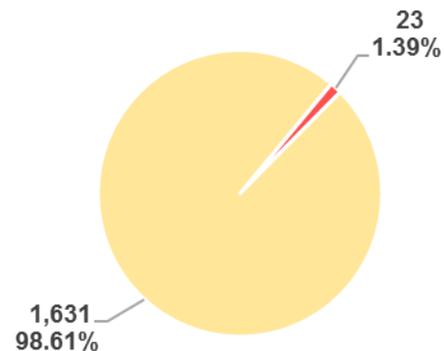
Recibiendo la Navidad en la U.V Matute, los vecinos de siempre, me reciben con tanto cariño y me siento contenta. Puedo vivir en otro distrito pero mi corazón ❤️ está aquí. Es mi sello. Recuerdos de mi infancia que abundan en mi memoria. Soy de la Rica Vicky ❤️. 🌲💎 Feliz Navidad 🌲💎



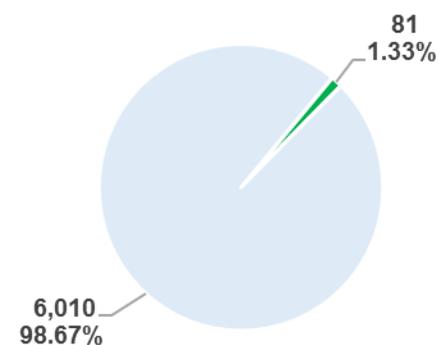
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°33



Compartidos en la publicación n°33



Comentarios en la publicación n°33



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
<p>Adrian Franco Ampuero Flores Rosangela con todo respeto : cuándo vas hacer tu porno? Like · Reply · 25 December 2016 at 17:41</p>	<p>En este post no hay muchos comentarios ya que Rosangela postea su video de donde está pasando la navidad. Se puede decir que hay un seguidor que respetuosamente le pregunta sobre cuándo ella hace su película pornográfica. Eso indica claramente la incitación al erotismo.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 34	Fecha de la publicación: 27/12/2016	Hora: 14:20
Recurso audiovisual: Selfie con fondo claro con mensaje de texto y emoticones.		
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>
	Fotografías de plano medio.	<input type="checkbox"/>
	Selfies	<input checked="" type="checkbox"/>
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>
	Vídeos de mensajes hablados.	<input type="checkbox"/>
Post diversos	Información personal.	<input type="checkbox"/>
		Facebook oficial <input checked="" type="checkbox"/>
		
Estrategia empleada: Postear selfie con la siguiente descripción: “Amo mi sonrisa 😊❤️. Nunca dejen de sonreír 😊 es un día perdido si no lo haces 😊, que el amor este siempre en sus corazones. 💎”. Hace uso de los siguientes hashtags referentes a su apelativo: #chicaselfie #rosangelaespinoza #model #sonriendolealavida. Etiqueta a 12 personas.		
Alcance de la publicación: Público en general		
N° de likes (Incluye reacciones): 4 969		
N° de Compartidos: 22		
N° de comentarios: 104 (solo comentarios del mismo día que posteo)		
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.		



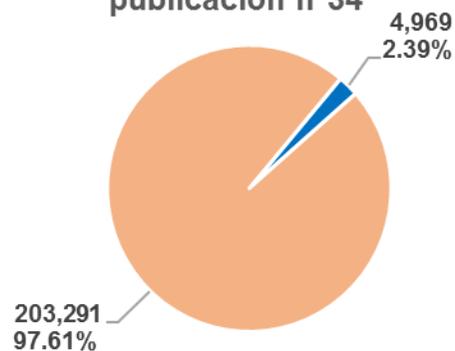
Rosangela Espinoza with David Figueroa and 12 others ·

27 December 2016 · 🌐

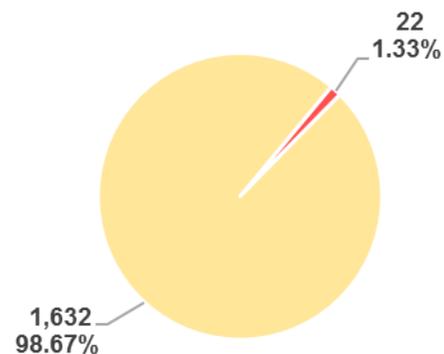
Amo mi sonrisa 😍❤️. Nunca dejen de sonreír 😊, es un día perdido si no lo haces 🍷, que el amor este siempre en sus corazones. ✨ #chicaselfie
#rosangelaespinoza #model #sonriendolealavida



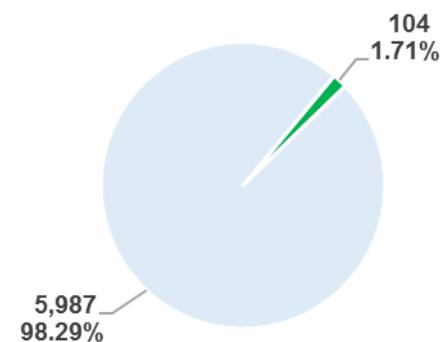
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°34



Compartidos en la publicación n°34



Comentarios en la publicación n°34



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
<p>Neteniel Flores ¿Nos regalas una foto sin las gemelas? ¿Ya no nos quieres verdad? Like · Reply · 1 · 27 December 2016 at 14:24</p>	<p>En este post el comentario de este seguidor alude que Rosangela regala su foto sin las “gemelas” jerga que se refiere a los senos. Eso indica claramente la incitación al erotismo.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 35	Fecha de la publicación: 28/12/2016	Hora: 15:19
---------------------------------	---	-----------------------

Recurso audiovisual:
Video saludando a sus seguidores e invitándolos a un evento por la festividad de año nuevo 2017 con mensaje de texto y emoticones.

Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	Facebook oficial x
	Fotografías de plano medio.	
	Selfies	
Videos	Videos de bailes.	x
	Videos de mensajes hablados.	
Post diversos	Información personal.	



Estrategia empleada: Video con saludando a sus seguidores e invitándolos al evento que realizará en la ciudad de Cajamarca por Año Nuevo con la siguiente descripción: “Estaré en TIME OUT Hola chicos les cuento que este sábado 31 estaré en la linda ciudad de Cajamarca en la mejor fiesta de Año Nuevo TIME OUT el Amanecer 2017, en la explanada Fongal. Los espero”. No hace uso de etiquetas y hashtags.

Alcance de la publicación: Público en general

N° de likes (Incluye reacciones): 2 431

N° de Compartidos: 46

N° de comentarios: 71 (solo comentarios del mismo día que posteo)

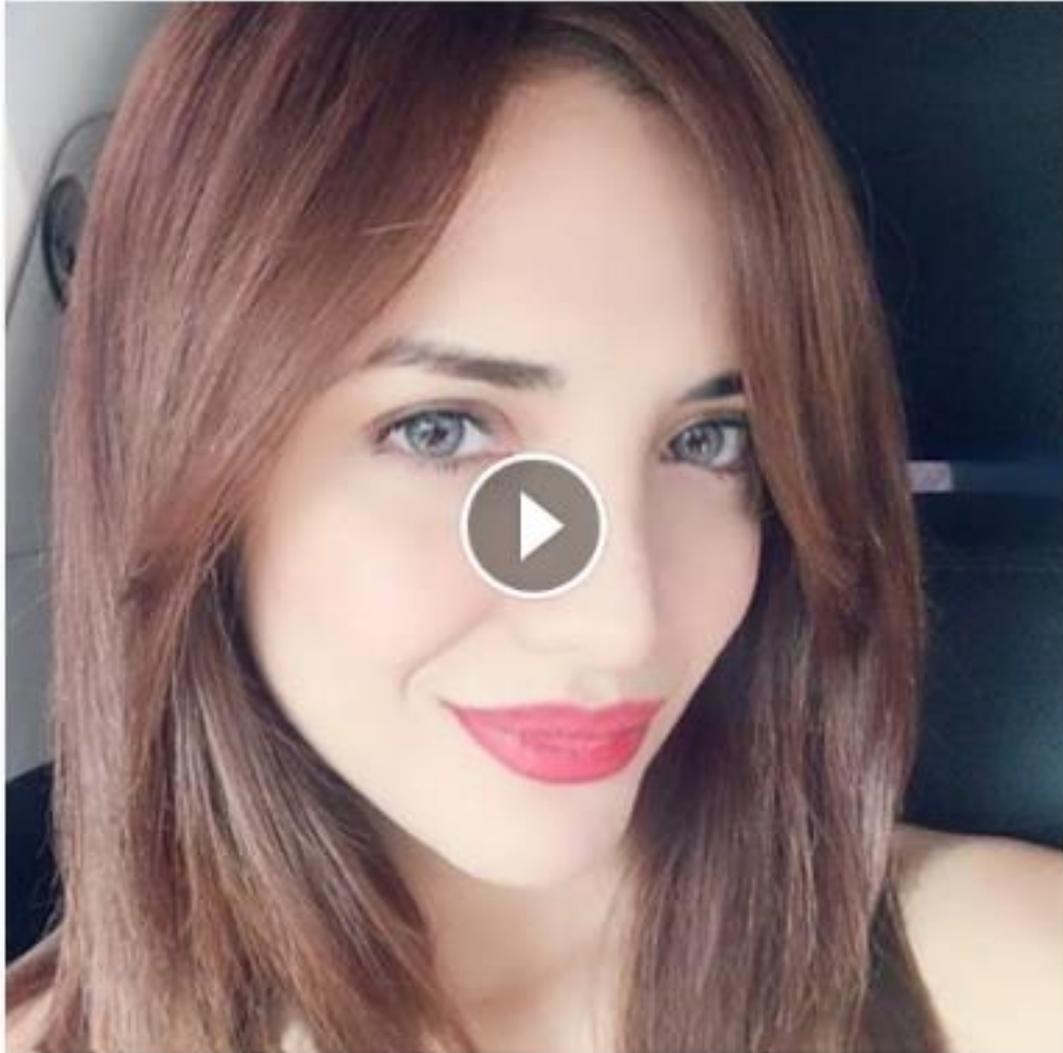
Interacción con la publicación: Responde a pocos comentarios.



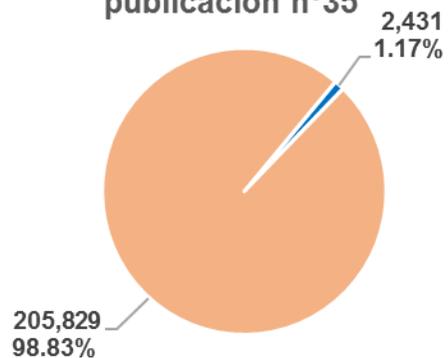
Rosangela Espinoza

28 December 2016 · 🌐

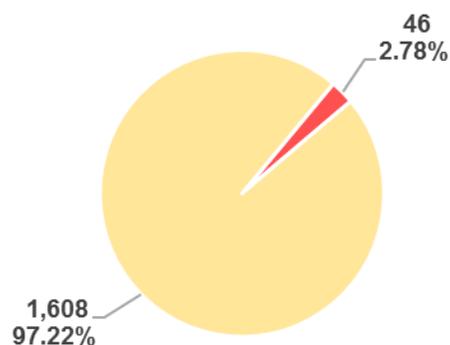
Estaré en 🍹 TIME OUT Hola chicos les cuento que este sábado 31 estaré en la linda ciudad de Cajamarca en la mejor fiesta de Año Nuevo TIME OUT el Amanecer 2017 ✨, en la explanada Fongal. Los espero 🥰😁❤️💋.



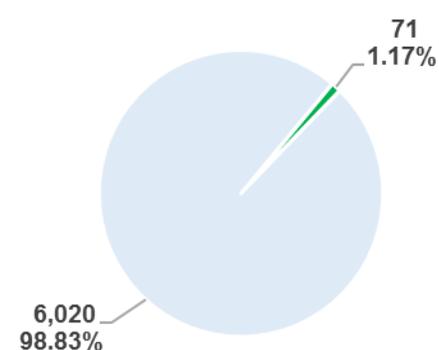
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°35



Compartidos en la publicación n°35



Comentarios en la publicación n°35



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
<p>LuiSs Skt tetangela Like · Reply · 28 December 2016 at 18:58</p>	<p>En este post de video Rosangela no muestra sus atributos. En este caso solo un comentario donde la renombran por enésima vez como “tetangela”. Eso indica claramente la incitación al erotismo.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 36	Fecha de la publicación: 29/12/2016	Hora: 20:07		
Recurso audiovisual: Fotografía en ropa de baño en plano medio utilizando fondo blanco con mensaje de texto y emoticones.				
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:		
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>		
	Fotografías de plano medio.	x		
	Selfies	<input type="checkbox"/>		
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>		
	Vídeos de mensajes hablados.	<input type="checkbox"/>		
Post diversos	Información personal.	<input type="checkbox"/>		
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Facebook oficial</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">x</td> </tr> </table>	Facebook oficial	x
Facebook oficial	x			
				
Estrategia empleada: Postear fotografía publicitaria tipo portada de revista de verano con descripción: “Verano 2017 ☀️”, etiquetando a 13 amistades, pero con intención de que la identifiquen sus fans como Rosangela Espinoza la chica selfie, colocando su hashtag para sus seguidores: #rosangelaespinoza #chicaselfie.				
Alcance de la publicación: Público en general				
N° de likes (Incluye reacciones): 4 412				
N° de Compartidos: 20				
N° de comentarios: 85 (solo comentarios del mismo día que posteo)				
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.				



Rosangela Espinoza with Jhan Franco Veramendi

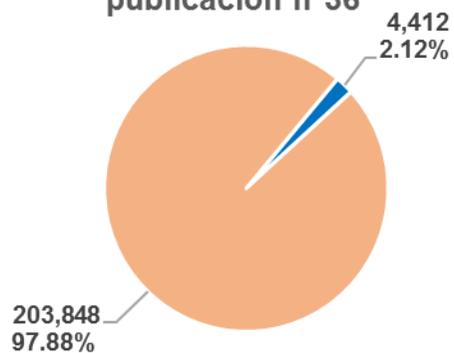
Ventocilla and 18 others

29 December 2016 · 🌐

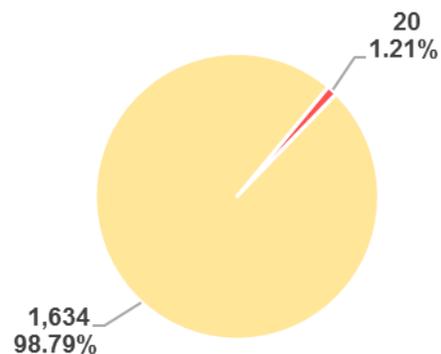
Verano 2017 ☀️ #chicaselfie #rosangelaespinoza



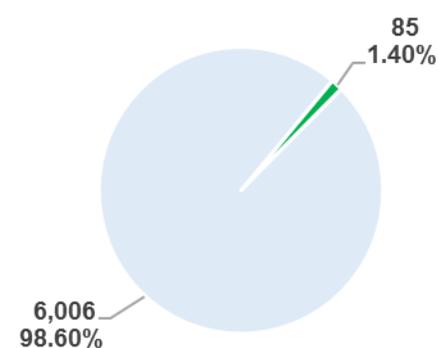
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°36



Compartidos en la publicación n°36



Comentarios en la publicación n°36



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
 <p>Evans Miuler Saenz A un polvo no más Me gusta · Responder · 1 · 29 de diciembre de 2016 a las 20:09</p>	<p>En este comentario el seguidor alude a tener sexo al decir “polvo” que en la jerga peruana significa sexo. Eso indica claramente la incitación al erotismo.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 37	Fecha de la publicación: 29/12/2016	Hora: 21:32
Recurso audiovisual: Fotografía en plano entero utilizando como fondo la recepción administrativa del centro de belleza <i>Soho Color</i> con mensaje de texto y emoticones.		
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	x
	Fotografías de plano medio.	
	Selfies	
Videos	Vídeos de bailes.	
	Vídeos de mensajes hablados.	
Post diversos	Información personal.	
		Facebook oficial x
		
Estrategia empleada: Postear fotografía espontánea con descripción: “Me voy contenta 🥰💋. Gracias @soho_color por la linda atención ❤️, ya lista para recibir el 2017 🎉📅🥰💋👠👠👠”, etiquetando a 8 amistades, pero con intención de que la identifiquen sus fans como Rosangela Espinoza la chica selfie recalcando la buena atención recibida y el motivo de la misma (año nuevo 2017), colocando sus hashtags para sus seguidores: #rosangelaespinoza #chicaselfie #newyear #model.		
Alcance de la publicación: Público en general		
N° de likes (Incluye reacciones): 2 467		
N° de Compartidos: 2		
N° de comentarios: 58 (solo comentarios del mismo día que posteo)		
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.		



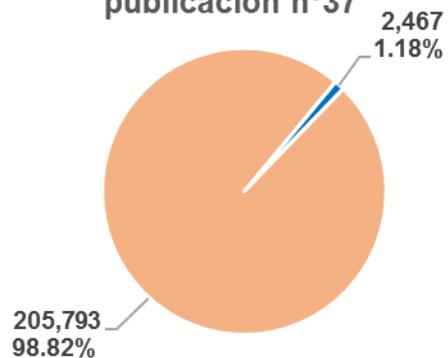
Rosangela Espinoza with David Figueroa and 13 others

29 December 2016 · 🌐

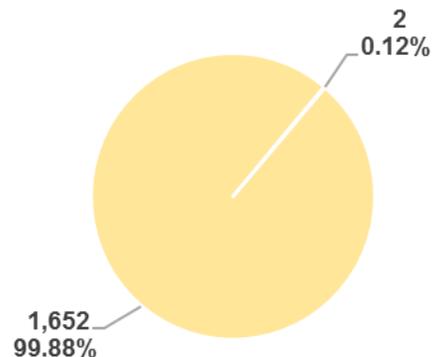
Me voy contenta 😊👉👄. Gracias @soho_color por la linda atención ❤️, ya lista para recibir el 2017 🍷📅🥳👠👗. #chicaselfie #rosangelaespinoza #newyear #model



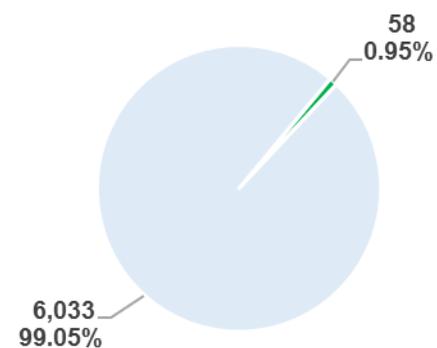
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°37



Compartidos en la publicación n°37



Comentarios en la publicación n°37



COMENTARIOS RESALTANTES



Joseph Ayrton A H Cómo quisiera ser ese pupitre , para sentir ese esponjoso y siliconado trasero 🍑🍑🍑🍑

Me gusta · Responder · 👍 4 · 29 de diciembre de 2016 a las 21:45

INTERPRETACIÓN

En este comentario el seguidor desea ser el pupitre de la foto postada insinuando con ello alcanzar sus nalgas. Eso indica claramente la incitación al erotismo.

