

TFG

EL SELFIE Y LA PINTURA. UN VIAJE A TRAVÉS DEL ESPEJO

Presentado por Gemma Oltra Monzó
Tutor: Alberto Gálvez Giménez

Facultat de Belles Arts de Sant Carles
Grado en Bellas Artes
Curso 2020-2021



**UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA**



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

RESUMEN

En la era de la digitalización y la individualización en este trabajo final de grado se propone una manera de afrontar el *selfie* desde un punto de vista más personal y pictórico. Para ello se analizará el fenómeno del *selfie* de forma breve y se estudiará su relación con el mundo del arte. El estudio se complementará con una serie de ejercicios prácticos en los que se pretende tratar el *selfie* de una manera pictórica a través de la creación de espacios y ambientes más bien surrealistas con mero propósito contemplativo y disfrute.

PALABRAS CLAVE

Pintura, *selfie*, *Instagram*, *mirror pic*, redes sociales, *body positive*.

RESUM

En plena era de la digitalització i la individualització en aquest treball fi de grau es proposa una manera d'afrontar el *selfie* des d'un punt de vista més personal i pictòric. Per això s'analitzarà el fenomen del *selfie* de manera breu i s'estudiarà la seua relació amb el món de l'art. L'estudi se'n complementarà amb una serie d'exercicis pràctics amb els que es preté tractar el *selfie* d'una manera pictòrica a través de la creació d'espais i ambients més bé surrealistes y amb una finalitat contemplativa y gauditiva.

PARAULES CLAU

Pintura, *selfie*, *Instagram*, *mirror pic*, *xarxes socials*, *body positive*.

ABSTRACT

In the era of individuality and digital media, on this final grade Project is proposed a way to face front the selfie from a more personal and pictorial point of view. For this, the phenomenon of selfie will be briefly analyzed and will be studied their relationship with the art world. The study will be complemented with a serie of practical exercises in witch the intention is to treat the selfie in a pictorial way through the creation of rather surreal spaces and environments with mere contemplative and enjoyable purposes.

KEYWORDS

Painting, selfie, Instagram, mirror pic, social media, body positive

"En el aurora de nuestra juventud, las escenas que el arte nos describe exhibense brillantes delante de nuestra vista, y henos aquí, atormentados por el deseo de verlas realizadas. El joven espera su vida bajo la forma de una novela interesante."

Arthur Schopenhauer, Arte del buen vivir, 1986.

"Yo soy mi propia musa. Yo soy el aspecto que mejor conozco. El aspecto que quiero mejorar."

Oroma Elewa

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	9
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	10
2.1. OBJETIVOS GENERALES.....	10
2.1.1. Objetivos específicos.....	10
2.2. METODOLOGÍA.....	10
3. MARCO CONCEPTUAL.....	11
3.1. EL <i>SELFIE</i> O <i>SELF SHOT</i>	11
3.1.1. Clasificación del <i>selfie</i>	11
3.1.1.1. El <i>mirror pic</i>	11
3.1.1.2. El <i>selfie</i> primitivo.....	12
3.1.1.3. El <i>selfie</i>	13
3.1.1.4. Otros tipos de autorretrato digital.....	13
3.1.2. Popularización y viralización del <i>selfie</i>	15
3.2. EL ESPEJO.....	16
3.2.1. Simbología del espejo.....	16
3.2.1.1. El espejo como objeto literario.....	16
3.2.1.2. El espejo en la pintura.....	18
3.2.2. El espejo como elemento conformador del <i>mirror pic</i> ..	19
3.3. INSTAGRAM COMO MEDIO DE PROYECCIÓN DEL <i>SELFIE</i>	20
3.3.1. <i>Influencers</i>	21
3.3.2. <i>Body positive</i> y otros movimientos sociales.....	23
4. MARCO REFERENCIAL.....	25
4.1. REFERENTES PICTÓRICOS.....	25
4.1.1. Joaquim Sorolla.....	25
4.1.2. Lawrence Alma-Tadema.....	26
4.2. REFERENTES CONTEMPORANEOS.....	26
4.2.1. Estética <i>Vaporwave</i>	26
4.2.1.1. Jee Won Park.....	27
4.2.2. Dain Yoon.....	27
5. PROCESO DE TRABAJO.....	29
5.1. Experimentación y tanteo.....	29
5.1.1. Primera toma de contacto.....	29
5.1.2. Segundo intento.....	30
5.1.3. Acercamiento al motivo del proyecto.....	31
5.2. Producción de la obra.....	32
6. CONCLUSIONES.....	40
7. BIBLIOGRAFÍA.....	41

1. INTRODUCCIÓN

En mitad del bullicio de la ciudad es casi inevitable anhelar territorios los cuales podríamos definir casi como vírgenes. Viviendo habitualmente en la urbe a veces surge la necesidad de verse envuelto por la naturaleza. De ahí la cesión de cierto espacio de la ciudad para la construcción de parques, jardines o la adaptación de parajes naturales.

Hay quien puede permitirse viajar y descubrir, incluso permanecer en estos parajes. Muchas veces, tras el viaje, lo que queda a parte del recuerdo, suele ser una o varias imágenes fotográficas. De manera habitual esta imagen suele ser un *selfie*. Y a poder ser, en algún rincón o monumento globalmente famoso en el que dejar constancia de que se ha estado, o bien con algún fantástico paisaje de fondo.

Por eso, y a partir de estas ideas propongo una serie de pinturas en la que los protagonistas son el *selfie* y el espacio. En estas piezas pretendo alejarme de la negatividad que nos rodea escapando así, a lugares idílicos. Espacios que de algún modo invitan a la relajación y la contemplación.

La primera parada del viaje será la pieza llamada “Despertar”. Un viaje más allá de la superficie, en este caso de un espejo que refleja cuatro paredes de un habitáculo que forma parte de una gran colmena de edificios.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1. OBJETIVOS GENERALES

- Definir de forma teórica el concepto del *selfie* y estudiar sus características y relaciones conceptuales.
- Crear un argumento pictórico cuya referencia sea el *selfie*.

2.1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Ahondar en la representación de espacios mediante el óleo.
- Valorar la parte positiva y fomentar el buen uso de las redes sociales.