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 38	Fecha de la publicación: 30/12/2016	Hora: 16:30
Recurso audiovisual: Fotografía en ropa de baño en plano entero utilizando como fondo zonas rocosas de la playa con mensaje de texto y emoticones.		
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	x
	Fotografías de plano medio.	
	Selfies	
Videos	Vídeos de bailes.	
	Vídeos de mensajes hablados.	
Post diversos	Información personal.	
		Facebook oficial x
		
Estrategia empleada: Postear fotografía de calendario de verano (en ropa de baño). Etiqueta a 25 personas y hace uso de sus hashtags preferentes: #chicaselfie #rosangelaespinoza #model. Coloca la descripción: “Sesión de fotos playa 🌊☀️🏖️. Mi Calendario 2017 📅”.		
Alcance de la publicación: Público en general		
N° de likes (Incluye reacciones): 8 606		
N° de Compartidos: 79		
N° de comentarios: 186 (solo comentarios del mismo día que posteo)		
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.		



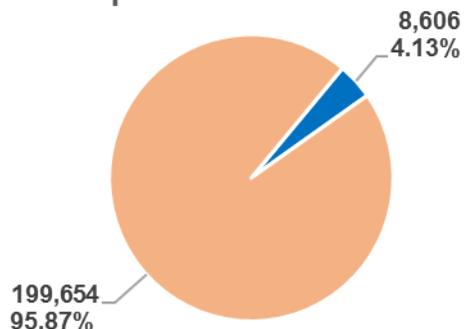
Rosangela Espinoza with David Figueroa and 25 others ·

30 December 2016 · 🌐

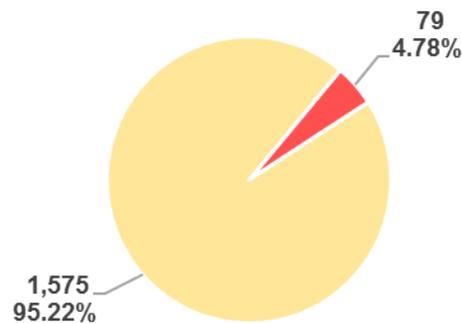
Sesión de fotos playa 🌊☀️🌊 · Mi Calendario 2017 📅 · #chicaselfie
#rosangelaespinoza #model



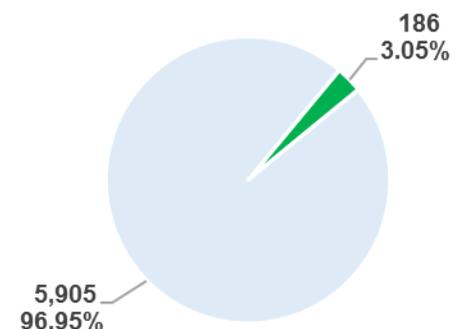
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°38



Compartidos en la publicación n°38



Comentarios en la publicación n°38



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
 <p>Brayan Samir Siempre Contigo Rica conchita Me gusta · Responder · 30 de diciembre de 2016 a las 16:35</p>	<p>En estos tres comentarios se manifiesta plenamente que la foto de Rosangela incita al erotismo. El primer seguidor indica “conchita” que en la jerga peruana se le conoce a la vagina de la mujer. En el segundo caso, igual se refieren a la parte genital de la mujer al indicarla como “papa”. Y en el tercer caso, de igual manera con “papita”.</p>
 <p>lamsebastian Montero Asuuu lo tienes hinchado buena papa se come carloncho Me gusta · Responder · 30 de diciembre de 2016 a las 16:52</p>	
 <p>Roberto Dionicio Jr. Se le ve su papita Me gusta · Responder · 30 de diciembre de 2016 a las 18:47</p>	

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 39	Fecha de la publicación: 30/12/2016	Hora: 19:46
Recurso audiovisual: Fotografía en ropa de baño en plano entero utilizando como fondo zonas rocosas de la playa con mensaje de texto y emoticones.		
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	x
	Fotografías de plano medio.	
	Selfies	
Videos	Vídeos de bailes.	
	Vídeos de mensajes hablados.	
Post diversos	Información personal.	
		Facebook oficial x
		
Estrategia empleada: Postear fotografía de calendario de verano (en ropa de baño). Etiqueta a 15 personas y hace uso de sus hashtags preferentes: #chicaselfie #rosangelaespinoza #happynewyear #dreams. Coloca la descripción: “Cerrando el año con una sesión de fotos 📷🌞🌊, y arrancamos el 2017 trabajando 🍷🥰, estaré en la linda ciudad de Cajamarca en la fiesta Time OUT amanecer 2017”. Además, recuerda a sus seguidores el evento en donde participará.		
Alcance de la publicación: Público en general		
N° de likes (Incluye reacciones): 7 334		
N° de Compartidos: 44		
N° de comentarios: 101 (solo comentarios del mismo día que posteo)		
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.		



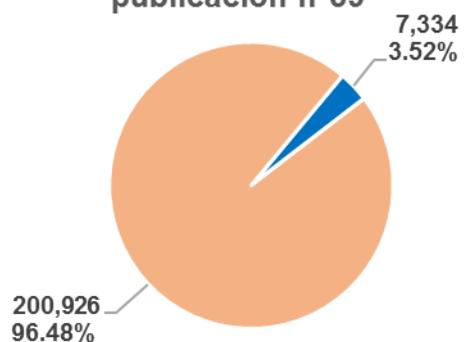
Rosangela Espinoza with David Figueroa and 16 others.

30 December 2016 · 🌐

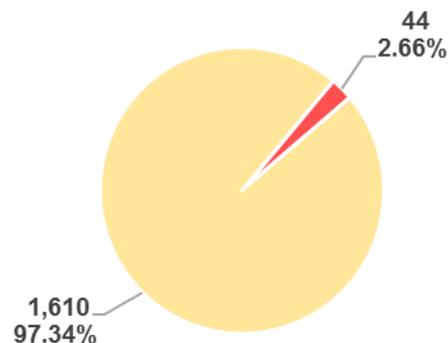
Cerrando el año con una sesión de fotos 📷☀️📸, y arrancamos el 2017 trabajando 🍷😊, estaré en la linda ciudad de Cajamarca en la fiesta Time OUT amanecer 2017. #chicselfie #rosangelaespinoza #happynewyear #dreams



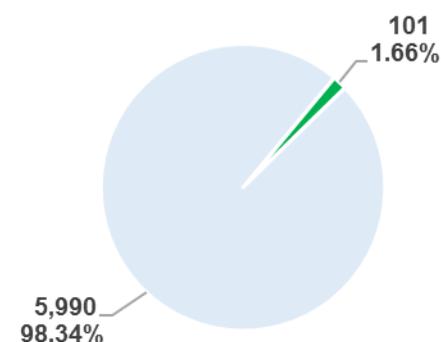
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°39



Compartidos en la publicación n°39



Comentarios en la publicación n°39



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
 <p>Jhon Florescenteni de costadito, cuantas veces seria Me gusta · Responder · 30 de diciembre de 2016 a las 22:54</p>	<p>Este seguidor comenta insinuando, según la pose de la foto de Rosangela, al decir: “de costadito cuántas veces seria” manifiesta claramente su incitación erótica porque alude hacer sexo de “costadito”.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 40	Fecha de la publicación: 31/12/2016	Hora: 11:13
Recurso audiovisual: Fotografía en ropa de baño en plano entero utilizando como fondo zonas rocosas de la playa con mensaje de texto y emoticones.		
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	x
	Fotografías de plano medio.	
	Selfies	
Videos	Vídeos de bailes.	
	Vídeos de mensajes hablados.	
Post diversos	Información personal.	
		Facebook oficial x
		
Estrategia empleada: Postear fotografía tipo portada de revista de verano (en ropa de baño). Etiqueta a 14 personas y hace uso de sus hashtags preferentes: #rosangelaespinoza #chicaselfie #girl #happynewyear2017 #Cajamarca. Coloca la descripción: “¡C A J A M A R C A! A recibir el 2017 en la mejor fiesta <Time OUT> Amanecer 2017 con Danny Ubeda 🎵🎶. Los espero 😊”. Además, recuerda a sus seguidores el evento en donde participará.		
Alcance de la publicación: Público en general		
N° de likes (Incluye reacciones): 6 407		
N° de Compartidos: 31		
N° de comentarios: 111 (solo comentarios del mismo día que posteo)		
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.		



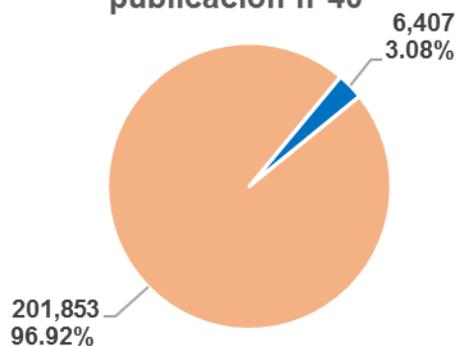
Rosangela Espinoza with Yeison Portugal and 21 others.

31 December 2016 · 🌐

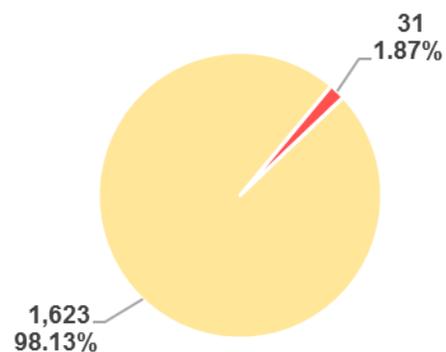
✈️ C A J A M A R C A ✈️. A recibir el 2017 en la mejor fiesta <Time OUT>
Amanecer 2017 con Danny Ubeda 🎵👉. Los espero 😊. #rosangelaespinoza
#chicselfie #girl #happynewyear2017 #cajamarca



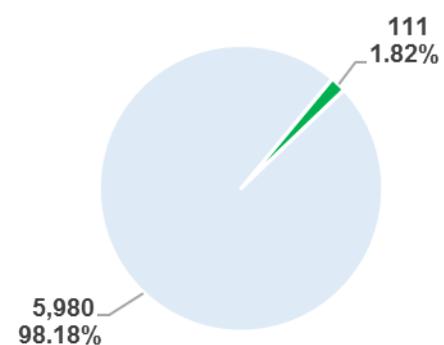
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°40



Compartidos en la publicación n°40



Comentarios en la publicación n°40



COMENTARIOS RESALTANTES		INTERPRETACIÓN
 <p>Diego Avila Rosangela viólame, hazme un hijo porfavor :c Me gusta · Responder · 31 de diciembre de 2016 a las 19:26</p>		<p>En este seguidor claramente se manifiesta su incitación erótica porque solicita que ella lo viole y le haga un hijo.</p>

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación: 41	Fecha de la publicación: 31/12/2016	Hora: 18:40
Recurso audiovisual: Selfie en ropa de baño con sugerente escote y en fondo claro con mensaje de texto y emoticones.		
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	<input type="checkbox"/>
	Fotografías de plano medio.	<input type="checkbox"/>
	Selfies	x
Videos	Vídeos de bailes.	<input type="checkbox"/>
	Vídeos de mensajes hablados.	<input type="checkbox"/>
Post diversos	Información personal.	<input type="checkbox"/>
		Facebook oficial x
		
Estrategia empleada: Postear selfie en ropa de baño con la siguiente descripción: “Ya en C A J A M A R C A 🍷😄. A recibir el 2017 en la única fiesta < T I M E O U T > 🍷. (Explanada Fongal). Los espero 😊❤️ bailaremos al ritmo de Dany Ubeda 🎵”. Utiliza los hashtags: #happynewyear #rosangelaespinosa #chicselfie. Etiqueta a dos personas.		
Alcance de la publicación: Público en general		
N° de likes (Incluye reacciones): 14 305		
N° de Compartidos: 71		
N° de comentarios: 250 (solo comentarios del mismo día que posteo)		
Interacción con la publicación: ninguna respuesta o comentario de ella.		

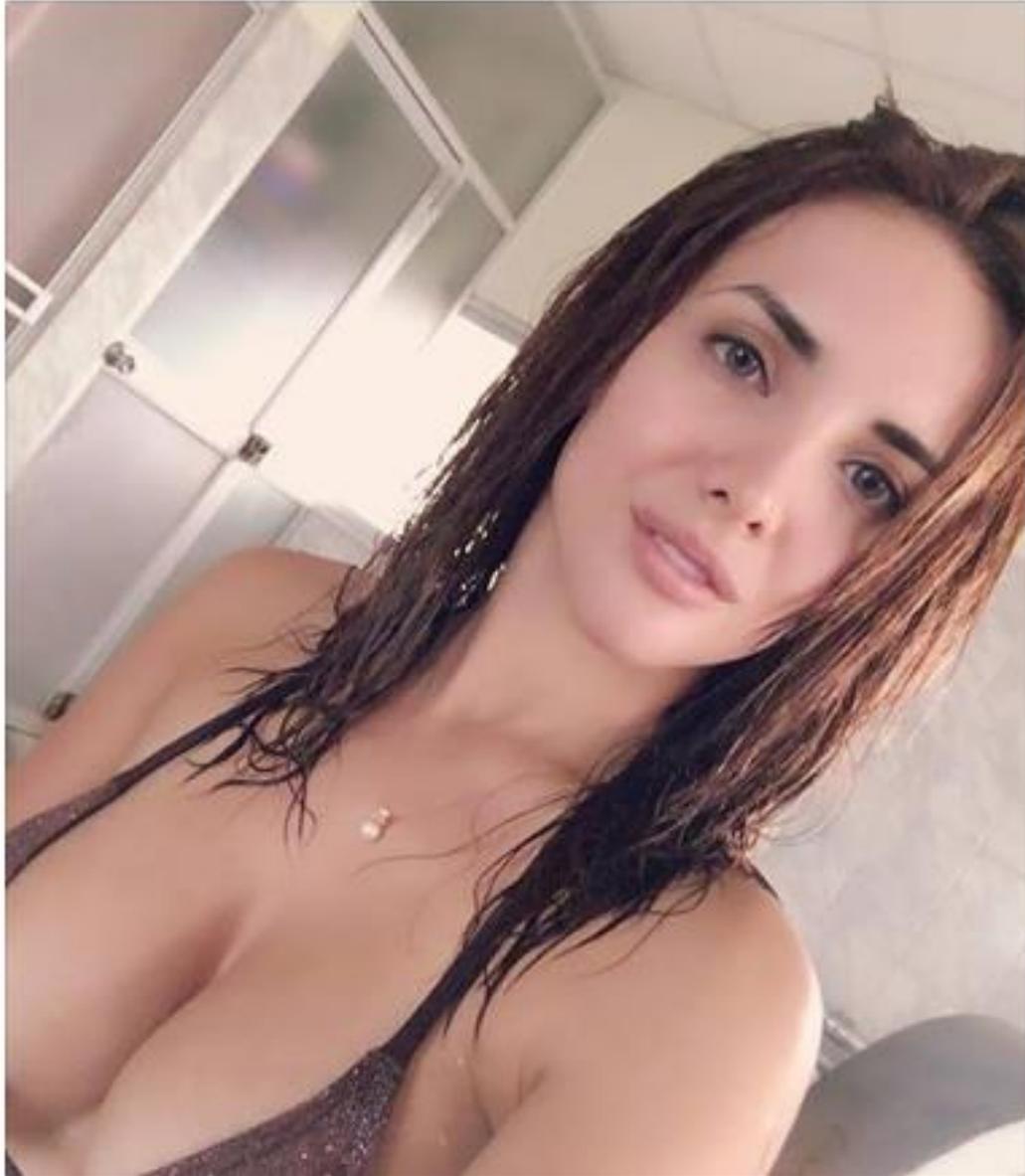


Rosangela Espinoza with Ashok Kumaar and M Danny

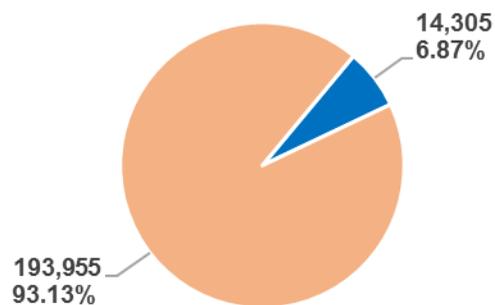
Osorio.