2.2. METODOLOGÍA

La metodología utilizada para lograr los objetivos comentados anteriormente es la siguiente:

- Una recopilación de fuentes bibliográficas previas para situar conceptualmente el tema abordado.
- Una compilación de imágenes que apoyen y ejemplifiquen el contenido teórico.
- La realización de diversas auto-fotografías en el estudio que servirán como referencia a la hora de llevar a cabo el procedimiento pictórico.
- Un análisis y recopilación de imágenes de diferentes redes sociales como *Pinterest*, *Tumblr* e *Instagram* que servirán de inspiración para la ejecución del mismo.
- Una selección de las imágenes recopiladas con intención de proseguir con el fotomontaje de estas primeras fotografías con las segundas mediante la aplicación de móvil *Polish*.
- Finalmente la producción de la obra utilizando como medio el óleo y piezas de contrachapado imprimadas previamente a la creta como soporte.

3. MARCO CONCEPTUAL

3.1. EL SELFIE O SELF SHOT

El *selfie* es, en resumidas palabras, un autorretrato fotográfico-digital generalmente publicado en la red. Su origen es más bien contemporáneo y data aproximadamente de entre 2004 y 2005 con el crecimiento exponencial de este tipo de autofotos publicados en las primeras redes sociales como *Metroflog* y *MySpace*. Su práctica se limitaba en este primer contacto con el *selfie* a mujeres jóvenes que posaban de manera erótica a veces frente a un espejo. Pero rápidamente su popularización se expandió a personas de todas las edades, género y clase social.

Javier Gayet, en su tesis doctoral *Los orígenes adolescentes del selfie y su representación en el arte y en los medios de masas*¹ considera utilizar el término *self shot* para referirse de manera general a cualquier tipo de autofoto publicada en la red. Debido a la popularización en los últimos años del término *selfie*, considero adecuado referirme con éste, a todo tipo de autorretrato digital publicado o no en la red más, en este estudio, utilizaremos el término *self shot* como sinónimo.

3.1.1. Clasificación del selfie o self shot

A continuación realizaremos una breve clasificación del *selfie* basándonos en la anteriormente mencionada tesis de Javier Gayet.

3.1.1.1. El *mirror pic*

Este término abarca un tipo concreto de autofoto digital publicado en la red que se define como una variante del *selfie* o *self shot* realizada con un dispositivo fotográfico-digital en la que tanto el autorretratado como el dispositivo aparecen generalmente reflejados en una superficie-espejo. De esta manera se identifica inmediatamente que se trata de un *mirror pic* al pasar a formar parte de la composición de manera general tanto el dispositivo fotográfico como el marco del espejo o el entorno de la superficie-espejo.

¹ Gayet Valls, J. (2018). *LOS ORÍGENES ADOLESCENTES DEL SELFIE Y SU REPRESENTACIÓN EN EL ARTE Y EN LOS MEDIOS DE MASAS* [Tesis doctoral no publicada]. Universitat Politècnica de València.

En este tipo de *self shot* el retratado suele utilizar una pantalla a modo de visor ya sea la de un *Smartphone*, una *Tablet* o una cámara digital, por lo que la mirada suele estar sujeta a este dispositivo de manera directa o indirecta.



3.1.1.2. El *selfie* primitivo

Javier Gayet² considera denominar de este modo al tipo de autorretrato digital en el que la persona autorretratada gira el dispositivo dirigiendo su lente hacia su rostro o también su cuerpo mediante un disparo a ciegas utilizando la visión indirecta.

Este tipo de *self shot* fue más común a mediados de la primera década del siglo. Actualmente la inversión en mejoras de dispositivos preparados para la captación de uno mismo ha dejado obsoleto y pasado de moda este tipo de *selfie*.

1. Un ejemplo de *mirror pic* autopublicado por la usuaria @i__am_yuna en Instagram.

2. Un ejemplo de *mirror pic* autopublicado por el usuario @kai.landre en Instagram.

3. Un ejemplo de *mirror pic* autopublicado por la usuaria @yukkiyikes en Twitter.

4. Imagen encontrada en la red de una mujer realizando un *selfie* de la anteriormente tipología mencionada “*selfie* primitivo”.



² Gayet Valls, J. (2018). *LOS ORÍGENES ADOLESCENTES DEL SELFIE Y SU REPRESENTACIÓN EN EL ARTE Y EN LOS MEDIOS DE MASAS* [Tesis doctoral no publicada]. Universitat Politècnica de València.

3.1.1.3. El *selfie*

Actualmente el término *selfie* engloba de manera general todo el fenómeno del autorretrato digital publicado en la red.

Javier Gayet interpreta con este término a un tipo concreto de autofoto digital en el que la persona que se autorretrata lo hace por medio de una pantalla-espejo. Como por ejemplo la pantalla de una computadora que incorpore webcam, la desplegable de una cámara fotográfica o por norma general la pantalla de un *Smartphone* que incorpore lente frontal esta pantalla hace de espejo de mano y produce un efecto reflejo con el que el autorretratista puede componer a tiempo real el encuadre fotográfico, así como afinar el gesto deseado.



5. Imagen encontrada en la red de una mujer realizando un *selfie* de la anteriormente tipología mencionada "*selfie*".

3.1.1.4. Otros tipos de autorretrato digital

Me parece adecuado añadir este último apartado debido a la popularización del subtipo de autofoto digital llevado a cabo por accesorios como el palo *selfie* durante el período de 2014 a 2018, o actualmente el trípode con un aro de luz cometido por el auge de la aplicación de videos cortos *TikTok*.

La característica principal que destaca entre este subtipo de *selfie* es que para llevar a cabo la ejecución del autorretrato el sujeto disparará la foto mediante bien un temporizador o bien un control remoto. De este modo las manos del autorretratado quedan liberadas del dispositivo proporcionándole mayor distancia focal y mayor libertad de movimiento a la hora de gestualizar o posar.

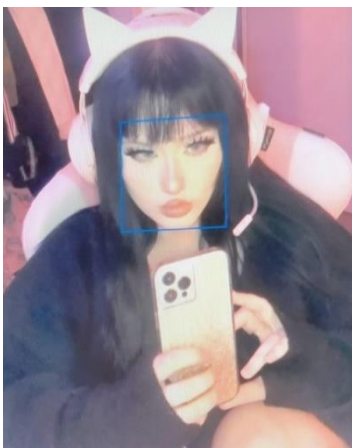


6. Captura de pantalla de un vídeo autopublicado en Youtube donde se recogen consejos para sacarse *selfies* de la usuaria Lauren Jack.



7. Imagen encontrada en la red de una mujer utilizando un aro de luz para grabarse a sí misma.

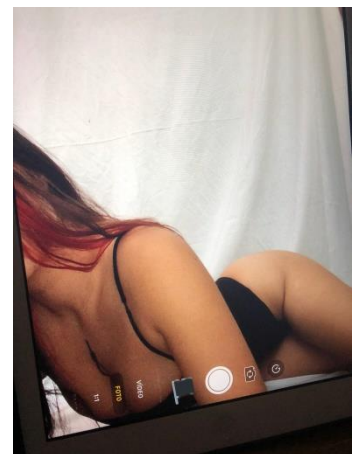
Otro subtipo de *selfie* más inusual que documenta Javier Gayet en su tesis, es aquel en el que la persona autorretratada hace una combinación de dos o más metodologías propias del *mirrpic*, del *selfie* y/o del *selfie* primitivo. A veces se llegan a combinar también varios tipos de dispositivos fotográficos para realizar la roma mediante el uso de varias lentes y sensores. De esta manera se consiguen unas composiciones de más complejidad y originalidad.



8. Un ejemplo de *selfie* autopublicado por la usuaria @lilangelsar en Twitter.



9. Un ejemplo de *selfie* anónimo encontrado en Pinterest.



10. Un ejemplo de *mirr pic* autopublicado por la usuaria @sandracula_ en Twitter.

3.1.2. Popularización y viralización del *selfie*

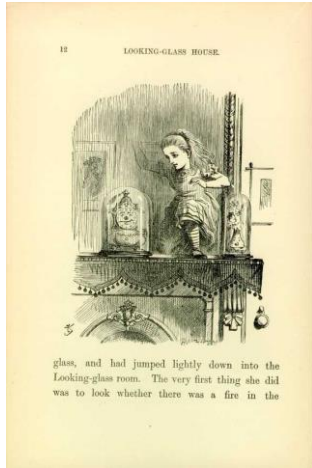
Este fenómeno de popularización arranca con la explosión mediática que este mismo concepto sufrió tras la 86ª gala de los Premios Oscar en Estados Unidos a principios de 2014. En este evento se llevó a cabo el *selfie* digital y grupal, autopublicado instantáneamente en la red más famoso de la historia. A finales de 2013, la palabra *selfie* llegó a convertirse en la palabra del año para el diccionario Oxford de habla inglesa³. En España no fue hasta finales de 2018 cuando la Real Academia Española de la lengua introdujo esta palabra en el diccionario.

El acontecimiento de los Oscar promovió la popularización del *selfie*, no obstante, solo fue el comienzo de una práctica que actualmente si no todos los seres humanos del planeta, casi todos, ha realizado activa o pasivamente alguna o varias veces en su vida.

Hablamos de viralización cuando un elemento adquiere conocimiento masivo a través de redes sociales o medios electrónicos y que causa impacto social. En enero de 2014, el grupo estadounidense *The Chainsmokers* lanzó un single llamado *Selfie* cuya letra habla de una mujer que se encuentra en una fiesta a la que le atrae un hombre quien también asiste. De este modo, se empieza a comparar con la chica con la que él está acompañado. En consecuencia decide tomarse un *selfie* en el baño de la discoteca para subirlo a Instagram, recibir *likes* y en definitiva, subir su autoestima. Así consigue también la atención del chico quien inmediatamente le manda un mensaje de texto. Este single por su pegadizo estribillo "*but first, let me take a selfie*", se viralizó rápidamente y sonaba en todas las fiestas de todo el mundo, animando a la gente, de este modo, a sacar sus teléfonos móviles y sacarse un *selfie* que subir a sus redes sociales.

No voy a entrar en la interpretación del mensaje de esta canción, dejo que ustedes mismos reflexionen sobre el tema si así les place. En este trabajo vamos a intentar centrarnos en encontrar la parte positiva de este fenómeno.

³ Gayet Valls, J. (2018). *LOS ORÍGENES ADOLESCENTES DEL SELFIE Y SU REPRESENTACIÓN EN EL ARTE Y EN LOS MEDIOS DE MASAS* [Tesis doctoral no publicada]. Universitat Politècnica de València. Pag. 23.



11. Imagen de una página de la novela *A través del espejo y lo que Alicia encontró allí* de Lewis Carroll.

3.2. EL ESPEJO

Hablamos de espejo cuando un objeto contiene una superficie brillante que refleja y emite la imagen proyectada de manera invertida. Este elemento ha sido un objeto utilizado desde prácticas ancestrales con propiedades mágicas hasta la cotidianidad de nuestros días. Desarrollaremos el concepto en los siguientes apartados.

3.2.1. Simbología del espejo

Existe constancia del espejo desde las Antiguas civilizaciones, aunque se conoce que era casi exclusivo de las mujeres de clases altas.

En el Antiguo Egipto se dota al espejo de valores religiosos vinculados al Dios Ra, el sol y también la idea de lo sobrenatural. Los griegos contribuyeron a la investigación acerca de la reflexión de la luz gracias a este elemento y desarrollaron la idea de Imitación. También su uso en la lectura del futuro tuvo origen en la Antigua Grecia. Los romanos fueron quienes perfeccionaron la fabricación de espejos. Debido a ello su uso se generalizó mucho más y fomentó el desarrollo de la cosmética.

Desde la antigüedad se indica ya el uso del espejo como máquina para dibujar y como modelo de la naturaleza y la propia persona. Se señala también su uso como elemento para la introspección y el autoconocimiento personal aunque también los peligros de caer en la Vanidad y el vicio.

Durante la Edad Media permanecieron en el olvido la mayor parte de las investigaciones de la antigüedad y predomina la visión oscurantista que liga el espejo y la Magia. No obstante en la iglesia se conservará el símil del espejo y el autoconocimiento existiendo un límite muy fino de pecar de vanidad.