31 December 2016 · 🌐

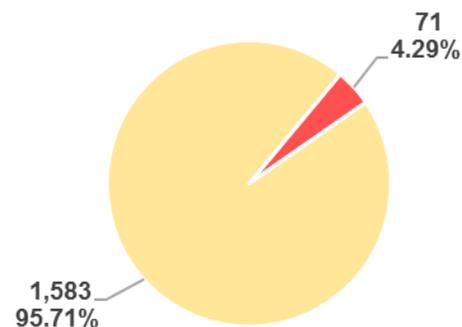
Ya en C A J A M A R C A 🥳 😊. A recibir el 2017 en la única fiesta < T I M E O U T > 🎉 (Explanada Fongal). Los espero 🥳❤️ bailaremos al ritmo de Dany Ubeda 🎵. #happynewyear #rosangelaespinoza #chicaselfie



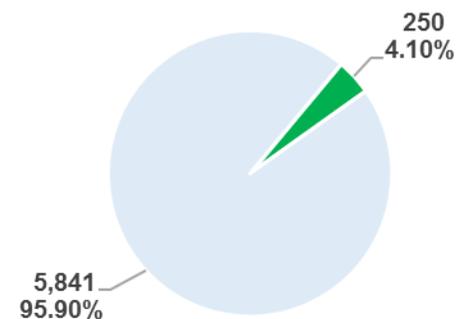
Likes (incluyendo reacciones) en la publicación n°41



Compartidos en la publicación n°41



Comentarios en la publicación n°41



COMENTARIOS RESALTANTES	INTERPRETACIÓN
<p> Jhon Florescenteni recién bañadita jaja Me gusta · Responder · 31 de diciembre de 2016 a las 18:51</p> <p> Junior Ramirez II que rica teta? ❤️ Me gusta · Responder · 31 de diciembre de 2016 a las 20:03</p> <p> Mario Morales Cabrera Ya no puedo massss ahhhh mi mano Me gusta · Responder · 31 de diciembre de 2016 a las 22:11</p>	<p>Aquí estos tres seguidores manifiestan su incitación erótica plácidamente. El primero al decir “recién bañadita” insinúa que ha tenido sexo. El segundo indica su atracción por sus senos. Y finalmente el tercero, comenta sarcásticamente el acto tácito de la masturbación.</p>

ENTREVISTAS

GUÍA DE ENTREVISTA 1 (RECOLECCIÓN DE DATOS)

Dirigido al especialista de redes sociales

Nombre del entrevistado: Christian José López Blas

Licenciado en Ciencias de la Comunicación, con estudios de maestría en Relaciones Públicas por la Universidad San Martín de Porres e Historia por la Universidad Mayor de San Marcos. Asimismo, con estudios de Alta Especialización en Responsabilidad Social por la Universidad ESAN y Comunicación Corporativa en Gerens. Ha laborado en el Grupo RPP como subeditor web y docente universitario en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USMP. Además, se desempeñó como Social Media Manager en OSIPTEL y actualmente labora en la Gerencia de Comunicaciones de la SUNAT, a cargo de la estrategia digital. <http://www.fcctp.usmp.edu.pe/institutos-de-investigacion/ciencias-de-la-comunicacion/equipo-de-investigadores-externos>

A nivel estadístico:

1. ¿Cuántos likes o “reacciones” debe tener una publicación en un día para que sea exitosa y considerado por el Facebook como un fanpage con potencial económico?

Respuesta:

La cantidad de likes no hace que un post sea más exitoso que otro. Existen otros indicadores como por ejemplo, el tono del comentario, es decir si es positivo o negativo, los mismo que pueden hacer exitoso o no un post. Es muy importante la interacción que genera un post, esto es un comentario o compartido que a la vez sea replicado. Es importante también que la cuenta oficial aproveche los comentarios efectuados a fin de generar “engagement”.

2. ¿Cuántas visitas o reproducciones debe tener un video postado en el Facebook en un día para que sea considerado como tendencia y como un medio de publicidad de artículos o servicios que se “cuelgan” de un video para obtener ganancias?

Respuesta:

Para ser tendencia se requiere algunos elementos: un buen hashtag, poco tiempo, cantidad de compartidos, mensaje potente, audiencia. Ya sea video, infografía, gráfico o un simple mensaje, para ser tendencia requerirán unir todo lo anterior y ponerlo en práctica en poco. No obstante, existen temas que pueden ser tendencia por más de un día, esto dependerá de la creación permanente de nuevo contenido bajo un gran paraguas, es decir un hashtag, por ejemplo: #UnaSolaFuerza.

3. ¿Cuántos seguidores debe tener un fanpage en Facebook para considerarse como una página web importante y rentable de cierta manera?

Respuesta:

El número de seguidores no refleja que un fanpage sea más importante que otro, ese indicador es relativo. El contenido, la calidad de seguidores y comentarios, así como la interacción, convierten a una fanpage en atractiva.

Según su criterio:

1. ¿Cree que el uso de las redes sociales, en especial el Facebook, es esencial para potenciar la imagen de un personaje público?

Respuesta:

Es sumamente útil, siempre y cuando se trabaje en función de un plan estratégico. Ahora, así como las RRSS pueden potenciar la imagen pública, también es una herramienta que puede ser utilizada para desprestigiar en cuestión de minutos la imagen pública. Por eso es importante que el manejo de la cuenta oficial de un personaje público sea hecho por un profesional. Es vital recordar que dicho personaje público se convierte en una especie de producto y, por lo tanto, debe cuidar su imagen tanto en el plano offline como online.

2. ¿Con la creación de un fanpage en Facebook cualquiera se puede hacer muy popular al punto de contar con fama internacional?

Respuesta:

Facebook es la red social con mayor alcance mundial, por lo tanto, un fanpage con buen contenido, certificado y con niveles de interacción altos, podrían estar considerados en el topten. Insisto no se trata de postear por postear para conseguir más likes, es prioritario que el contenido posteado sea de calidad.

3. ¿Facebook puede bloquear un fanpage de cualquier persona, así sea o haya sido potencialmente rentable para ellos, si muestran fotos o videos con cierta tendencia erótica? ¿Facebook puede atentar contra la libertad de expresión de un personaje que capta seguidores por su contenido erótico en sus publicaciones?

Respuesta:

Facebook tiene ciertas normas de comunidad, que si son violentadas procede a eliminar las cuentas. Normalmente se elimina las cuentas cuando un usuario las denuncia, pero Facebook excepcionalmente también las puede eliminar.

4. ¿Puede el Facebook diferenciar un fanpage con fotos eróticas de mujeres semidesnudas con fotos de desnudos artísticos pero que no llegan a ser pornográficos?

Respuesta:

Facebook es muy estricto al respecto y tiene una norma que te comparto:

Desnudos.

A veces, la gente comparte desnudos con un fin determinado, por ejemplo, campañas de concientización o proyectos artísticos. Restringimos la exhibición de desnudos para evitar que determinados sectores de nuestra comunidad mundial que muestran una especial sensibilidad ante ellos se puedan sentir mal, en particular, por su contexto cultural o su edad. Para tratar a todos de una forma justa y responder a los reportes con rapidez, es fundamental contar con políticas que nuestros equipos en todo el mundo puedan aplicar fácilmente y con uniformidad al revisar el contenido. Como resultado, nuestras políticas pueden ser a veces más directas de lo que nos gustaría y restringir contenido compartido con fines legítimos. Trabajamos constantemente para mejorar la evaluación de este contenido y la aplicación de nuestras normas.

Eliminamos fotografías que muestren los genitales o las nalgas en su totalidad y de una forma directa. También restringimos algunas imágenes de senos femeninos si se muestra el pezón, pero siempre permitimos fotos de mujeres amamantando o que muestren los pechos con cicatrices por una mastectomía. También permitimos fotografías de pinturas, esculturas y otras obras de arte donde se muestren figuras desnudas. Las restricciones sobre la exhibición de desnudos y actividades sexuales también se aplican al contenido digital, a menos que dicho contenido se publique con fines educativos, humorísticos o satíricos. Se prohíben las imágenes explícitas de relaciones sexuales. También podemos eliminar descripciones de actos sexuales que sean demasiado gráficas.

5. ¿Cree que el Facebook es una red social que puede ser rentable para un personaje público?

Respuesta:

Claro que sí, toda vez que un personaje, y lo vemos todos los días, anuncia productos o servicios en las fanpages de otras marcas o en su propia cuenta.

6. Según su experiencia, cree que si en el fanpage de Rosangela Espinoza en la opción “Reportar página” como: “Está acosándome a mí o alguien que conozco” o “Creo que no debería estar en el Facebook”, sería suficiente para que Facebook lo bloquee. ¿Cuántos reportes de página se necesitarían para que esto suceda?

Respuesta:

Con un solo reporte Facebook puede proceder a eliminar una cuenta, siempre y cuando viole sus normas comunitarias.

GUÍA DE ENTREVISTA 2 (RECOLECCIÓN DE DATOS)

Dirigido un psicólogo

Nombre del entrevistado: Lic. Carla Lucia Rodríguez Custodio

Carla Rodríguez Custodio: Licenciada en Psicología en la Universidad San Martín de Porres y actualmente labora en el Colegio de Psicólogos de Lima - Perú.

1. ¿Qué cree que busca el personaje público Rosangela Espinoza al postear fotos y videos donde pone de manifiesto sus atributos físicos?

Respuesta:

Rosangela Espinoza busca notoriedad ya que ella es un personaje público, pero no mediático. Ella se hizo mucho más famosa gracias al gran show y esto es muy importante ya que así aprovecha todas las oportunidades laborales que se les puede presentar y actualmente lo está consiguiendo ya que ha realizado videos en el extranjero, comerciales, programas, etc. Para ella es muy importante utilizar su Facebook mostrando todas sus fotos sensuales que de una u otra manera vende publicidad porque caso contrario podría pasar desapercibida.

2. Al observar las cantidades de likes, “reacciones”, comentarios, reproducciones y compartidos del posteo de fotos o videos de Rosangela Espinoza en su fanpage del Facebook en sugerentes y sensuales posturas a comparación de posteos en donde no aparece o en su defecto se le observa muy conservadora ¿cree que incita al erotismo de sus seguidores y público en general?

Respuesta:

Rosangela Espinoza tiene fotos muy sensuales y eso incita al erotismo, sobre todo, al género masculino, definitivamente solo mostrando su

cuerpo podría ganar adeptos y seguidores, ya que su cuerpo es parte de su trabajo.

3. ¿Podría decirse que es una estrategia de este personaje para captar más seguidores el postear fotos y videos donde se muestra semidesnuda o con vestuario muy insinuante?

Respuesta:

Por supuesto que es una estrategia, ya que es la manera de vender y así lograr sus objetivos que desde ya está dando resultados teniendo muchas más oportunidades de trabajo y gracias al Facebook tendrán mucho más seguidores y se promociona aún más.

4. ¿Piensa que los seguidores de Rosangela Espinoza en su fanpage de Facebook la colocan como el estereotipo que los representa como un modelo de vida?

Respuesta:

No creo que sea un estereotipo de sus seguidores, eso pasa a ser un gusto aunque cada uno tiene su manera de pensar, para mí no es un modelo de vida.

5. ¿Algunas de las fotos o videos del fanpage oficial de Rosangela Espinoza en Facebook donde muestra sus atributos físicos, cómo las catalogaría?

Respuesta:

Provocativas... muy sugerentes que incitan al erotismo de una u otra manera.

6. Según su experiencia, bajo el psicoanálisis del personaje en cuestión, su fanpage del Facebook incita el erotismo en sus seguidores.

Respuesta:

Si insita al erotismo con el género masculino y con esas fotos puede inducir a los hombres a que realicen muchas cosas con sólo observarlas.

3.3 Prueba de hipótesis.

Hipótesis secundaria 1:

La hipótesis secundaria 1: “Se incitaría al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de las imágenes donde se expone con mayor evidencia sus atributos físicos, diciembre de 2016”, queda comprobada por medio de las fichas de observación números: 1, 11, 13, 16, 21, 26, 27, 28, 29, 30, 34, 36, 37, 38, 39, 40 y 41; así como las respuestas de la pregunta n° 4 (según criterio) de la entrevista aplicada al experto en redes sociales. También se comprueba esta hipótesis en la entrevista a la psicóloga en las preguntas 2, 3 y 5. En suma, la afectación ha sido de carácter alto.

Hipótesis secundaria 2:

La hipótesis secundaria 2: “Se incitaría al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de los vídeos donde se expone con mayor evidencia sus atributos físicos, diciembre de 2016.” ha quedado demostrada en la respuesta n°2 (según su criterio) de la entrevista al experto de redes sociales, así como las respuestas a las preguntas n° 2 y 3 de la entrevista aplicada a la psicóloga.

Asimismo, en las fichas de observación, en los post n° 22, 24, 31, 32, 33 y 35, queda demostrado que en los videos en la que ella sale bailando o muestra a su mascota, la incitación al erotismo en sus seguidores es nula. Sin embargo, en las fichas mencionadas en los post de videos en donde ella aparece mostrando atributos de cierta manera, sí incita a sus seguidores.

En suma, la afectación es validada, teniendo en cuenta que en el mes de diciembre de 2016 solo posteo 9 videos en total, el 67% de estos incitaron cuando el video era mensaje de ella directamente, mientras que solo el 33% no porque eran videos grabados de la televisión participando en el Gran Show.

Hipótesis secundaria 3:

La hipótesis secundaria 3: “Se incitaría al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de los diferentes post donde se hace referencia a sus atributos físicos, diciembre de 2016” ha sido verificada en las respuestas n° 1 y 2 (según su criterio) de la entrevista al experto de redes sociales, así como las respuestas n° 2, 3 y 5 de la entrevista aplicada a la psicóloga.

Por otro lado, en las fichas de observación n° 1, 11, 13, 16, 21, 22, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40 y 41; demuestra que efectivamente cuando la Srta. Rosangela Espinoza muestra sus atributos físicos y sensuales en los post publicados en su fanpage de Facebook oficial, surge la incitación al erotismo de algunos seguidores, en la mayoría varones que dejan entrever en sus comentarios el deseo y el placer sexual y adoración hacia este personaje público.

En suma, la afectación ha sido de carácter alto.

Hipótesis Principal:

La hipótesis principal: “Se incitaría al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de las publicaciones donde se expone con mayor evidencia sus atributos físicos, diciembre de 2016”, queda automáticamente probada al comprobarse las hipótesis secundarias que la componen, según los resultados obtenidos en las fichas de observación y las entrevistas.

3.4 Discusión de resultados.

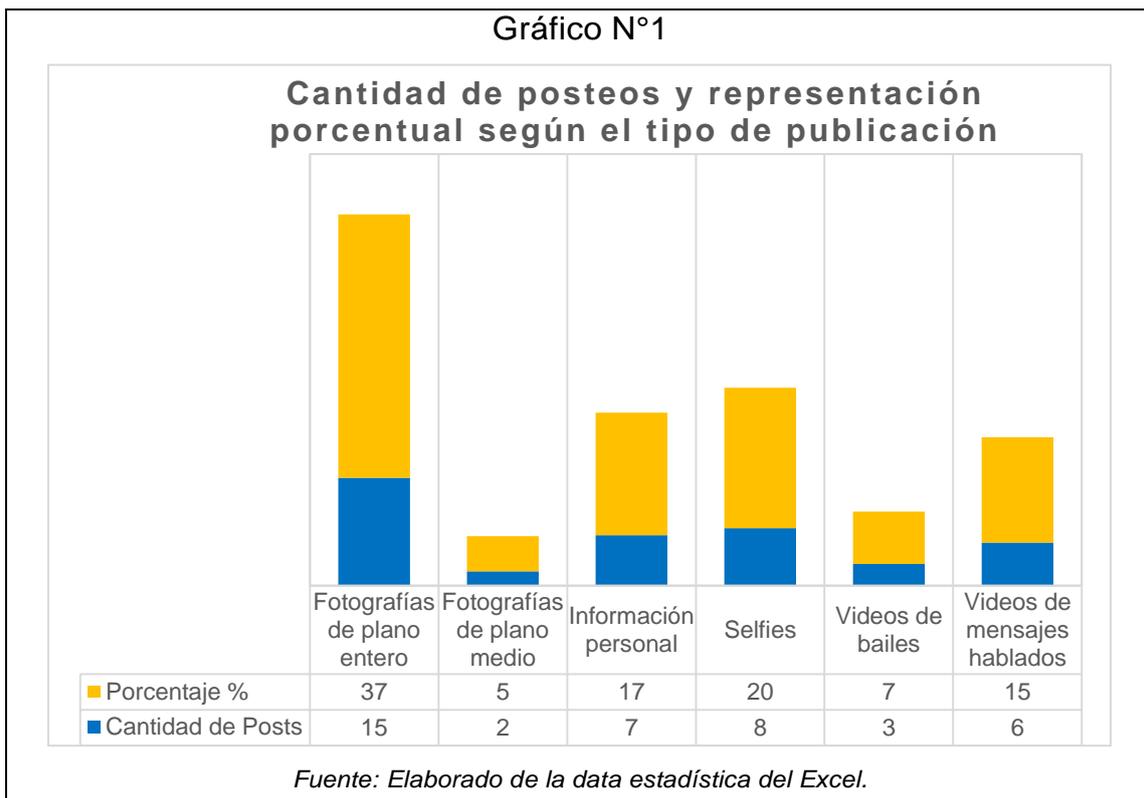
Visto de los resultados de los instrumentos de investigación, y considerando que la Srta. Rosangela Espinoza es una artista famosa y, por tanto, un personaje público, ha sido inteligente en optar estratégicamente un perfil bajo y no marearse con los comentarios de los seguidores que felicitan su carrera, alaban su aspecto físico, su inteligencia y su manera de mostrarse en esta red social, a pesar de algunos detractores que de inmediato son atacados por los fans; y por otro lado, los seguidores incitados eróticamente en donde ella no ha mostrado interés aparentemente, y califico aparentemente porque ella no responde los comentarios (solo en efímeros casos) y además, no se concretó la entrevista que me validaría esta moción.

Por medio de las 41 fichas de observación, se demostró que el 56% de los posts coinciden en una estrategia seductora que efectivamente incita al erotismo de sus seguidores. Esto implica que al mostrar sus atributos físicos, tiene muchos más likes (incluyen reacciones), comentarios y comparticiones de sus seguidores.

Así el 67% de la totalidad de posteados en el fanpage de Rosangela Espinoza, concuerda con la hipótesis secundaria 2, al mostrar videos sugerentes como para incitar al erotismo de sus seguidores (6 videos incluye uno de un ensayo donde sufre una caída). Aunque, contradictoriamente, los videos de sus bailes sensuales en el concurso de El Gran Show que representa el 33% (3 videos), no obtuvo el mismo efecto con respecto a la incitación al erotismo en sus seguidores.