Debido a la nueva posición del hombre en la cultura y el Arte durante el Renacimiento la simbología del espejo se verá afectada aun permaneciendo ligada a valores inculcados en la Antigüedad y la Edad Media. En este momento el espejo se ligará a la Vanidad y la Belleza o la Sabiduría y el autoconocimiento, pero también a la Justicia.

Como veremos a continuación, a lo largo de la historia el espejo será inspiración para todo tipo de artistas y genios.

3.2.1.1. El espejo como objeto literario

Son muchas las obras literarias en donde el espejo aparece como elemento de conexión entre la realidad y la ficción. La obra más destacable y conocida

gracias a su adaptación al cine es la segunda parte de la archiconocidísima *Alicia en el País de las Maravillas* (1865) del autor británico Lewis Carroll, *A través del espejo y lo que Alicia encontró allí* (1871).

Esta historia parte en el salón de la popular Alicia. Una niña de ocho años que nunca deja de soñar despierta. Esta, aburrida sentada en una butaca del salón de su casa y observando un espejo situado encima de una chimenea, empieza a imaginar todo un mundo paralelo lleno de simbolismo, acción y aventura que transcurre en la “otra parte” del espejo.

Otra obra destacable en la que el espejo juega un papel crucial es el también conocido mito proveniente de la mitología griega de Narciso que posteriormente dio nombre al término del Narcisismo.



12. *Eco y Narciso*, 1903. John William Waterhouse.

Se dice que Narciso era un joven de apariencia bella, hermosa y llamativa enamorado de la ninfa Eco quien había disgustado a Hera y por ello estaba condenada a repetir las últimas palabras de aquello que había escuchado. De este modo Eco y Narciso no se podían comunicar. Hasta que un día mientras Narciso paseaba por el bosque escuchó la voz de la ninfa que lo guio a través de los árboles esperándole con los brazos abiertos. En este momento Narciso se negó a aceptar su amor y en consecuencia de su engreimiento, Némesis hizo que se enamorara de su propia imagen reflejada en un estanque. En esta contemplación absorta de Narciso hacia su propio reflejo, éste acabó arrojándose a las aguas y seguidamente, de su cuerpo surgió una flor que hizo honor al nombre y la memoria de Narciso.⁴

⁴ Wikipedia, Narciso (mitología), (10 jul 2021) recuperado de [https://es.wikipedia.org/wiki/Narciso_\(mitolog%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Narciso_(mitolog%C3%ADa)).

3.2.1.2. El espejo en la pintura

Según Liliana G. Calvo⁵ la pintura es una superficie capaz de mostrar las particularidades estético-expresivas de cada época y cada artista, de esta manera ejerce su función reflectante al igual que un espejo. “La pintura es el espejo de la humanidad”, corrobora.

Son múltiples los ejemplos de pinturas en las que el espejo aparece representado, pero en el actual estudio nos centraremos solamente en las obras más influyentes.

La primera de ellas, bajo mi consideración y debido a que es la más repetida en la documentación hallada, es la obra *El matrimonio Arnolfini* de 1434 realizada por el pintor flamenco Jan Van Eyck.



13. Detalle de la obra *El matrimonio Arnolfini*, 1434. Jan Van Eyck.



14. *El matrimonio Arnolfini*, 1434. Jan Van Eyck.

Esta pieza es además, uno de los primeros ejemplos donde el espejo aparece físicamente representado. El cuadro muestra una joven pareja en un interior. En el centro del cuadro y coincidiendo con el punto de fuga se observa un

⁵ Calvo, Liliana G. (2003). *Tesis para la licenciatura en pintura "El espejo"*. Tesis Doctoral. Instituto Nacional de Artes de Buenos Aires.



15. *Mujer frente al espejo*, 1515.
Giovanni Bellini.

espejo convexo que además de reflejar a la perfección la escena, completa el espacio que el observador parece habitar. Según estudios esta pintura tiene como finalidad la acreditación de una unión matrimonial. Pues en esta época no se necesitaba más que un testigo que sellara el pacto. En este caso el maestro Van Eyck ejercería como testigo y de esta manera decide plasmarlo autorretratándose además de incluir una cuidada y pequeña inscripción localizada sobre el mismo espejo donde figura el mismo nombre del artista.

La siguiente obra a mencionar se trata de *La Venus del espejo*, en este caso, de Velázquez, a pesar de que existen numerosas representaciones de esta diosa junto a dicho elemento. Puesto que esta representación, a partir del Renacimiento, se recogerá como símbolo de Virginitad y vanidad, pero fundamentalmente como signo de Belleza, el deseo de perfección y la sabiduría.



16. *La venus del espejo*, 1647. Diego Velázquez

Mencionar que el primer lienzo de desnudo conocido representando una mujer aseándose frente a un espejo titulado *Mujer frente al espejo*, data de 1515 y pertenece al pintor italiano Gioavanni Bellini. Este cuadro se considera un referente para la posterior pintura de las Venus iniciada por Tiziano.

La Venus del espejo de Velázquez (1648) recoge también la imagen iniciada por Tiziano y la reinterpreta pintando a la Venus de espaldas y retratando el rostro en el espejo que mira directamente al espectador. Este encuadre y composición resultaron ser toda una innovación.

3.2.2. El espejo como elemento conformador del *mirror pic*

Como ya hemos visto, el *mirror pic* es un tipo de *self shot* auto-publicado en la red realizado sobre una superficie espejo o generalmente, un espejo. A pesar

de que el espejo, o más bien, la herramienta pantalla-espejo que incluyen los *smartphones*, tabletas digitales o *web cam*, es también una parte fundamental en otros tipos de *selfie*, en este apartado nos centraremos en el *mirror pic* debido a que es el tipo de *selfie* escogido para la realización del proyecto pictórico desarrollado en paralelo a esta investigación.

El autorretrato y el espejo, pues, mantienen una relación íntima desarrollada a lo largo de la historia como hemos podido comprobar en apartados anteriores. Así mismo, el autorretratado inicia una especie de diálogo recíproco con las facciones de su reflejo mientras se mira cara a cara cediéndole el poder de reconocerse como pudieran hacerlo los demás.

De una manera más conceptual, el *mirror pic*, es “la captación de mi yo reflejado, capturado como instante y representado como imagen fija sujeta a un archivo digital visible a través de una pantalla y destinado a navegar por el ciberespacio hasta llegar a los ojos del o de los destinatarios”.⁶

Observando pues, algunos de los *mirror pic* que inundan las redes sociales, podemos comprobar tras analizar los gestos, poses y miradas de los protagonistas, el gran carácter narcisista que poseen sus autorretratados remitiéndonos de este modo al ya comentado Mito de Narciso. Como diciendo “admiradme como yo lo he hecho en el instante que he cruzado la mirada con mi reflejo en el espejo”.

De forma más crítica, B. Han señala que la época de Facebook y Photoshop hace del rostro humano una faz que se disuelve por completo en su valor de exposición “la faz es el rostro expuesto sin «aura de la mirada». Es la forma de mercancía del rostro humano”⁷ y su evidencia podría ser *Instagram* como podremos comprobar en el siguiente apartado.

3.3. INSTAGRAM COMO MEDIO DE PROYECCIÓN DEL SELFIE

Esta plataforma es una aplicación y red social estadounidense lanzada el 6 de octubre de 2010 para *Smartphones* y dispositivos Android, Windows 10 e iOS y creada por Kevin Systrom y Mike Krieger y finalmente desarrollada por Facebook.

El objetivo inicial y principal de la aplicación es compartir y publicar imágenes fotográficas digitales. La aplicación incluye una herramienta de edición de fotos que ofrece una serie de filtros predeterminados antes de la publicación

⁶ Gayet Valls, J. (2018). *LOS ORÍGENES ADOLESCENTES DEL SELFIE Y SU REPRESENTACIÓN EN EL ARTE Y EN LOS MEDIOS DE MASAS* [Tesis doctoral no publicada]. Universitat Politècnica de València. Pag. 147.

⁷ Han, Byung-Chul (2012). *La sociedad de la transparencia*. Ed.: Herder.

de las mismas y la posibilidad de intercambiar *likes* o “me gusta” en las publicaciones. Posteriormente a su lanzamiento, la plataforma incluyó la posibilidad de usar *hashtags*⁸ con el objetivo de facilitar la búsqueda de contenido. Éste solo será el inicio de una serie de lanzamiento de novedades casi anuales que crecerán de manera directamente proporcional a la popularidad de la plataforma. Los más significativos se verán detallados a continuación.

En 2016, *Instagram*, lanzó la herramienta “*Instagram Stories*”, una función que permite a los usuarios tomar fotos directamente desde la aplicación y pudiendo agregar multitud de efectos, capas y filtros. Las imágenes publicadas en las historias tienen una duración de 24 horas. No obstante, la aplicación permite fijar estas historias en el perfil del usuario mediante la herramienta “*historias destacadas*”.

En septiembre de 2018 se lanzó IGTV, una función que permite subir vídeos de más de un minuto y transmitir vídeos en vivo a través de la aplicación. También en este año los fundadores de la compañía se retirarían de su gestión cediéndola completamente a Facebook.

El 5 de agosto se lanzó oficialmente en 50 países otra función de vídeo llamada “*Reels*”, cuya funcionalidad es similar a la aplicación de origen chino de vídeos cortos Tik Tok. Que permite a los usuarios grabar vídeos cortos configurados con clips de sonidos preexistentes en otras publicaciones.

Actualmente *Instagram* incluye la posibilidad de etiquetar a otros usuarios en las publicaciones. De esta manera diversas marcas utilizarán como medio de promoción para sus productos, esencialmente de belleza, a los usuarios con mayor número de seguidores y por lo tanto mayor repercusión social. Estas marcas además pueden vender estos productos a través de la gestión que ofrece la plataforma. De esta manera surgirá la figura contemporánea del *influencer*.

Instagram dispone también de un servicio de mensajería instantánea que permite contactar directamente con otros usuarios.

3.3.1. *Influencers*

⁸ Por RD Station: Hashtag es un término asociado a asuntos o discusiones que desean ser indexadas en redes sociales, insertando el símbolo de numeral (#) antes de la palabra, frase o expresión. Cuando la combinación es publicada, se transforma en un *hyperlink* que lleva a una página con otras publicaciones relacionadas al mismo tema. 25 de septiembre de 2020.



17. Un ejemplo de *mirror pic* autopublicado por la cantante española Bad Gyal en *Instagram* donde etiqueta a algunos de sus patrocinadores.



18. Un ejemplo de *mirror pic* autopublicado por la *influencer* Kylie Jenner en Instagram donde etiqueta a su propia marca corporativa.

Desde el lanzamiento de Instagram, el público digital se ha visto expuesto a un variado contenido audiovisual y artístico que antes pasaba desapercibido. *Instagram* dio paso a los usuarios a subir contenido de cuya actividad les apasionaba y así convertirse en *Instagrammers* de los cuales derivarán los *Influencers*.

Asimismo nacerán términos específicos para designar a cada tipo de *influencer* según el tipo de contenido que publica en la red. De este modo aparecerán los “*foodies*”⁹, “*travelers*”¹⁰, “*fashion bloggers*”¹¹ o “*fitness bloggers*”¹².

La medida que determina si un *Instagrammer* es *influencer* o no, es con el número de seguidores. Cuantos más seguidores, más aceptación se supone que tiene y por lo tanto más influyente se supone que es entre los usuarios. Y digo se supone porque esta tan solo es una cara de la moneda. Pues muchos usuarios utilizarán el anonimato para denigrar y menospreciar en masa a aquella persona supuestamente influyente que por alguna razón desmerece la opinión pública.

Un ejemplo claro de *influencer* de moda aquí en España sería la popular *Instagrammer* Aida Domenech. La cual empezó creando un blog de moda mientras trabajaba en una tienda de ropa en Barcelona sin haber acabado la secundaria. Posteriormente alcanzaría los dos millones y medio de seguidores en *Instagram*. Además de promocionar diversas marcas y productos, la *influencer* posee su propia identidad corporativa gracias a la popularización alcanzada en Instagram.

Otro ejemplo más internacional de *influencers* de moda son las conocidas estadounidenses Las Kardashian. Un fenómeno digno de un estudio propio que aquí solo mencionaremos de forma superficial.