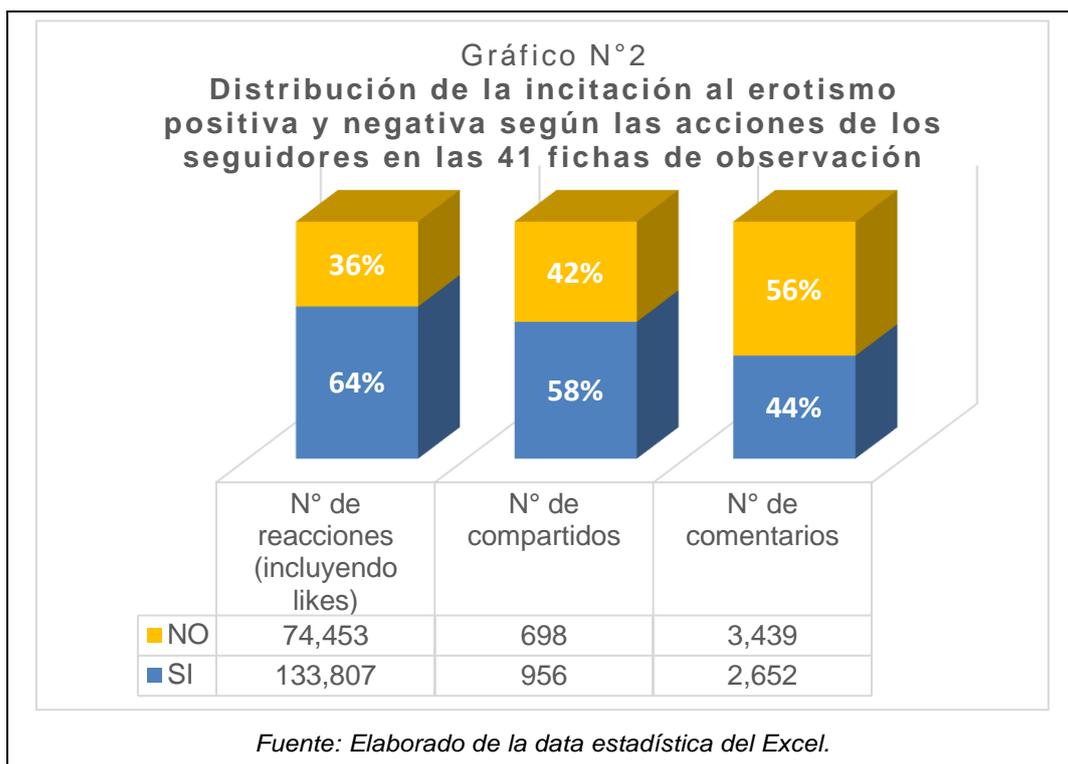
Del mismo modo, el 78% de los post son de imágenes en donde el 37% son fotografías de plano entero, seguido por los selfies con 20%, un sorprendente 17% de información personal (invitaciones a sus seguidores para ciertos eventos, mostrar a su familia, amistades y mascota, etc.) y solo un 5% son fotografías de plano medio. Con ello, queda demostrado que gusta más a sus seguidores cuando muestra sus atributos en plano entero.

Gráfico N°1



Es preciso señalar que los planos fotográficos atribuidos en cada post de esta investigación en las fichas de observación, en algunos casos no se han ajustado en estricto concepto teórico de fotografía profesional, dado que se podrían interpretar varias de sus fotografías posteadas como por ejemplo “selfies retocadas” y que finalmente parecieran fotos de plano medio o hasta close up, este último al cual no incluyo en el análisis porque este plano fotográfico es prácticamente nulo al considerarlo como una foto tipo selfie.

En la misma línea, el 45% de los post en donde ella **no muestra** sus atributos físicos, no incitan al erotismo en sus seguidores, llegando a un máximo de likes (incluye reacciones) de 74 453, en comparticiones hasta los 698 y 3 439 comentarios. Estas cifras versus el 55% en donde si muestra sus atributos físicos con 133 807 likes (incluye reacciones), 956 comparticiones y 2 652 comentarios.

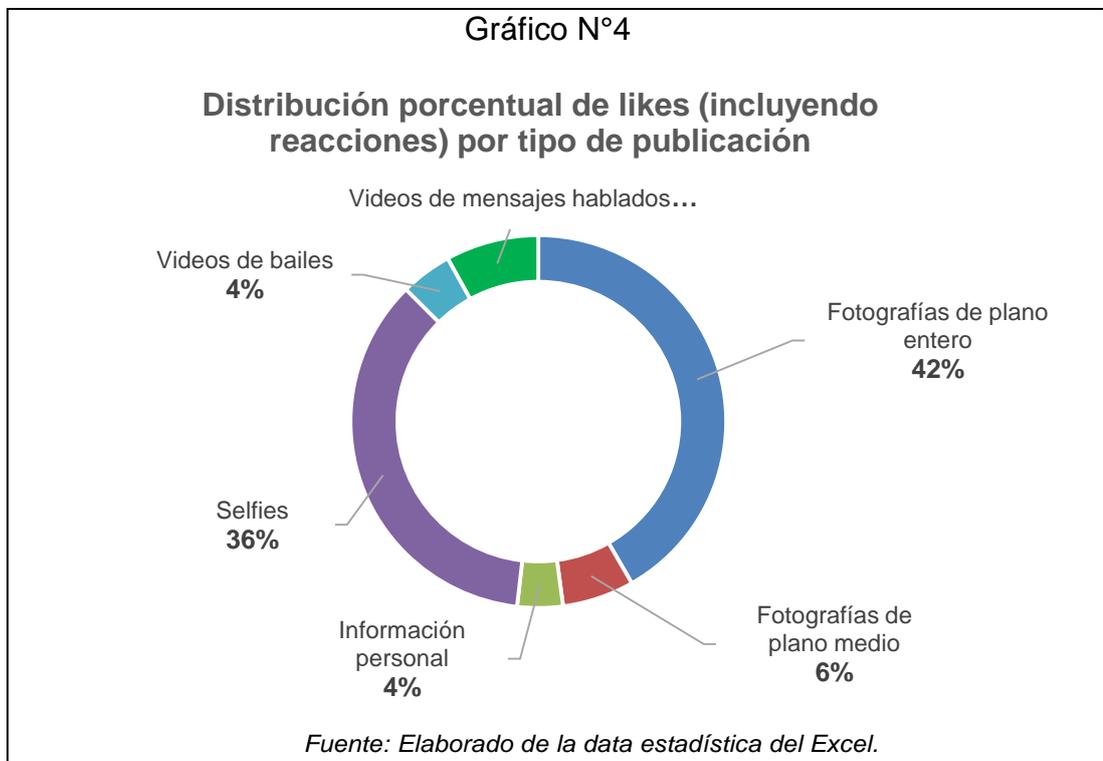
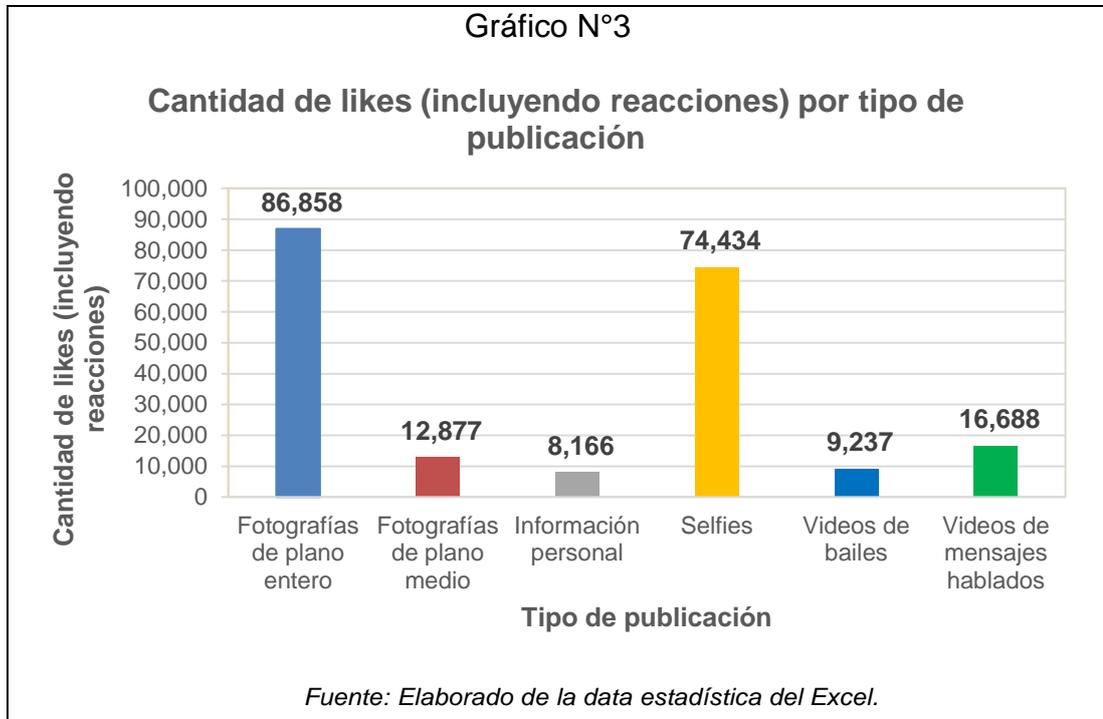


Cabe señalar que, en cuanto a las reproducciones en los casos de los videos, no se pueden medir con exactitud, puesto que el Facebook no reconoce ni muestra las fechas de reproducción, solo muestra la cantidad, por tanto no se tomó en cuenta en las fichas de observación ni en el análisis de esta investigación.

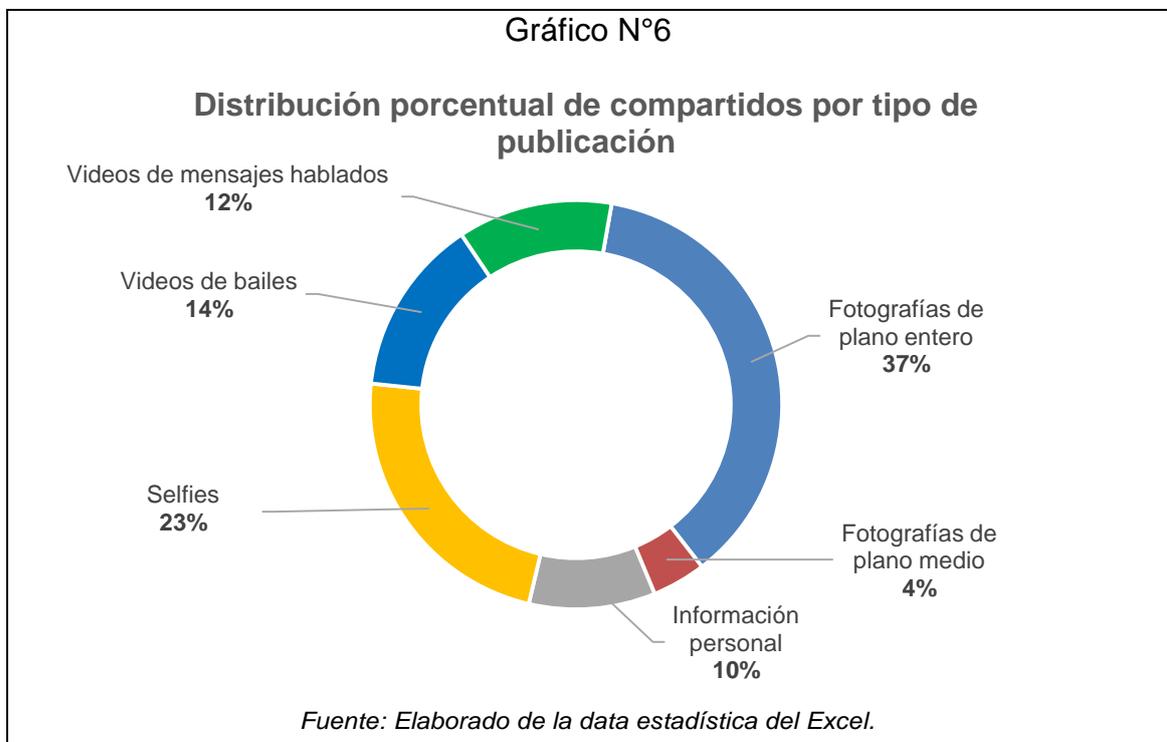
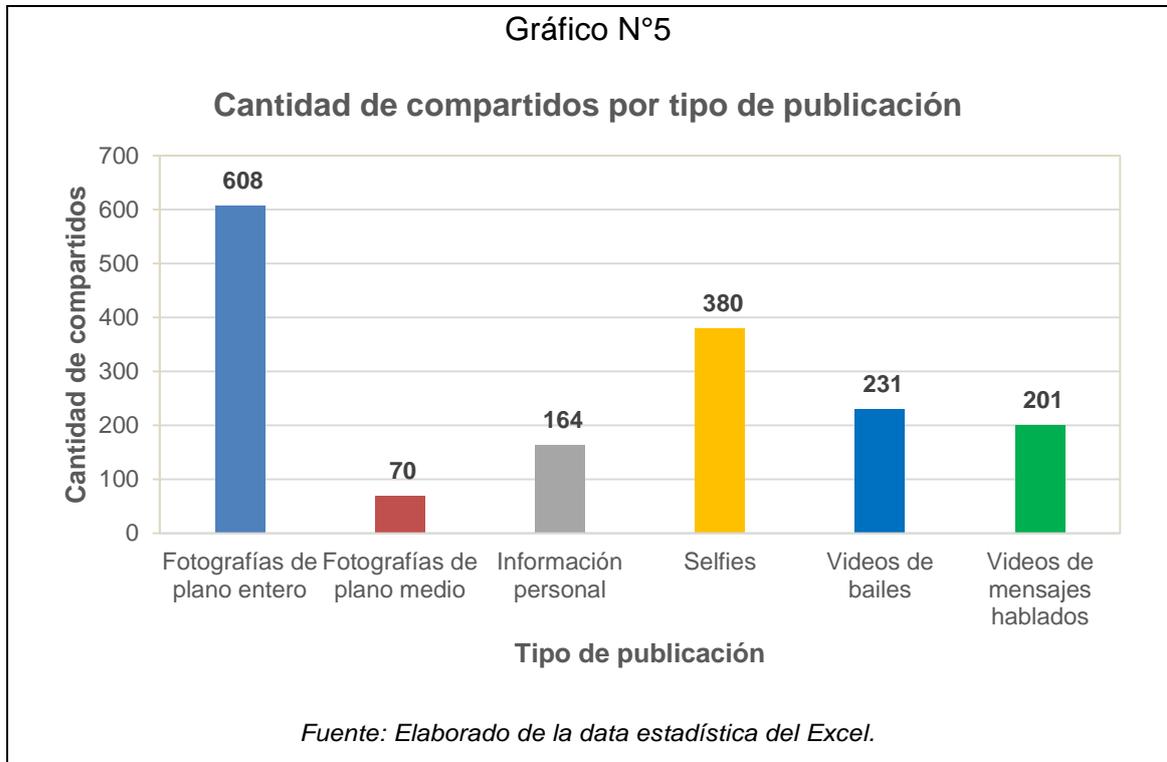
Por otro lado, podemos encontrar que de un total de 35 comentarios en las 23 fichas de observación donde se demuestra la incitación al erotismo de sus seguidores, el post con mayor cantidad de seguidores incitados fue el post n° 30 de fecha 23 de diciembre de 2016, con la fotografía de plano entero, con 5 comentarios de 94 a esa fecha, con 26 comparticiones y 7 238 likes (incluyendo reacciones). Esto demuestra lo dicho anteriormente y que los seguidores que se incitan gustan más de los atributos físicos de todo su cuerpo. Asimismo, se puede apreciar que los selfies también incitaron a 7 seguidores en cuatro posteos, lo que refiere que la “chica selfie” bien ganado tiene su sobrenombre.