El clan Kardashian está constituido por la matriarca: Kris Jenner y sus hijas: Kim, Khloe y Kourtney Kardashian y Kendall y Kylie Jenner. Todas ellas, partiendo por Kris Jenner con alrededor de 40 millones de seguidores en Instagram, poseen más de 150 millones de seguidores con Kylie Jenner en cabeza con 248 millones de seguidores a día de hoy.

Además cada una de ellas posee su propia identidad corporativa dirigida al mundo de la belleza y el cuidado personal que ellas mismas promueven de manera directa a través de sus cuentas de *Instagram* mediante estudios *selfies* o autorretratos en los que aparece el producto promocionado.

⁹ Término que se le da en redes al amante de la cocina.

¹⁰ Término que se le da al amante de viajar.

¹¹ Término que se le da a los *bloggers* referentes a la moda.

¹² Término que se le da a los *bloggers* referentes al deporte y el cuidado de la salud física.



19. Una publicación de Instagram de la *influencer* y empresaria Kim Kardashian promoviendo sus productos junto a sus hermanas Kylie y Kendall Jenner.

E aquí la clave para triunfar en el mundo de los Influencers. No solo se trata de carisma y talento sino de poseer un buen cuerpo, una cara bonita una piel perfecta y al menos la apariencia de juventud. Pues esta es la obsesión moderna, quien influenciada por los medios digitales, engendra la necesidad de belleza y buen estado físico, aparente sinónimo de éxito, que poder exhibir en las redes sociales mediante los ya conocidos *selfies*.

Personas de todas las edades son usuarias diarias de *Instagram*, pero son los más jóvenes quienes invierten más tiempo en crear un perfil virtual que mostrar y comunicar de forma recíproca con el ciberespacio y del mismo modo los más vulnerables en caer en los espejismos de la imagen virtual. Pues son muchos los productos y las tendencias “milagrosas” e igualmente peligrosas con la finalidad de mejorar el aspecto físico que abundan en la red.

3.3.2. El *Body positive* y otros movimientos sociales presentes en redes sociales

La conclusión que uno saca tras varios minutos navegando por *Instagram* es que el requisito principal del éxito consta en poseer un aspecto bello estereotipado con un canon de belleza más bien occidental.

No obstante, también observamos cada vez con más frecuencia la presencia de cuerpos “no normativos” en publicaciones de Instagram y campañas publicitarias. Pues las redes sociales han ayudado a proyectar un movimiento social llamado *Body Positive* que consiste en la positividad corporal, la autoaceptación, la belleza y la autoestima. Redefiniendo el concepto de belleza como un constructo social que no debe infringir la capacidad de sentir confianza o autoestima.



20. Imagen de la campaña publicitaria lanzada a través de Instagram de *SKIMS*, empresa de moda perteneciente a la *influencer* Kim Kardashian.



21. Un ejemplo de *mirror pic* autopublicado por la modelo brasileña y activista del movimiento *Body Positive* Manúh Rubi



22. Un ejemplo de *selfie* de la actriz y activista del movimiento *Body Positive* Ashley Graham.



23. Un ejemplo de *selfie* autopublicado por la *influencer* y activista argentina del movimiento Body Positive Sol Carlos promocionando una prenda de la marca de ropa estadounidense *Hollister*.

El origen de este movimiento tiene lugar en la reforma del vestido victoriano en las décadas de 1850 a 1890. La autora Sara Donati menciona en su novela *The gilded hour (2015)* que en este periodo hubo un movimiento social llamado Movimiento de Reforma de la Vestimenta Victoriana que tuvo como objetivo abolir el uso de corsés que modificaban el cuerpo siendo así perjudiciales para la salud con el motivo de adaptarse al estándar social de belleza de cinturas pequeñas. El tema principal del movimiento fue la aceptación de todo tipo de cuerpos, siendo predecesor del actual movimiento *Body positive*.

Desde 2012 ha habido una mayor presencia del movimiento debido a la popularidad de las redes sociales. De esta manera y mayoritariamente mujeres con cuerpos no normativos son las que utilizan estas plataformas para publicar fotos o *selfies* con el objetivo de desafiar los ideales dominantes de belleza femeninos. Estas publicaciones abordan problemas como el tamaño del cuerpo, la capacidad, el vello corporal y el acné y la menstruación.

Estos proyectos que de algún modo han emprendido estas mujeres desde sus casas asumiendo el papel de *Influencers*, ayudan a muchas otras a identificarse y unirse al movimiento. Así mismo, como pasa con otros *Instagrammers* influyentes, las marcas recurrirán a su influencia en redes para promocionar sus productos. De esta manera podrán llegar a mucha más gente debido a que la probabilidad de que el consumidor se identifique con el modelo aumentará.

Este movimiento no solo quedará reducido al grupo social de género femenino sino que muchos hombres también se verán animados a denunciar y desafiar los estándares masculinos de belleza, ya que el movimiento acepta cualquier tipo de cuerpos sin distinguir edad, etnia, género o tamaño y forma corporal.

Mencionar que existen otros movimientos sociales que debido a las redes sociales han conseguido proyección internacional con el fin de concienciar sobre ciertos temas acerca del respeto y la tolerancia. Por ejemplo el movimiento *Black Lives Matter* (La vida negra importa) originado dentro de la comunidad afroamericana estadounidense en redes con el uso del *hashtag* *#BlackLivesMatter* en 2013 tras la absolución del policía George Zimmerman por la muerte del adolescente afroamericano Trayvon Martin a causa de un disparo de bala. El movimiento ganará fuerza tras los años en posteriores casos de abuso policial contra la comunidad afroamericana.

Otro movimiento influyente en redes se trata del movimiento *Me too*. Éste surgió a través del *hashtag* *#MeToo* en redes en octubre de 2017 con la intención de denunciar la agresión y el acoso sexual a raíz de las acusaciones contra el productor de cine y ejecutivo estadounidense Harvey Weinstein. Muchos actores y actrices se animaron tras este suceso a denunciar a través de

las redes sociales el acoso también sufrido durante alguna de las etapas de su carrera. Este movimiento ayudó a muchas otras personas a conocer e identificar casos de abuso y acoso sexual en su entorno y las animará a denunciar.

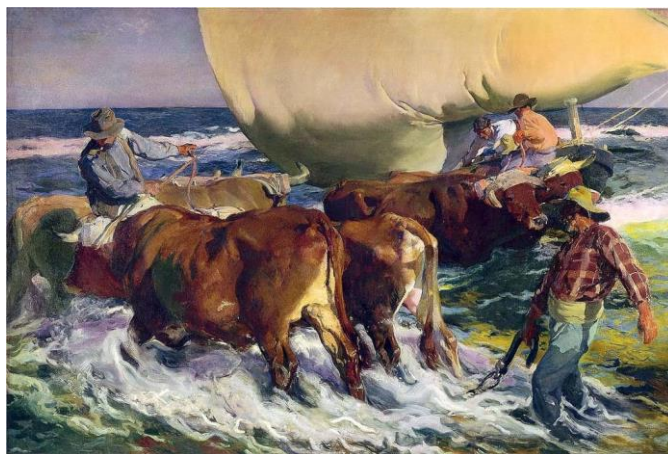
4. MARCO REFERENCIAL

En el actual apartado se mencionarán y comentarán los referentes que han motivado la producción del actual proyecto.

4.1. REFERENTES PICTÓRICOS

4.1.1. Joaquim Sorolla

Desde siempre la figura de este artista valenciano de finales del siglo XIX ha causado gran impacto en mi persona. El recuerdo que tengo de la primera exposición de pintura a la que asistí con aproximadamente 9 años fue en la ciudad de Xàtiva y creo que reunían una pequeña colección del autor. En mi memoria se halla la imagen de un gran lienzo cubierto de precisas pinceladas y vivos colores que conformaban la figura de unos pescadores a orillas del mar. Un mar de preciosos azules y reflejos mágicos que causaban una presión extraña en mi pecho. Unos blancos conformados por rosas morados y azules y la pregunta de cómo podía ser posible que la mezcla de estos colores en la distancia se apreciara de distinta manera. En ese momento recuerdo que una pasión que entonces no reconocía se apoderaba de mí. Quería poder llegar a plasmar aquello que me fascinaba de mi alrededor de esa manera tan impresionante.



24. *Sol de la tarde*, 1903. Joaquim Sorolla.

El reencuentro con este artista no se producirá hasta años después, tras la llegada a Valencia como estudiante de Bellas Artes. Cuando un día paseando

por las calles de la ciudad me topo con una feria del libro a la cual decido acercarme. Allí encuentro un catálogo de Sorolla por un precio el cual me podía permitir. Una vez en casa, motivada por este encuentro fortuito, empiezo a estudiar su estilo y fijarme en su técnica.

4.1.2. Lawrence Alma-Tadema

Tras horas en *Tumblr* y *Twitter* identifico que diferentes cuentas de arte coinciden en la publicación de unas pinturas cuya temática suelen ser figuras femeninas situadas en un espacio conformado de mármol tras el cual de forma frecuente se divisa el mar. De esta manera se produce el encuentro con este artista neerlandés neoclasicista del siglo XIX, Lawrence Alma-Tadema. Sus obras de temática antigua y colores naturales y brillantes me inspirarán en la conformación de espacios del presente proyecto pictórico.



25. *Expectativas*, 1885. Lawrence Alma-Tadema.

4.2. REFERENTES CONTEMPORANEOS

4.2.1. Estética *Vaporwave*

Tras leer varios *posts* en Internet deduzco que el *Vaporwave* se considera un movimiento artístico (también conocido como A E S T H E T I C) contemporáneo nacido en la red durante la segunda década del actual siglo. Engloba tanto a un género musical como a una tendencia artística digital derivada del diseño gráfico. El *vaporwave* utiliza paisajes, obras de arte, aparatos electrónicos o software de la década de los 90 del siglo pasado y



26. *Tropical Waves 85*, 2021. Warakami.

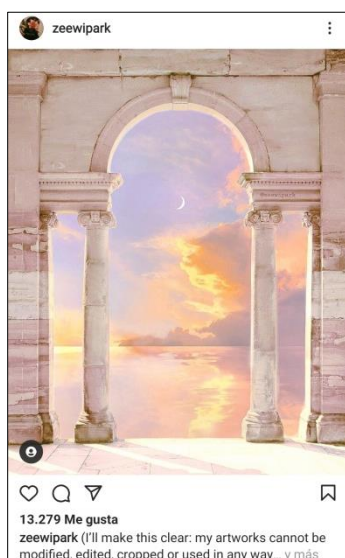
principios del 2000. Está asociado al *Glitch art*, estéticas *cyberpunk*, uso de caracteres japoneses y otra escritura no occidental y colores llamativos¹³.

Aquello que llama mi atención de esta tendencia abundante en la red en los últimos años es la utilización del color de forma tan llamativa y luminosa, la característica de la creación de espacios y paisajes de ensueño que evocan a una época pasada no vivida y la distribución de elementos simbólicos en la composición.

2.2.1.1. Jee Won Park

Jee Won Park utiliza la manipulación fotográfica para crear paisajes en una combinación de agua, luz, temas florales y a veces motivos arquitectónicos.

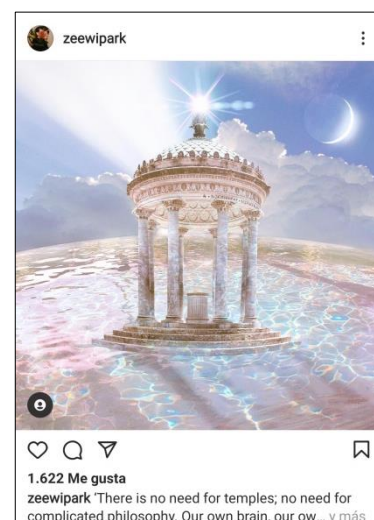
Podríamos catalogar a esta artista de origen surcoreano como integrante de la estética *vaporwave*. Ya que como vemos en los siguientes ejemplos cumple las características anteriormente mencionadas.



27. *Sin título*, 2019.
Jee Won Park.



28. *Mixed feelings*, 2019.
Jee Won Park.



29. *Sin título*, 2019.
Jee Won Park.