En líneas generales, se comprueba en los siguientes gráficos que:

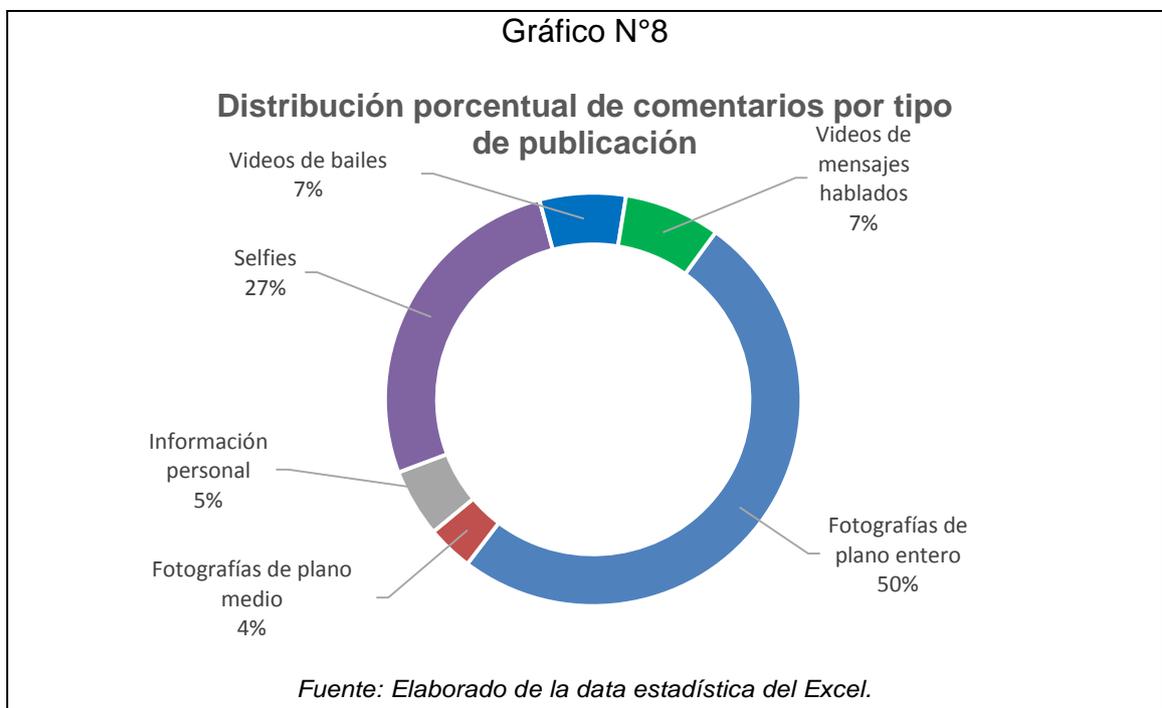
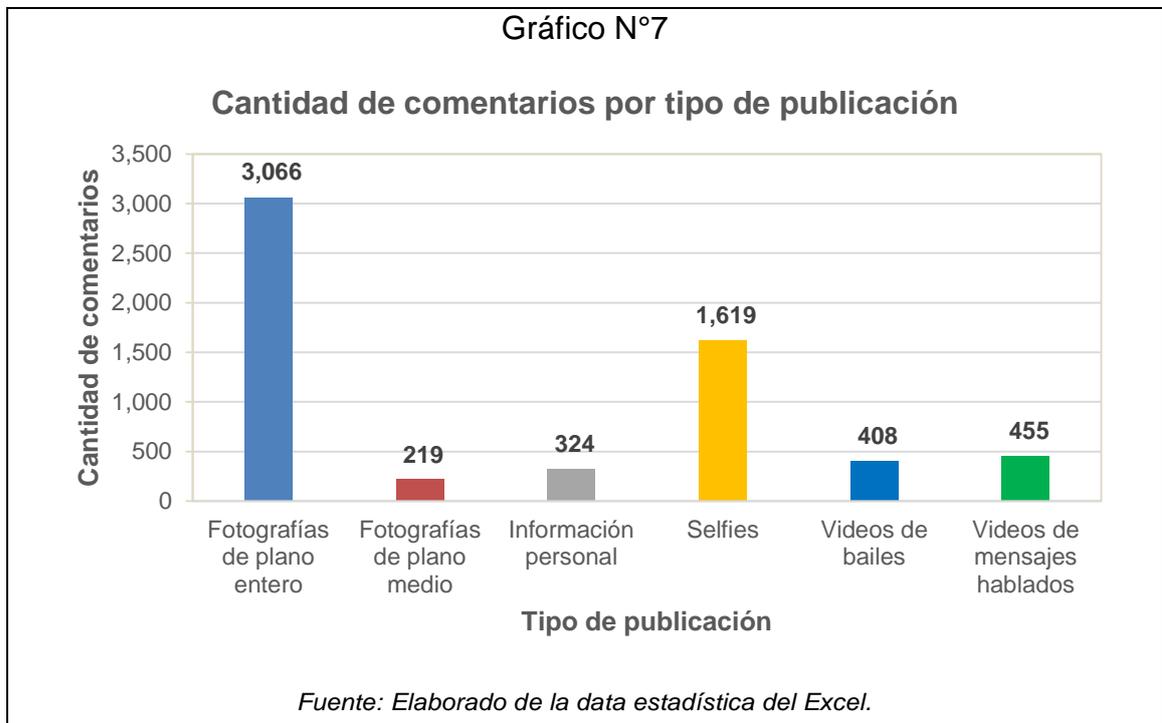
- Las fotografías de plano entero y los selfies son muy aceptados entre sus seguidores al colocar una considerable cantidad de likes (incluyendo reacciones).



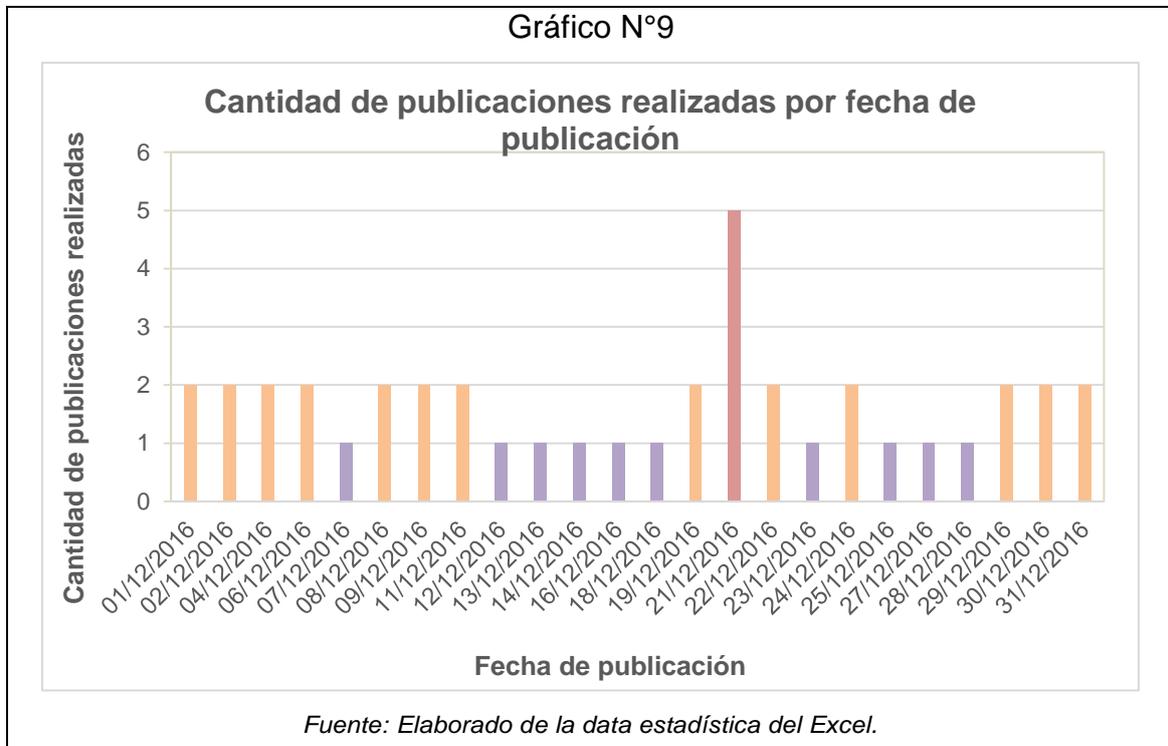
2. Que la tendencia a compartir los post también se aplica en estos dos tipos de publicación: fotografías de plano entero y los selfies.



3. De igual manera, para los comentarios se refleja su aceptación y además se ha comprobado la incitación al erotismo en algunos seguidores.



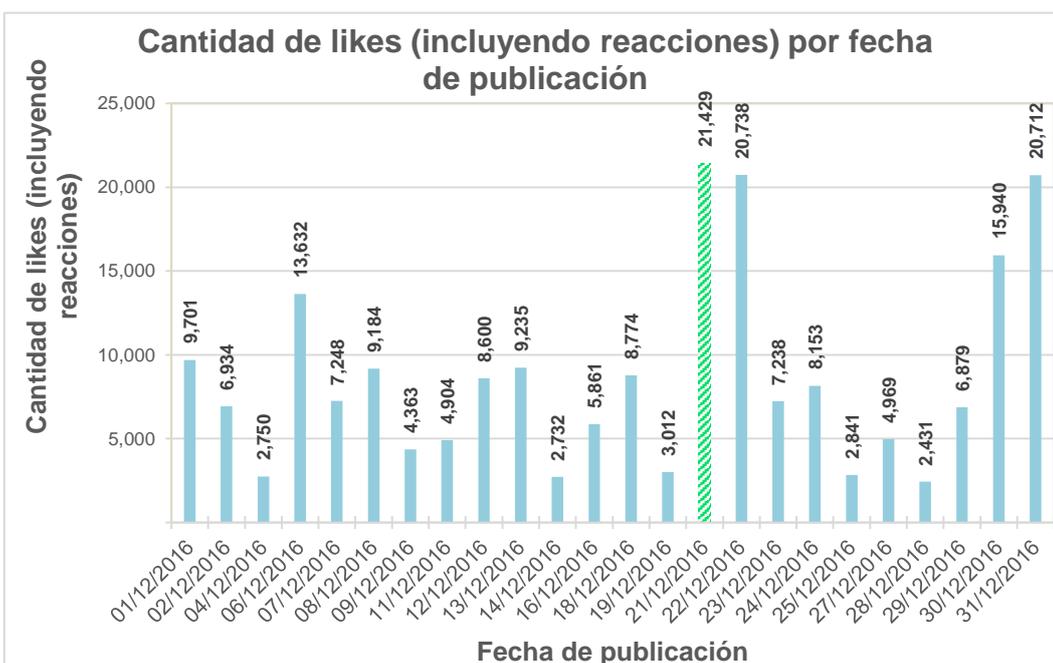
Se deduce también que, según las fichas de observaciones, la fecha con mayor cantidad de posteos fue el 21 de diciembre de 2016 con 5 publicaciones, en 13 fechas solo publicó en 2 ocasiones y en 10 fechas solo 1 vez. Además, no publicó nada en los días 3, 5, 10, 15, 17, 20 y 26 de diciembre de 2016.



Por otro lado, de las 41 publicaciones en diciembre de 2016, se aprecia que en el día 21 llegó al máximo de likes (incluyendo reacciones) con 21 429 seguido de los días 22 y 31 con la cantidad de 20 738 y 20 712 respectivamente.

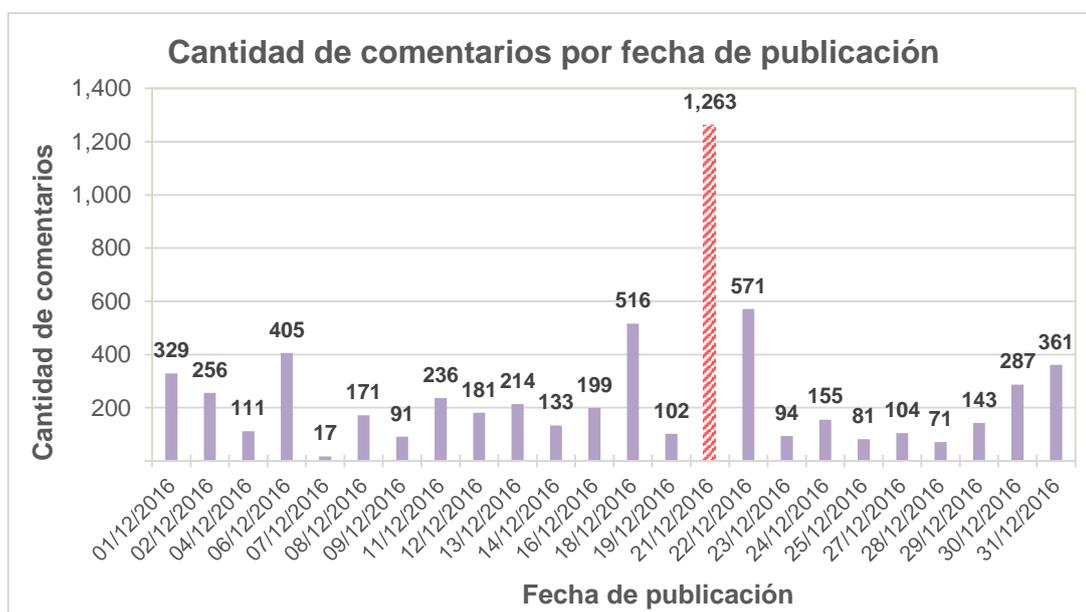
Estas fechas coinciden con las fichas de observaciones n° 24, 26 y 27 del día 21, n° 28 y 29 del día 22 y n° 40 y 41 del día 31; en donde los seguidores son incitados al erotismo según sus comentarios.

Gráfico N°10



Fuente: Elaborado de la data estadística del Excel.

Gráfico N°11

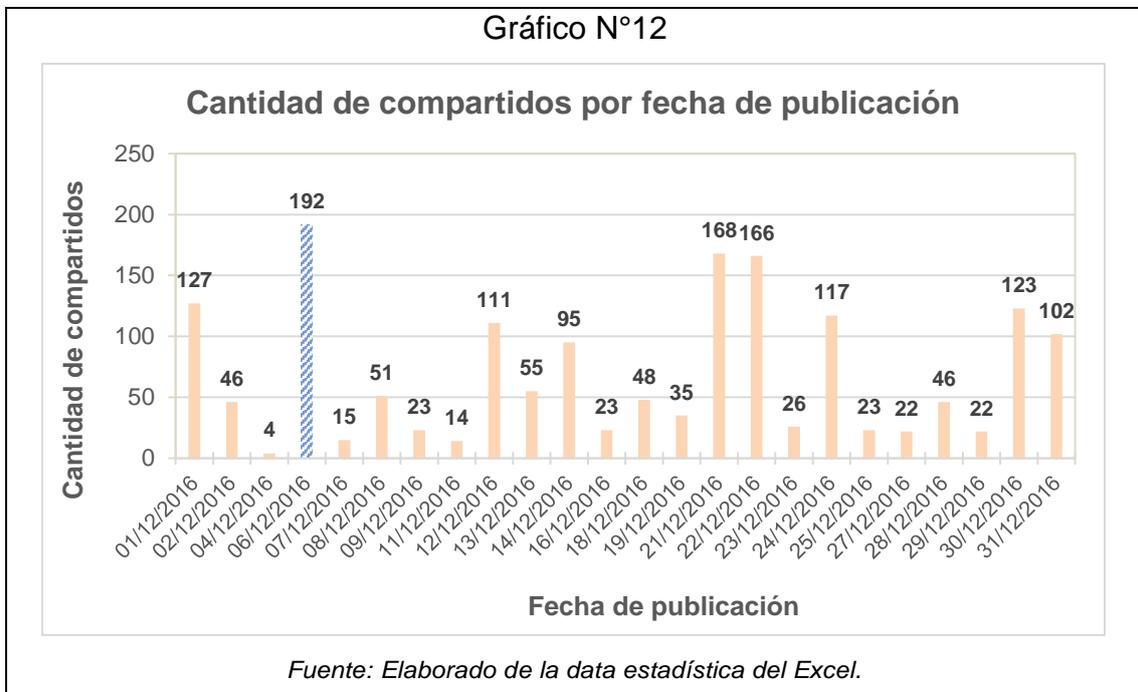


Fuente: Elaborado de la data estadística del Excel.

Y finalmente, en cuanto a las publicaciones compartidas por sus seguidores, resalta en la fecha 6 de diciembre de 2016, con 192 participaciones entre las fichas

n° 7 y 8. Estas publicaciones no incitaron a los seguidores porque se trató la primera de un selfie mostrando sus atributos físicos pero la estrategia empleada para captar seguidores fue el reto de ganar la competencia de baile y entrar en la semifinal, por lo que sus seguidores comentaron felicitaciones y le dieron ánimos para ganar entre tantos otros comentarios de su belleza y capacidades como talento que causa admiración. Y el segundo post, trata de su mascota, ella no sale en la fotografía. En estos dos casos, no incitó al erotismo.

En cuanto a los días 21 y 22, que son los que siguen con mayor cantidad de compartidos, si coinciden con las fichas donde los seguidores demostraron incitación al erotismo.



CONCLUSIONES

PRIMERA

Se incitó al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de las imágenes donde se expone con mayor evidencia sus atributos físicos, diciembre de 2016. El **Facebook** es una herramienta muy poderosa y un personaje público como Rosangela Espinoza ha sabido sacarle mucho provecho para beneficiarse congregando a propios y extraños para conseguir seguidores y estar en el centro de la noticia, usando estrategias como el uso y posteo de fotos en su mayoría de plano entero y selfies como videos que muestran sus atributos físicos.

Como se puede apreciar en todas las fichas de observación y con las respuestas de los entrevistados en las preguntas en donde se toca el punto del uso de esta red social, la incitación alcanza niveles altos.

SEGUNDA

Se incitó al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de los vídeos donde se expone con mayor evidencia sus atributos físicos, diciembre de 2016. El **erotismo** que muestra al postear las fotos e imágenes, acompañados de texto, emoticones y hashtags, de forma sugerente y sensual, ha quedado demostrada como se puede apreciar en las fichas de

observación números: 1, 11, 13, 16, 21, 26, 27, 28, 29, 30, 34, 36, 37, 38, 39, 40 y 41 y con las respuestas de los entrevistados en las preguntas en donde se toca el punto de la incitación al erotismo por parte de sus seguidores, los mismos que representan el 55% del total de publicaciones, más que la mitad y, por consiguiente, se puede concluir que sí incita al erotismo en sus seguidores.

Debe entenderse que estas estrategias al postear consiguieron que sus seguidores vayan en aumento y en ellos crezca el erotismo de forma eficaz, entendiéndose el erotismo como el arte de seducir y crear placer.

TERCERA

Se incitó al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de los diferentes post donde se hace referencia a sus atributos físicos, diciembre de 2016. Así, los **selfies** posteados durante el mes de diciembre del 2016, con sugerentes escotes, influyen directamente en la incitación de sus seguidores y representan el 20% del total de las publicaciones. Mientras que las **fotografías de cuerpo entero** en diminutas prendas que muestran los atributos físicos de la Srta. Rosangela Espinoza, representan del total de posteos el 37% siendo la estrategia más potente para seducir a más seguidores e incitarlos al erotismo.

CUARTA

Se incitó al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de las publicaciones donde se expone con mayor evidencia sus atributos físicos, diciembre de 2016, tal como queda demostrado en los considerandos anteriores.

RECOMENDACIONES

Para continuar profundizando el estudio de este fenómeno mediático sobre la exitosa carrera de la Srta. Rosangela Espinoza López y la manera en la que gana adeptos seguidores con el uso del Facebook en su fanpage oficial (en la que se cataloga como artista y no como una persona pública como se aprecia en otras páginas web de la misma red social) y el manejo inteligente de estrategias de difusión, marketing y publicidad mediante publicaciones de imágenes, fotografías y videos al que les añade ese toque sensual que incita placer y deseo de forma erótica, cabe la oportunidad de recomendar lo siguiente:

PRIMERA

Investigar y analizar el fanpage oficial de Facebook de la Srta. Rosangela Espinoza López por un periodo más largo (por lo menos tres meses) verificando y comprobando la tendencia ascendente de los casos de incitación al erotismo en sus seguidores, tomando en cuenta los comentarios de estos en las publicaciones por fecha pero considerando los comentarios posteriores a ese día (por lo menos de 7 días), puesto que se detectaron comentarios en donde la incitación al erotismo era muy evidente, pero que no se tomaron en cuenta en el análisis de esta investigación, lo que podía haber reforzado aún más la validación de la hipótesis principal.

Para lograr este objetivo hay que seguir utilizando las herramientas de medición como son las fichas de observación y nuevas entrevistas que refuercen criterios

y enriquezcan el análisis, como pueden ser las valiosas opiniones de un periodista especialista en espectáculos y medios de comunicación o como también un sociólogo que puede tener una mirada más holística de los caracteres del manejo y uso de estrategias de publicidad y marketing que lo convierte en un personaje mediático a través de las redes sociales.

SEGUNDA

Adquirir, en cuanto llegue esta tecnología brindada por el Facebook a nuestro país, el buscador Graph Search, un motor de búsqueda social que en la actualidad solo funciona para los usuarios de los EEUU, el cual se aprovecharía mucho en este tipo de investigación ya que al volverse tediosa la búsqueda y lectura de comentarios en una determinada fecha de una publicación de cualquier usuario de Facebook, permitirá encontrar rápidamente comentarios filtrándolos por fechas y horarios, como también por tipo de likes, reproducciones, comparticiones, fotografías, hashtags, etc.

TERCERA

Promover la medición de la incitación al erotismo en otras personas públicas y mediáticas, nacionales o internacionales, hombres o mujeres, y comparar las estrategias empleadas para captar adeptos y, a su vez, poder determinar si la tendencia en esta red social tan poderosa sigue en aumento en este aspecto. Esto nos permitirá entender cómo se maneja la seducción dentro de las redes sociales y de qué forma se manifiestan sus seguidores.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Abundancia, R. (28 de octubre de 2014). *Por qué un selfie erótico te puede subir la autoestima*. Obtenido de El País: <http://smoda.elpais.com/placeres/por-que-un-selfie-erotico-te-puede-subir-la-autoestima/>

Adrian Serrano, J. E. (2008). *Aprendizaje y Desarrollo de la Personalidad*. Tenerife: ESPASA.

Alcántara, M. (7 de febrero de 2001). <http://campus.usal.es>. Recuperado el 8 de julio de 2016, de http://campus.usal.es/~revistas_trabajo/index.php/1130-2887/article/view/2728/2766

Aldaz, E. (Abril de 2016). <http://repositorio.ug.edu.ec/>. Recuperado el 18 de Setiembre de 2016, de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/11198>

Alegsa.com.ar. (25 de julio de 2014). *DICCIONARIO DE INFORMÁTICA Y TECNOLOGÍA* . Obtenido de Definición de Postear : <http://www.alegsa.com.ar/Dic/postear.php>

Alerce.pntic.mec.es. (s.f.). *Google Docs*. Obtenido de http://alerce.pntic.mec.es/bmarco1/pagina_web/googledocs.htm

Álvarez, J. (s.f.). *Razón y Palabra*. Obtenido de <http://www.razonypalabra.org.mx>: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n56/jalvarez.html>

Bandura, A. (1949). *WebSpace*. Recuperado el 3 de 2 de 2015, de <http://webspace.ship.edu/cgboer/banduraesp.html>

BARRIOS, Y. (30 de noviembre de 2015). *La teoría del narcisismo de Sigmund Freud*. Obtenido de PSICOCODE: Psicología y desarrollo personal: <http://psicocode.com/psicologia/la-teoria-del-narcisismo-de-sigmund-freud/>

Barthes, R. (1989). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica S.A.

Bausoño, M. (20 de 03 de 2013). *Unioviedo.es*. Recuperado el noviembre de 2015, de <http://www.unioviedo.es/psiquiatria/docencia/material/PSICOLOGIAMEDICA/2012-13/10PM-PENS.pdf>

BBC NEWS. (7 de junio de 2013). *Autorretratos y medios de comunicación social: El surgimiento de la "selfie"*. Obtenido de <https://translate.google.com.pe/translate?hl=es&sl=en&u=http://www.bbc.com/news/magazine-22511650&prev=search>

Bleger, J. (1999). *Incidencia de la Radio en la Audiencia* (1 ed.). Buenos Aires, Argentina: PAÍDOS.

Boullier, D. (1991). «*Les styles de relation à la télévision*». Paris.

BusinessDictionary . (s.f.). *BusinessDictionary.com*. Obtenido de <http://www.businessdictionary.com/definition/citizen.html>

Cambridge Dictionary. (2017). *pin-up definition*. Obtenido de <http://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/pin-up?q=PIN-UP>

Carbajal, M. (7 de septiembre de 2014). *La era selfie*. Obtenido de PERIÒDICO DIGITAL / PAGINA 12: <https://www.pagina12.com.ar/diario/sociedad/3-254722-2014-09-07.html>

Cárdenas Rodríguez, A. (junio de 2014). *EL PANOPTIKON*. Obtenido de https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjftbTO2L3TAhXCSyYKHTIWBqUQFgghMAA&url=http%3A%2F%2Ftesis.pucp.edu.pe%2Frepositorio%2Fbitstream%2F123456789%2F5754%2F1%2FCARDENAS_RODRIGUEZ_ADOLFO_EL_PANOPTIKON.pdf&usg=AFQjCNEft

Cardenas Rodriguez, A. (Junio de 2014). *El panoptikón 2.0 : redes sociales en la representación del espacio interior de la pintura contemporánea*. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe:8080/repositorio/bitstream/handle/123456789/5754/CARDENAS_RODRIGUEZ_ADOLFO_EL_PANOPTIKON.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carvajal, L. (2006). *Metodología de Investigación. Curso general y aplicado*. (28 ed.). Santiago de Cali. , Colombia: Poemia.

Castillo, R. (2013). *Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales en el estudio universitario de alumnos de antiguo y nuevo ingreso de la Universidad Francisco Gavidia (UFG) sede San Salvador*. Trabajo de cátedra, San Salvador.

CCM.com.net. (abril de 2017). *¿Qué es retwittear?* . Obtenido de <http://es.ccm.net/faq/6352-que-es-retwittear>

CEBRIAN SALAS, M. (5 de noviembre de 2015). <https://riunet.uac.cl>. Recuperado el 7 de 8 de 2016, de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/15102/TFC_Maria%20Marco%20Lozano.pdf?sequence=1

Celdrán, V. (Marzo de 2015). <http://repositorio.upct.es/>. Recuperado el 11 de Setiembre de 2016, de <http://repositorio.upct.es/handle/10317/4570>

Cereijo Furelos, M. (2015). *El “Yo” frente a la cámara*. Obtenido de CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN MEDIANTE EL SELFIE Y EL RETRATO FOTOGRÁFICO: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/58051/CEREIJO%20-%20EL%20YO%20FRENTE%20A%20LA%20C%C3%81MARA.%20CONSTRUCCI%C3%93N%20DE%20LA%20IMAGEN%20MEDIANTE%20EL%20SELFIE%20Y%20EL%20RETRATO%20FOT....pdf?sequence=3>

Chioino Salomón, N. M. (Junio de 2016). *La construcción y reconstrucción de identidades virtuales mediante la publicación de selfies en las redes sociales*. Obtenido de https://www.dropbox.com/s/97upe4xiawtp4x3/Chioino_Salomon_N.pdf?dl=0

Conceptodefinición.de. (2016). *Concepto definición*. Obtenido de Definición de Gamer: <http://conceptodefinicion.de/gamer/>

Consultoría de usabilidad y diseño centrado en el usuario. (Enero de 2016). <http://www.usolab.com/>. Recuperado el 25 de Setiembre de 2016, de http://www.usolab.com/articulos/long_tail.php

De la Fuente García, M. (2008). *Dial/Net*. Recuperado el 5 de 3 de 2015, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2161069>

Definición ABC tu diccionario hecho fácil. (2017). *Definición de Facebook*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/comunicacion/facebook.php>

Definicion.de. (2015). *Definición de VIRAL*. Obtenido de <http://definicion.de/viral/>

Definiciónyque.es. (2017). *Definición y que es*. Obtenido de Definición y que es Fanpage: <http://definicionyque.es/fanpage/>

Del Río García, A. (21 de mayo de 2011). *Facebook y la Teoría de usos y gratificaciones*. Obtenido de FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN: <http://blogs.ua.es/fundamentoscomunicacion/2011/05/21/facebook-y-la-teoria-de-usos-y-gratificaciones/>

Denegri, M. A. (2014). *Poliantea*. (F. Hurtado Ganoza, Ed.) Lima, Perú: Fondo Editorial de la UIGV. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/20.500.11818/558/1/POLIANTEA.pdf#page=69>

Diccionario Libre. (2016). *Diccionariolibre.com*. Obtenido de ¿Cuál es el significado de Facebookero?: <http://diccionariolibre.com/definicion/Facebookero>

DIMITAR, D. (16 de marzo de 2014). *SELFIE INFOGRAPHIC - "SELFIEGRAPHIC" DATOS Y ESTADÍSTICAS*. Recuperado el 25 de febrero de 2017, de Techinfographics: <https://translate.google.com.pe/translate?hl=es&sl=en&u=https://techinfographics.com/selfie-infographic-selfiegraphic-facts-and-statistics/&prev=search>

Egas C., J. (2009). *Nuevos usos sociales de la fotografía. Formas de representación y auto-representación fotográfica en las comunidades virtuales*. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/457/8/T738-MC-Egas-Nuevos%20usos.pdf>

Elihu KATZ, J. B. (1985). *Sociología de la Comunicación de Masas, Tomo 2*. Barcelona: Miquel.

Elihu KATZ, J. G. (1985). *Usos y gratificaciones de la comunicación de masas* (Vol. II). España: Moragas.

Fernández Álvarez, H. (27 de abril de 2010). *El erotismo: una lectura con Georges Bataille*. Obtenido de Carta Psicoanalítica. Psiconálisis en México y en el mundo: <http://www.cartapsi.org/spip.php?article241>

FONTCUBERTA, J. (2 de junio de 2016). Danza sélfica. *EL PAÍS*. Obtenido de http://cultura.elpais.com/cultura/2016/05/27/babelia/1464350594_684335.html

Fontcuberta, J. (27 de abril de 2016). El objetivo afilado de Joan Fontcuberta. (J. Rodríguez Marcos, Entrevistador) Madrid , España: El País. Obtenido de <http://elpaissemanal.elpais.com/documentos/joan-fontcuberta/>

Fontcuberta, J. (27 de setiembre de 2016). 'Selfie' o la vanidad de los pobres. *SOCIABILIDAD DIGITAL*. (P. H. RIAÑO, Entrevistador, & E. L. S.A., Editor) España: El Español. Obtenido de http://www.elespanol.com/cultura/arte/20160927/158734774_0.html

FREEDBERG, D. (2009). *El poder de las imágenes*. Madrid, España: Cátedra.

GONZALES MANTILLA, J. M. (10 de Junio de 2008). <https://repository.javeriana.edu.co>. Recuperado el 20 de 2 de 2016, de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis244.pdf>

GONZALES VILCARROMERO, L. C. (15 de Octubre de 2012). *REPOSITORIO DIGITAL DE TESIS DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ*. Obtenido de La imagen de la mujer en la fotografía publicitaria de perfumes : principales representaciones sociales y estereotipos: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1734/GONZALES_VILCARROMERO_LOURDES_IMAGEN_PERFUMES.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Instagram. (diciembre de 2016). *Rosangela Espinoza Lopez*. Obtenido de <https://instagram.com/rosangelaeslo/>

Ipsos Perú. (2014). *El Perfil del Facebookero*. Obtenido de Resumen ejecutivo, Ipsos Marketing: http://www.ipsos.pe/sites/default/files/marketing_data/Perfil%20del%20facebookero.pdf

Ipsos Perú. (2014). *El Perfil del Facebookero*. Obtenido de Resumen ejecutivo, Ipsos Marketing: http://www.ipsos.pe/sites/default/files/marketing_data/Perfil%20del%20facebookero.pdf

Ipsos Perú. (2014). *El Perfil del Facebookero Perú Urbano 2014*. (I. Perú, Editor, & J. Alvarez, Productor) Recuperado el noviembre de 2016, de Resumen ejecutivo, Ipsos Marketing: http://www.ipsos.pe/sites/default/files/marketing_data/Perfil%20del%20facebookero.pdf

Jiba, N. (5 de Mayo de 2013). Teoría de Usos y Gratificaciones.

Kerschbaum Saona, R. M. (5 de mayo de 2015). *EL FENÓMENO QUE TRASCIENDE EN LA WEB*. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/4197/1/113658.pdf>

Lara Sierra, J. (2006). *Educación Virtual*. *blogspot.pe*. Obtenido de <http://educacionvirtuall.blogspot.pe/2007/04/qu-son-las-comunidades-virtuales.html>

Lasswell, H. (Julio de 2013). *Infoamérica*. Recuperado el 10 de Octubre de 2016, de Infoamérica: <http://www.infoamerica.org/teoria/lasswell1.htm>

MALTEZ A., C. (2013). *HISTORIA Y EVOLUCIÓN DEL SMARTPHONE*. Obtenido de EL SMARTPHONE: <http://smartphoneavancetecnologico.blogspot.pe/p/historia-y-evolucion-del-smartphone.html>

Manrique Gálvez , N. (2016). *Una alucinación consensual. Redes sociales, cultura y socialización*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Manrique, N. (11 de octubre de 2011). *Racismo en red*. Obtenido de Diario La República: <http://larepublica.pe/columnistas/en-construccion/racismo-en-red-11-10-2011>

MarketingDirecto.com. (s.f.). *Heavy user*. Obtenido de Diccionario LID de Marketing Directo e Interactivo: <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/heavy-user>

Martínez, F. (5 de octubre de 2010). *La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales*. Obtenido de II Congreso Internacional Comunicación 3.0: <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/087.pdf>

Mateo del Pino, Á. (2009). *LA LITERATURA ERÓTICA FRENTE AL PODER EL PODER DE LA LITERATURA ERÓTICA*. (L. A. Martínez, Editor, & Universidad de Chile) Obtenido de Cyber Humanitatis: Revista de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad de Chile: <https://web.uchile.cl/publicaciones/cyber/17/tx7.html>

Mejía, J. J. (15 de marzo de 2015). <http://cybertesis.unmsm.edu.pe>. Recuperado el 8 de julio de 2016, de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/cybertesis/4514/Mej%C3%A9Da_pj.pdf?sequence=1

Mejía, J. J. (15 de marzo de 2015). <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/>. Recuperado el 8 de julio de 2016, de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/4514>

Metro World News - Publímetro.pe. (18 de enero de 2014). *El síndrome Selfie, retrato del narcisismo en redes sociales*. Obtenido de <http://publmetro.pe/actualidad/noticia-sindrome-selfie-retrato-narcisismo-redes-sociales-19708>

Morales Serrano, F. (s.f). *Red Dircom*. Obtenido de <http://www.reddircom.org/textos/f-serrano.pdf>

MORENO, J. L. (2010). La Psicología de la Música y Emoción Musical en Adolescentes. *Revista.U.M.ES*, 20-22.

Munguia, P. G. (14 de julio de 2006). <http://cybertesis.unmsm.edu.pe>. Recuperado el 8 de julio de 2016, de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/1290>

MUROLO, N. L. (2014). *HEGEMONÍA DE LOS SENTIDOS Y USOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN POR PARTE DE JÓVENES DEL CONURBANO BONAERENSE SUR. ESTUDIO REALIZADO EN QUILMES 2011-2014*. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/43080/Documento_completo.pdf?sequence=2

Nombre Falso. www.geocities.com/nomfalso. (15 de diciembre de 2012). *Roland Barthes. El mensaje fotográfico*. Obtenido de https://ia801606.us.archive.org/15/items/barthes_978/barthes_el_mensaje_fotografico.pdf

Nosnik, M. d. (1988). *Comunicación organizacional práctica*. México: Trillas.

oxforddictionaries.com. (2017). *English Oxford Living Dictionaries*. Obtenido de <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post>

[Oxforddictionaries.com](http://oxforddictionaries.com). (2017). *English Oxford Living Dictionaries*. Obtenido de <https://en.oxforddictionaries.com/definition/citizen>

Palomino Flores, P. (27 de Junio de 2014). *La presentación de personajes públicos en las redes sociales: construcción de la imagen de Alejandro Toledo en Facebook*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10757/322263>

Parada Hoyl, R. (2010). *La fotografía erótica desencantada de lo erótico "Un estudio de la fotografía erótica contemporánea"*. (F. d. Universidad de Chile, Editor) Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2010/ar-parada_r/pdfAmont/ar-parada_r.pdf

Pérez Porto, J. (2015). *Definición.de*. Obtenido de Definicion.de: Definición de aldea global : <http://definicion.de/aldea-global/>

Pérez, M. (6 de febrero de 2013). <http://tesis.pucp.edu.pe>. Recuperado el 8 de julio de 2016, de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1718>

Pérez, P. G. (2011). Recuperado el 3 de 2 de 2015, de <https://books.google.com.pe/books?id=MAk1389z3qEC&pg=PA16&lpg=PA16&dq=s+ubliminal&source=bl&ots=uJ2zQnEm8S&sig=IUgwOu3OqzSEv94Wye44vJLPuQw&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjY09iRh-PPAhVKgx4KHbaJBgo4ChDoAQhXMAk#v=onepage&q&f=false>

Que duro es ser informático. (7 de noviembre de 2009). *Origen de la palabra "login"*. Obtenido de <https://nosoyfriky.wordpress.com/2009/11/07/origen-de-la-palabra-login/>

QUEZADA VILLAMAR, P. A. (Enero de 2015). *Análisis semiótico de las imágenes que comparten a través de Facebook los estudiantes de segundo año de bachillerato, paralelo "A", especialidad informática, para propiciar un mejor uso de la red social en la unidad educativa pública "Distrito Metropolitana*. Obtenido de https://issuu.com/pucesd/docs/quezada_priscila_-_disertaci__n_de_

Raúl Pérez, J. (29 de mayo de 2016). *Danza sélfica - Joan Fontcuberta*. Obtenido de FotoLamm: <http://fotolamm.blogspot.pe/2016/05/danza-selfica-joan-fontcuberta.html>

Real Academia Española. (s.f.). *Real Academia Española*. Obtenido de dle.rae.es: <http://dle.rae.es/?id=UH8mXZv>

Rojas, C. M. (4 de mayo de 2016). <http://tesis.pucp.edu.pe>. Recuperado el 8 de julio de 2016, de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6823/ROJAS_SUA_REZ_CRISTHIAN_USO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Romero, L. (15 de noviembre de 2015). *EROTISMO EN REDES SOCIALES. "POBREZAFILIA", "PUTIPOBRES", "TAN RICA Y TAN POBRE"*. Obtenido de Quasi Abogados: <https://www.facebook.com/QuasiAbagado/posts/961740803899099:0>

SANCHEZ POZO, A. R. (18 de Octubre de 2010). *www.upla.com.edu.pe*.

Recuperado el 2 de 7 de 2016, de <http://www.upla.pe/colecciones/tesis.html>

Schweinheim, E. (2014). *FOTOGRAFIA "SELFIE", AUTOREFERENCIACIÓN Y CAMBIO TECNOLÓGICO*. Obtenido de Universidad de Palermo:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/20161_65919.pdf

Search mobile Computing. (junio de 2013). *Definition WhatsApp*. Obtenido de <http://searchmobilecomputing.techtarget.com/definition/WhatsApp>

significados.com. (2017). *Significado de Selfie*. Obtenido de Qué es Selfie: <https://www.significados.com/selfie/>

Smeet sites. (s.f.). *es.smeet.com*. Obtenido de <http://es.smeet.com/glosario/internet/blogger>

Sologuren, M. A. (Octubre de 2013). <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/>.

Recuperado el 10 de setiembre de 2016, de

http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/303411/1/sologuren_vm-pub-delfos.pdf

Suárez Quiroga, M. Y. (2012). *Me muestro, me miras, me agregas...Los usos de la fotografía en Facebook por parte de los adolescentes como medio de visibilización*.

Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/7906/1/396249.2012.pdf>

TARAZONA LUJÁN, R. F. (Mayo de 2013). *REPOSITORIO DIGITAL DE TESIS DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ*. Obtenido de Variables

Psicológicas Asociadas al uso de Facebook: Autoestima y Narcisismo en Universitarios.:

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4619/TARAZONA_LUJAN_RENZO_VARIABLES.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Techinfographics.com. (2014). *Selfie Infographic*. Obtenido de

<https://techinfographics.com/wp-content/uploads/2014/03/selfiegraphic-selfie-infographic.png>

Tecne|IDG. Communications S.A. (3 de octubre de 2014). *Historia de la cámara digital del teléfono móvil (2001 – actualidad)*. Obtenido de <https://tecneanalysis.es/2014/10/03/historia-de-la-camara-digital-del-telefono-movil-2001-actualidad/>

Trujillo, J. (30 de mayo de 2016). *Teoría del selfie*. Obtenido de La Razón de Mexico: http://www.razon.com.mx/spip.php?page=columnista&id_article=309297

Vazqu ez, B. (6 de Febrero de 2014). <http://aulacm.com/>. Recuperado el 17 de Setiembre de 2016, de <http://aulacm.com/estrategias-community-manager/>

whatis.com. (diciembre de 2015). *Definition Twitter* . Obtenido de <http://whatis.techtarget.com/definition/Twitter>

Wikipedia. (2016). <https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>. Recuperado el 25 de Setiembre de 2016, de https://es.wikipedia.org/wiki/Ley_de_Metcalf

Wikipedia, c. d. (12 de febrero de 2016). *Nelson Manrique*. (L. e. Wikipedia, Editor) Obtenido de https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Nelson_Manrique&oldid=93643132

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO PRINCIPAL	HIPÓTESIS PRINCIPAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	CATEGORÍAS	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
¿De qué modo incita al erotismo de sus seguidores el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016?	Analizar y describir cómo incita al erotismo de sus seguidores el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016.	Se incitaría al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de las publicaciones donde se expone con mayor evidencia sus atributos físicos, diciembre de 2016.	Las publicaciones del Fanpage de Facebook de Rosangela Espinoza, diciembre 2016.				
PROBLEMAS SECUNDARIOS	OBJETIVOS SECUNDARIOS	HIPÓTESIS SECUNDARIAS	VARIABLE DEPENDIENTE				
¿De qué modo incita al erotismo de sus seguidores las imágenes publicadas en el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016?	Analizar y describir cómo incita al erotismo de sus seguidores las imágenes publicadas en el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016.	Se incitaría al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de las imágenes donde se expone con mayor evidencia sus atributos físicos, diciembre de 2016.	Las publicaciones del Fanpage de Rosangela Espinoza, diciembre de 2016, que incitan al erotismo de sus seguidores.	Imágenes	<ul style="list-style-type: none"> Fotografías de plano entero. Fotografías de plano medio. Selfies. 	Observación Entrevista	Fichas de observación Guía de entrevista
¿De qué modo incita al erotismo de sus seguidores los vídeos publicados en el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016?	Analizar y describir cómo incita al erotismo de sus seguidores los vídeos publicados en el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016.	Se incitaría al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de los vídeos donde se expone con mayor evidencia sus atributos físicos, diciembre de 2016.		Videos	<ul style="list-style-type: none"> Videos de bailes. Videos de mensajes hablados. 		
¿De qué modo incita al erotismo de sus seguidores los post diversos publicados en el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016?	Analizar y describir cómo incita al erotismo de sus seguidores los post diversos publicados en el fanpage del personaje público Rosangela Espinoza, diciembre de 2016.	Se incitaría al erotismo de los seguidores del fanpage de Rosangela Espinoza a través de los diferentes post donde se hace referencia a sus atributos físicos, diciembre de 2016.		Post diversos	<ul style="list-style-type: none"> Información personal. 		

GUÍA DE ENTREVISTA 1 (RECOLECCIÓN DE DATOS)

Dirigido al especialista de redes sociales

Nombre del entrevistado: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

A nivel estadístico:

1. ¿Cuántos likes o “reacciones” debe tener una publicación en un día para que sea exitosa y considerado por el Facebook como un fanpage con potencial económico?
2. ¿Cuántas visitas o reproducciones debe tener un video postado en el Facebook en un día para que sea considerado como tendencia y como un medio de publicidad de artículos o servicios que se “cuelgan” de un video para obtener ganancias?
3. ¿Cuántos seguidores debe tener un fanpage en Facebook para considerarse como una página web importante y rentable de cierta manera?

Según su criterio:

4. ¿Cree que el uso de las redes sociales, en especial el Facebook, es esencial para potenciar la imagen de un personaje público?
5. ¿Con la creación de un fanpage en Facebook cualquiera se puede hacer muy popular al punto de contar con fama internacional?
6. ¿Facebook puede bloquear un fanpage de cualquier persona, así sea o haya sido potencialmente rentable para ellos, si muestran fotos o videos con cierta tendencia erótica? ¿Facebook puede atentar contra la libertad de expresión de un personaje que capta seguidores por su contenido erótico en sus publicaciones?

7. ¿Puede el Facebook diferenciar un fanpage con fotos eróticas de mujeres semidesnudas con fotos de desnudos artísticos pero que no llegan a ser pornográficos?
8. ¿Cree que el Facebook es una red social que puede ser rentable para un personaje público?
9. Según su experiencia, cree que si en el fanpage de Rosangela Espinoza en la opción "Reportar página" como: "Está acosándome a mí o alguien que conozco" o "Creo que no debería estar en el Facebook", sería suficiente para que Facebook lo bloquee. ¿Cuántos reportes de página se necesitarían para que esto suceda?

GUÍA DE ENTREVISTA 2
(RECOLECCIÓN DE DATOS)

Dirigido al reconocido psicólogo

Nombre del entrevistado: xxxxxxxxxxxx

1. ¿Qué cree que busca el personaje público Rosangela Espinoza al postear fotos y videos donde pone de manifiesto sus atributos físicos?
2. Al observar las cantidades de likes o “reacciones”, comentarios o reproducciones y compartidos del posteo de fotos o videos de Rosangela Espinoza en su fanpage del Facebook en sugerentes y sensuales posturas a comparación de posteos en donde no aparece o en su defecto se le observa muy conservadora ¿cree que incita al erotismo de sus seguidores y público en general?
3. ¿Podría decirse que es una estrategia de este personaje para captar más seguidores el postear fotos y videos donde se muestra semidesnuda o con vestuario muy insinuante?
4. ¿Piensa que los seguidores de Rosangela Espinoza en su fanpage de Facebook la colocan como el estereotipo que los representa como un modelo de vida?
5. ¿Algunas de las fotos o videos del fanpage oficial de Rosangela Espinoza en Facebook donde muestra sus atributos físicos, cómo las catalogaría?
6. Según su experiencia, bajo el psicoanálisis del personaje en cuestión, su fanpage del Facebook incita el erotismo en sus seguidores.

GUÍA DE ENTREVISTA 3 (RECOLECCIÓN DE DATOS)

Dirigido al personaje público materia de esta investigación

Nombre de la entrevistada: Rosangela Espinoza López

1. ¿Se considera una mujer sexy?
2. ¿Cuántos fanpage en Facebook tiene aparte de su página oficial?
3. ¿Administra su fanpage oficial de Facebook o tiene asistentes que la apoyan en esta tarea?
4. ¿Desde que se convirtió en un personaje público, con la fama que fue creciendo desde su primera aparición en la pantalla chica, hasta la fecha, cree que su fanpage oficial del Facebook le ha favorecido de alguna manera a mantener esa reputación entre sus seguidores?
5. ¿Es consciente que su belleza atrae a propios y extraños en las redes sociales, en especial en el fanpage oficial del Facebook?
6. ¿Sabe usted que cuando postea una foto en ropa de baño o un video haciendo sus rutinas en el gym, capta más seguidores y obtiene miles de likes o “reacciones”, muy buenos comentarios como también muchas reproducciones y comparticiones, a diferencia de cuando postea a su mascota?
7. ¿Responde a los comentarios que le hacen en su fanpage oficial del Facebook, ya sean de sus entusiastas seguidores o de sus detractores?
8. ¿Qué beneficios ha encontrado en tener un fanpage oficial en Facebook? ¿es económicamente rentable?
9. ¿Es consciente de que usted representa el estereotipo de mujer y un modelo de vida a seguir de muchas mujeres, en especial de niñas y adolescentes?

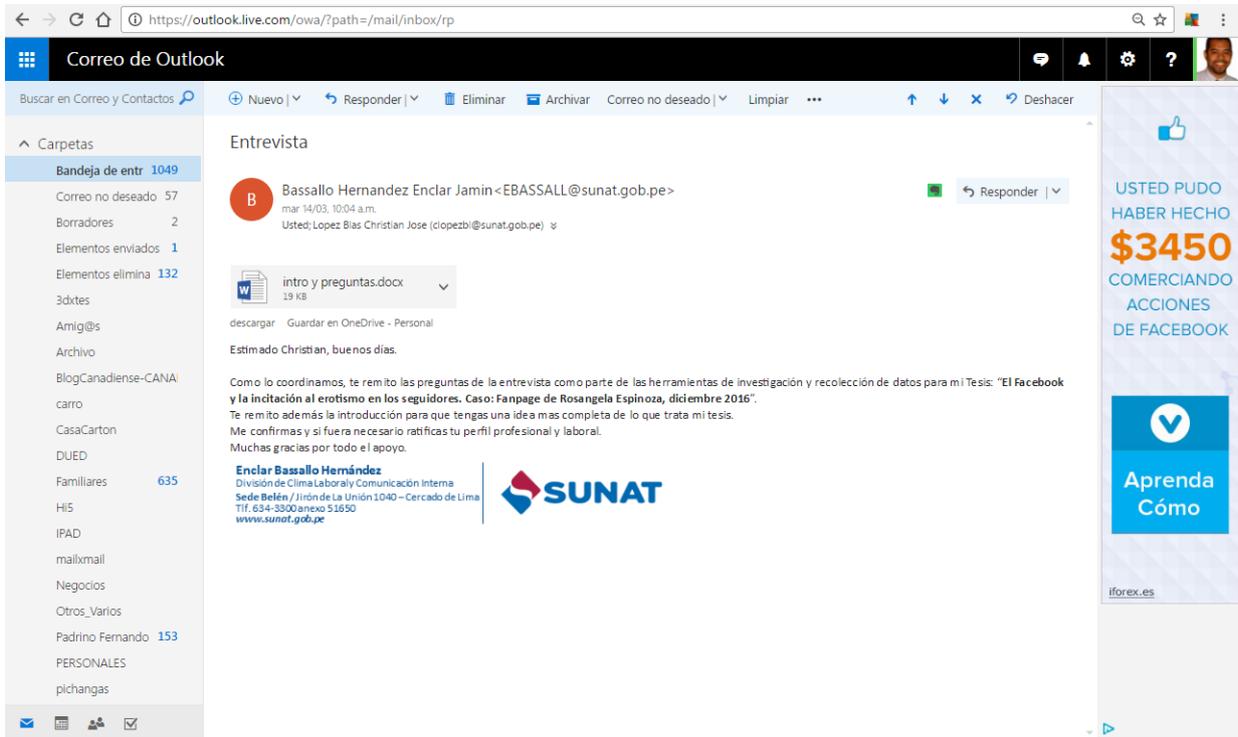
10. ¿Cree que sus fotos y videos en su fanpage oficial del Facebook mostrando sus atributos físicos incita el erotismo entre sus seguidores?

**FICHA DE OBSERVACIÓN
(RECOLECCIÓN DE DATOS DEL FACEBOOK)**

N° de publicación:	Fecha de la publicación:	Hora:
Recurso audiovisual:		
Tipo de Publicación:		Lugar de la publicación:
Imágenes	Fotografías de plano entero.	
	Fotografías de plano medio.	
	Selfies	
Videos	Vídeos de bailes.	
	Vídeos de mensajes hablados.	
Post diversos	Información personal.	
		Facebook oficial
Estrategia empleada:		
Alcance de la publicación:		
N° de likes (Incluye reacciones):		
N° de Compartidos:		
N° de comentarios:		
Interacción con la publicación:		

OTROS

ENTREVISTA 1



De: Lopez Blas Christian Jose
Enviado el: viernes, 24 de marzo de 2017 12:15 p.m.
Para: Bassallo Hernandez Enclar Jamin
Asunto: RE: Entrevista

Enclar, chequéalo

¿Cree que el uso de las redes sociales, en especial el Facebook, es esencial para potenciar la imagen de un personaje público?

Es sumamente útil, siempre y cuando se trabaje en función de un plan estratégico. Ahora, así como las RRSS pueden potenciar la imagen pública, también es una herramienta que puede ser utilizada para desprestigiar en cuestión de minutos la imagen pública. Por eso es importante que el manejo de la cuenta oficial de un personaje público sea hecho por un profesional. Es vital recordar que dicho personaje público se convierte en una especie de producto y, por lo tanto, debe cuidar su imagen tanto en el plano offline como online.

¿Con la creación de un fanpage en Facebook cualquiera se puede hacer muy popular al punto de contar con fama internacional?

Facebook es la red social con mayor alcance mundial, por lo tanto, un fanpage con buen contenido, certificado y con niveles de interacción altos, podrían estar

considerados en el topten. Insisto no se trata de postear por postear para conseguir más likes, es prioritario que el contenido posteadado sea de calidad.

¿Facebook puede bloquear un fanpage de cualquier persona, así sea o haya sido potencialmente rentable para ellos, si muestran fotos o videos con cierta tendencia erótica? ¿Facebook puede atentar contra la libertad de expresión de un personaje que capta seguidores por su contenido erótico en sus publicaciones?

Facebook tiene ciertas normas de comunidad, que si son violentadas procede a eliminar las cuentas. Normalmente se elimina las cuentas cuando un usuario las denuncia, pero Facebook excepcionalmente también las puede eliminar.

¿Puede el Facebook diferenciar un fanpage con fotos eróticas de mujeres semidesnudas con fotos de desnudos artísticos pero que no llegan a ser pornográficos?

Facebook es muy estricto al respecto y tiene una norma que te comparto: Desnudos

A veces, la gente comparte desnudos con un fin determinado, por ejemplo, campañas de concientización o proyectos artísticos. Restringimos la exhibición de desnudos para evitar que determinados sectores de nuestra comunidad mundial que muestran una especial sensibilidad ante ellos se puedan sentir mal, en particular, por su contexto cultural o su edad. Para tratar a todos de una forma justa y responder a los reportes con rapidez, es fundamental contar con políticas que nuestros equipos en todo el mundo puedan aplicar fácilmente y con uniformidad al revisar el contenido. Como resultado, nuestras políticas pueden ser a veces más directas de lo que nos gustaría y restringir contenido compartido con fines legítimos. Trabajamos constantemente para mejorar la evaluación de este contenido y la aplicación de nuestras normas.

Eliminamos fotografías que muestren los genitales o las nalgas en su totalidad y de una forma directa. También restringimos algunas imágenes de senos femeninos si se muestra el pezón, pero siempre permitimos fotos de mujeres amamantando o que muestren los pechos con cicatrices por una mastectomía. También permitimos fotografías de pinturas, esculturas y otras obras de arte donde se muestren figuras desnudas. Las restricciones sobre la exhibición de desnudos y actividades sexuales también se aplican al contenido digital, a menos que dicho contenido se publique con fines educativos, humorísticos o satíricos. Se prohíben las imágenes explícitas de relaciones sexuales. También podemos eliminar descripciones de actos sexuales que sean demasiado gráficas.

¿Cree que el Facebook es una red social que puede ser rentable para un personaje público?

Claro que sí, toda vez que un personaje, y lo vemos todos los días, anuncia productos o servicios en las fanpages de otras marcas o en su propia cuenta.

Según su experiencia, cree que si en el fanpage de Rosangela Espinoza en la opción "Reportar página" como: "Está acosándome a mí o alguien que conozco" o "Creo que no debería estar en el Facebook", sería suficiente para que Facebook lo bloquee. ¿Cuántos reportes de página se necesitarían para que esto suceda?

Con un solo reporte Facebook puede proceder a eliminar una cuenta, siempre y cuando viole sus normas comunitarias.

De: Lopez Blas Christian Jose

Enviado el: martes, 21 de marzo de 2017 11:55 a.m.

Para: Bassallo Hernandez Enclar Jamin

Asunto: RV: Entrevista

¿Cuántos seguidores deben tener un fanpage en Facebook para considerarse como una página web importante y rentable de cierta manera?

El número de seguidores no refleja que un fanpage sea más importante que otro, ese indicador es relativo. El contenido, la calidad de seguidores y comentarios, así como la interacción, convierten a una fanpage en atractiva.

De: Lopez Blas Christian Jose

Enviado el: martes, 21 de marzo de 2017 10:18 a.m.

Para: Bassallo Hernandez Enclar Jamin

Asunto: RE: Entrevista

Pregunta 2

¿Cuántas visitas o reproducciones deben tener un video postado en el Facebook en un día para que sea considerado como tendencia y como un medio de publicidad de artículos o servicios que se "cuelgan" de un video para obtener ganancias?

Para ser tendencia se requiere algunos elementos: un buen hashtag, poco tiempo, cantidad de compartidos, mensaje potente, audiencia. Ya sea video, infografía, gráfico o un simple mensaje, para ser tendencia requerirán unir todo lo anterior y ponerlo en práctica en poco. No obstante, existen temas que pueden ser tendencia por más de un día, esto dependerá de la creación permanente de nuevo contenido bajo un gran paraguas, es decir un hashtag, por ejemplo: #UnaSolaFuerza.

De: Lopez Blas Christian Jose
Enviado el: martes, 21 de marzo de 2017 10:05 a.m.
Para: Bassallo Hernandez Enclar Jamin
Asunto: RE: Entrevista

Pregunta 1

¿Cuántos likes o “reacciones” debe tener una publicación en un día para que sea exitosa y considerado por el Facebook como un fanpage con potencial económico?

La cantidad de likes no hace que un post sea más exitoso que otro. Existen otros indicadores como por ejemplo, el tono del comentario, es decir si es positivo o negativo, los mismo que pueden hacer exitoso o no un post. Es muy importante la interacción que genera un post, esto es un comentario o compartido que a la vez sea replicado. Es importante también que la cuenta oficial aproveche los comentarios efectuados a fin de generar “engagement”.

De: Bassallo Hernandez Enclar Jamin
Enviado el: lunes, 20 de marzo de 2017 03:44 p.m.
Para: Lopez Blas Christian Jose
Asunto: RE: Entrevista

Gracias!!!

De: Lopez Blas Christian Jose
Enviado el: lunes, 20 de marzo de 2017 03:42 p.m.
Para: Bassallo Hernandez Enclar Jamin
Asunto: RE: Entrevista

No te preocupes, te lo mando por la noche

De: Bassallo Hernandez Enclar Jamin
Enviado el: martes, 14 de marzo de 2017 10:02 a.m.
Para: Lopez Blas Christian Jose
CC: Enclar Bassallo
Asunto: Entrevista

Estimado Christian, buenos días.

Como lo coordinamos, te remito las preguntas de la entrevista como parte de las herramientas de investigación y recolección de datos para mi Tesis: **“El Facebook y la incitación al erotismo en los seguidores. Caso: Fanpage de Rosangela Espinoza, diciembre 2016”**.

Te remito además la introducción para que tengas una idea más completa de lo que trata mi tesis. Me confirmas y si fuera necesario ratificas tu perfil profesional y laboral. Muchas gracias por todo el apoyo.



FACULTAD COMUNICACIONES TURISMO PSICOLOGÍA POSGRADOS INSTITUTOS DE INVESTIGACIÓN EPU ZONA DE PRENSA

INSTITUTOS DE INVESTIGACIÓN

Ciencias de la Comunicación
Turismo y Hotelería
Psicología

- [Instituto de Investigación](#)
- [Objetivos](#)
- [Equipo de Investigadores externos](#)
- [Semillero de Investigación](#)

- [Dirección](#)
- [Equipo de Investigadores Internos](#)
- [Correspondencias y Análisis](#)

Equipo de investigadores externos

CHRISTIAN LÓPEZ BLAS



Christian López Blas
Licenciado en Ciencias de la Comunicación, con estudios de maestría en Relaciones Públicas por la Universidad San Martín de Porres e Historia por la Universidad Mayor de San Marcos. Asimismo, con estudios de Alta Especialización en Responsabilidad Social por la Universidad ESAN y Comunicación Corporativa en Gerens. Ha laborado en el Grupo RPP como subeditor web y docente universitario en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USMP. Además, se desempeñó como Social Media Manager en OSIPTEL y actualmente labora en la Gerencia de Comunicaciones de la SUNAT, a cargo de la estrategia digital.

ENTREVISTA 2

https://outlook.live.com/owa/?path=/mail/inbox/rp

Correo de Outlook

Buscar en Correo y Contactos

Nuevo | Responder | Eliminar | Archivar | Correo no deseado | Limpiar | Deshacer

Carpetas

- Bandeja de entr 1013
- Correo no deseado 57
- Borradores 2
- Elementos enviados 1
- Elementos elimina 167
- 3dxtes
- Amig@s
- Archivo
- BlogCanadiense-CANA
- carro
- CasaCarton
- DUED
- Familiares 635
- HiS
- IPAD
- mailxmail
- Negocios
- Otros_Varios
- Padrino Fernando 153
- PERSONALES
- pichangas

RV: Encuesta

B Bassallo Hernandez Enclar Jamin <EBASSALL@sunat.gob.pe>
jue 30/03, 02:39 p.m.
Usted

encuesta.docx
13 KB

descargar Guardar en OneDrive - Personal

Enclar Bassallo Hernández
División de Clima Laboral y Comunicación Interna
Sede Belén / Jirón de La Unión 1040 - Cercado de Lima
Tlf. 634-3300 anexo 51850
www.sunat.gob.pe

SUNAT

De: Lozano Calmet Walter
Enviado el: jueves, 30 de marzo de 2017 02:09 p.m.
Para: Bassallo Hernandez Enclar Jamin
Asunto: RV: Encuesta

MI hermano:
Ahi te paso las respuestas.
Saludos,
Walter

De: ____@colegiopsicologoslima.com.pe]
Enviado el: jueves, 30 de marzo de 2017 01:56 p.m.
Para: Lozano Calmet Walter
Asunto: Encuesta

USTED PUDO HABER HECHO \$3450 COMERCIANDO ACCIONES DE FACEBOOK

Aprenda Cómo

iforex.es

https://outlook.live.com/owa/?path=/mail/inbox/rp

Correo de Outlook

Buscar en Correo y Contactos

Nuevo | Responder | Eliminar | Archivar | Correo no deseado | Limpiar | Deshacer

Carpetas

- Bandeja de entr 1011
- Correo no deseado 57
- Borradores 2
- Elementos enviados 1
- Elementos elimina 169
- 3dxtes
- Amig@s
- Archivo
- BlogCanadiense-CANA
- carro
- CasaCarton
- DUED
- Familiares 635
- HiS
- IPAD
- mailxmail
- Negocios
- Otros_Varios
- Padrino Fernando 153
- PERSONALES
- pichangas

B Bassallo Hernandez Enclar Jamin <EBASSALL@sunat.gob.pe>
jue 30/03, 04:45 p.m.
Usted, Lozano Calmet Walter (WLOZANO@sunat.gob.pe)

Ok. Gracias por el apoyo.

Enclar Bassallo Hernández
División de Clima Laboral y Comunicación Interna
Sede Belén / Jirón de La Unión 1040 - Cercado de Lima
Tlf. 634-3300 anexo 51850
www.sunat.gob.pe

SUNAT

De: Lozano Calmet Walter
Enviado el: Jueves, 30 de marzo de 2017 04:40 p.m.
Para: Bassallo Hernandez Enclar Jamin
Asunto: RE: Encuesta

Provocativas... muy sugerentes que incitan al erotismo de una u otra manera.

De: Bassallo Hernandez Enclar Jamin
Enviado el: jueves, 30 de marzo de 2017 04:33 p.m.
Para: Lozano Calmet Walter
Cc: ____@colegiopsicologoslima.com.pe]
Asunto: RE: Encuesta

Solo faltó esta pregunta.

1. ¿Algunas de las fotos o videos del fanpage oficial de Rosangela Espinoza en Facebook donde muestra sus atributos físicos, cómo las catalogaría?

Enclar Bassallo Hernández
División de Clima Laboral y Comunicación Interna
Sede Belén / Jirón de La Unión 1040 - Cercado de Lima
Tlf. 634-3300 anexo 51850
www.sunat.gob.pe

SUNAT

USTED PUDO HABER HECHO \$3450 COMERCIANDO ACCIONES DE FACEBOOK

Aprenda Cómo

iforex.es

RV: Encuesta

Bassallo Hernandez Enclar Jamin <EBASSALL@sunat.gob.pe>

Responder|

jue 30/03, 04:45 p.m.

Usted;

Lozano Calmet Walter (WLOZANO@sunat.gob.pe)

Ok. Gracias por el apoyo.

De: ____@colegiodepsicologoslima.com.pe]

Enviado el: jueves, 30 de marzo de 2017 04:40 p.m.

Para: Bassallo Hernandez Enclar Jamin

Cc: Lozano Calmet Walter

Asunto: RE: Encuesta

Provocativas... muy sugerentes que incitan al erotismo de una u otra manera.

De: Bassallo Hernandez Enclar Jamin

Enviado el: jueves, 30 de marzo de 2017 04:33 p.m.

Para: Lozano Calmet Walter

Cc: ____@colegiodepsicologoslima.com.pe]

Asunto: RE: Encuesta

Solo faltó esta pregunta.

¿Algunas de las fotos o videos del fanpage oficial de Rosangela Espinoza en Facebook donde muestra sus atributos físicos, cómo las catalogaría?

De: Lozano Calmet Walter

Enviado el: jueves, 30 de marzo de 2017 02:09 p.m.

Para: Bassallo Hernandez Enclar Jamin

Cc: ____@colegiodepsicologoslima.com.pe]

Asunto: RV: Encuesta

Mi hermano:

Ahí te paso las respuestas.

Saludos,

Walter

De: ____@colegiodepsicologoslima.com.pe]

Enviado el: jueves, 30 de marzo de 2017 01:56 p.m.

Para: Lozano Calmet Walter

Asunto: Encuesta

1.- Rosangela Espinoza busca notoriedad ya que ella es un personaje público, pero no mediático. Ella se hizo mucho más famosa gracias al gran show y esto es muy importante ya que así aprovecha todas las oportunidades laborales que se les puede presentar y actualmente lo está consiguiendo ya que ha realizado videos en el extranjero, comerciales, programas, etc. Para ella es muy importante utilizar su Facebook mostrando todas sus fotos sensuales que de una u otra manera vende publicidad porque caso contrario podría pasar desapercibida.

2.- Rosangela Espinoza tiene fotos muy sensuales y eso incita al erotismo, sobre todo, al género masculino, definitivamente solo mostrando su cuerpo podría ganar adeptos y seguidores, ya que su cuerpo es parte de su trabajo.

3.-Por supuesto que es una estrategia, ya que es la manera de vender y así lograr sus objetivos que desde ya está dando resultados teniendo muchas más oportunidades de trabajo y gracias al Facebook tendrán mucho más seguidores y se promociona aún más.

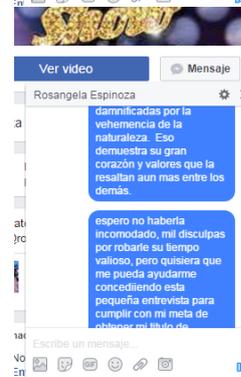
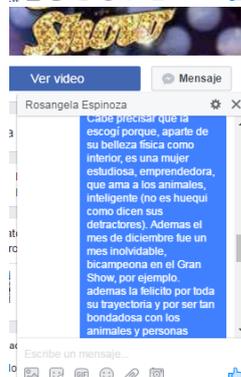
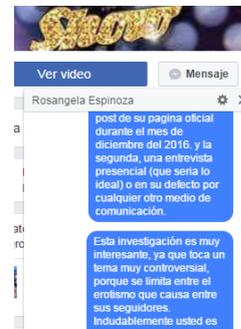
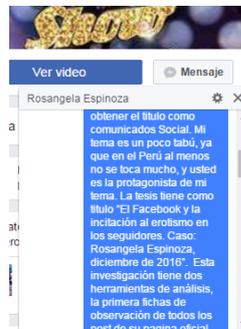
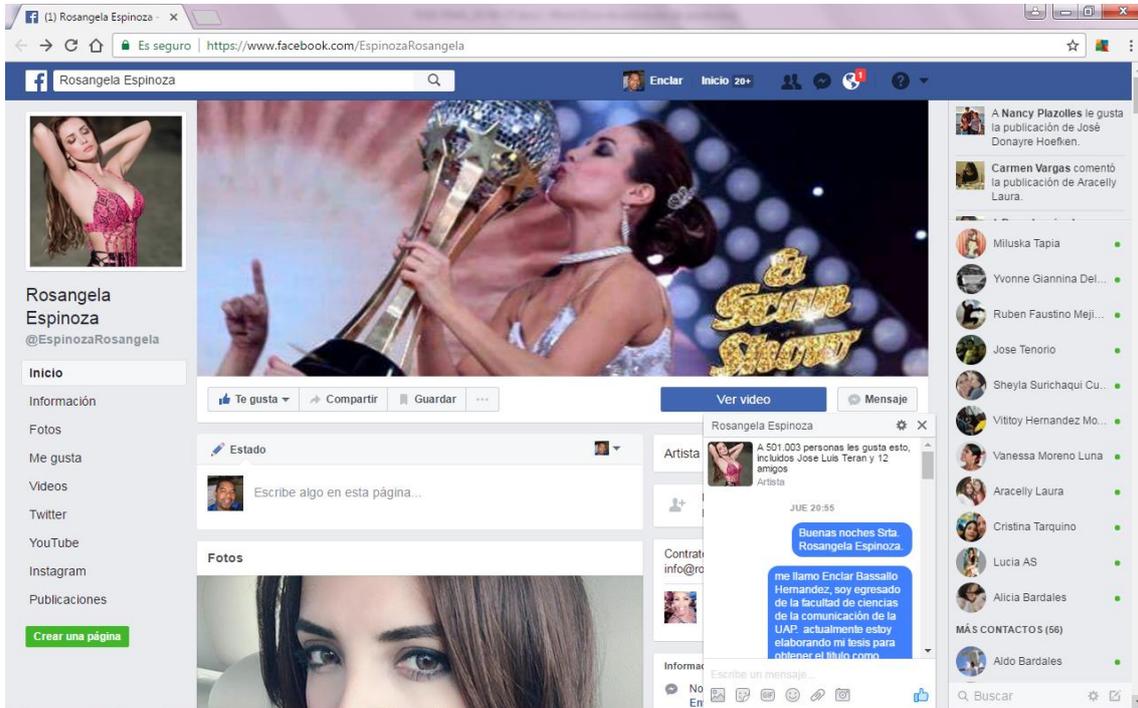
4.- No creo que sea un estereotipo de sus seguidores, eso pasa a ser un gusto aunque cada uno tiene su manera de pensar, para mí no es un modelo de vida.

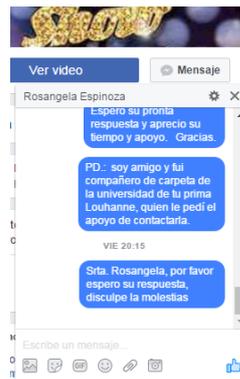
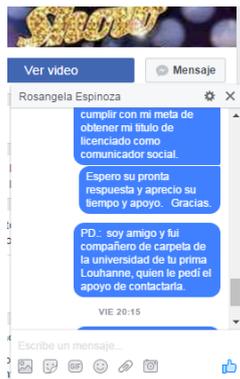
5.- Si incita al erotismo con el género masculino y con esas fotos puede inducir a los hombres a que realicen muchas cosas con sólo observarlas.

Entrevista 3

Considerado como una limitación en esta investigación.

Solicitud de entrevista desde mensaje de su página oficial de Facebook:





Textualmente:

JUE 20:55

Buenas noches Srta. Rosangela Espinoza.

Me llamo Enclar Bassallo Hernandez, soy egresado de la facultad de ciencias de la comunicación de la UAP. Actualmente estoy elaborando mi tesis para obtener el título como comunicados Social. Mi tema es un poco tabú, ya que en el Perú al menos no se toca mucho, y usted es la protagonista de mi tema. La tesis tiene como título “El Facebook y la incitación al erotismo en los seguidores. Caso: Rosangela Espinoza, diciembre de 2016”. Esta investigación tiene dos herramientas de análisis, la primera, fichas de observación de todos los post de su página oficial durante el mes de diciembre del 2016. y la segunda, una entrevista presencial (que sería lo ideal) o en su defecto por cualquier otro medio de comunicación.

Esta investigación es muy interesante, ya que toca un tema muy controversial, porque se limita entre el erotismo que causa entre sus seguidores. Indudablemente usted es una mujer muy linda y sensual, con un ángel muy especial y por ello el éxito de su carrera. Con mi investigación pretendo comprobar y validar mi hipótesis de que las fotos y videos de alto contenido sensual, si incitan a sus seguidores, y de ninguna manera piense usted que la califiquo en esta investigación, solo me centro en sus seguidores.

Cabe precisar que la escogí porque, aparte de su belleza física como interior, es una mujer estudiosa, emprendedora, que ama a los animales, inteligente (no es huequi como dicen sus detractores). Además el mes de diciembre fue un mes inolvidable, bicampeona en el Gran Show, por ejemplo. Además la felicito por toda su trayectoria y por ser tan bondadosa con los animales y personas damnificadas por la vehemencia de la naturaleza. Eso demuestra su gran corazón y valores que la resaltan aún más entre los demás.

Espero no haberla incomodado, mil disculpas por robarle su tiempo valioso, pero quisiera que me pueda ayudarme concediendo esta pequeña entrevista para cumplir con mi meta de obtener mi título de licenciado como comunicador social.

Espero su pronta respuesta y aprecio su tiempo y apoyo. Gracias.

PD.: soy amigo y fui compañero de carpeta de la universidad de tu prima Louhanne, quien le pedí el apoyo de contactarla.

VIE 20:15

Srta. Rosangela, por favor espero su respuesta, disculpe las molestias