4.2.2. Dain Yoon

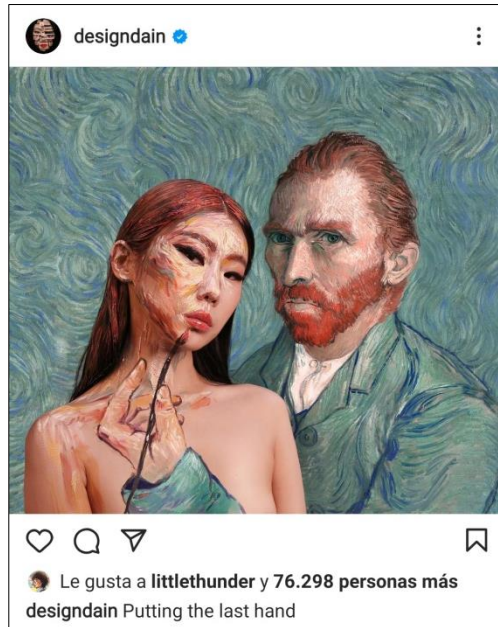
Dain Yoon es también una artista surcoreana que en este caso utiliza el maquillaje para crear ilusiones ópticas. La acuarela le permite crear auténticas obras de arte en su rostro el cual retratará posteriormente con el objetivo de exponer su obra en *Instagram*. Sus imágenes servirán algunas veces como

¹³ Wikipedia (13 jul 2021) *Vaporwave*. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Vaporwave>.

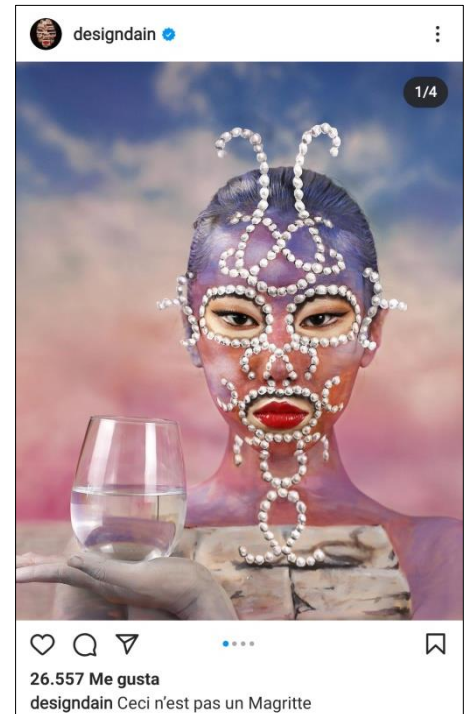
crítica a la sociedad y otras como homenaje a diversas obras de arte. A continuación he escogido una selección de imágenes de su *Instagram* con el fin de visualizar su praxis.



30. *Sin título*, 2019.
Dain Yoon.



31. *Putting the last hand*, 2018.
Dain Yoon.



32. *Ceci n'est pas un Magritte*, 2020.
Dain Yoon.

5. PROCESO DE TRABAJO

5.1. EXPERIMENTACIÓN Y TANTEO

En esta fase del proceso de trabajo se llevará a cabo un ejercicio de introspección con el fin de encontrar una línea de estudio que coincida con mis intereses e inquietudes.

De esta manera se decide que se va a tratar la figura femenina y su relación con la moda. Puesto que este es un campo extenso se procederá a la práctica con el objetivo de acotar la temática y la técnica.

5.1.1. Primera toma de contacto

Llamo a esta primera fase toma de contacto debido a circunstancias que no vienen al caso. Pues me propuse empezar con lo que más segura me sentía que es el dibujo al natural. Encontrándome con la escasez de voluntarios para posar decidí pintarme a mí misma. Así mismo me plante frente a un espejo y empezó el espectáculo.

Este primer resultado me pareció decepcionante aunque no decaí y decidí hacer un segundo intento. La principal dificultad que me encontré fue la incomodidad de encontrar una buena pose que me permitiera estar al mismo tiempo posando que pintando.

El soporte utilizado en ambos casos se trata de dos láminas de contrachapado de 46 x 55 cm imprimadas con gesso. Y la técnica será el óleo.



33. Prueba 1, Gemma Oltra.



34. Prueba 2, Gemma Oltra.

5.1.2. Segundo intento

La decisión tomada tras el decepcionante resultado, a mi parecer, fue escoger un tamaño más pequeño con tal de romper mano de forma más rápida. Pues los anteriores ejercicios me llevaron más tiempo del predicho. Esta vez escogí también cambiar de técnica, y utilicé el gouache. El soporte serán láminas de papel de 300gr en un tamaño A3.



35. Prueba 3, Gemma Oltra.



36. Prueba 4, Gemma Oltra.

En esta segunda fase concluyo que plasmar siempre la figura sobre un fondo neutro resulta demasiado repetitivo y poco atractivo al final. En las anteriores pruebas se utilizará un *selfie* como referencia con el fin de solucionar la problemática surgida tras el dibujo al natural. Pese a ello intentaré una vez más el uso del espejo como herramienta de dibujo en un formato más pequeño que en la anterior fase. Para ello utilizaré una lámina de papel de 120gr de tamaño A3 y el óleo. Pues no domino el gouache ni me agrada suficiente el resultado como para basar mi proyecto en esta técnica.



37. Prueba 5, Gemma Oltra.

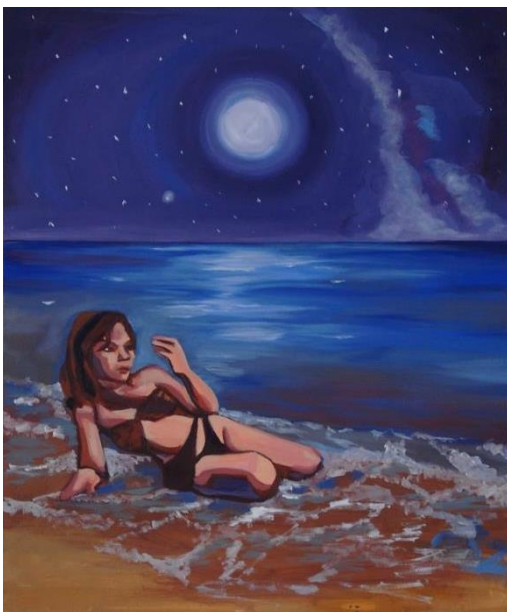
5.1.3. Acercamiento al motivo del proyecto

En esta fase se produce la elaboración de una serie de piezas con óleo sobre contrachapado imprimado mediante creta de tamaño 46 x 55 cm cuyo tema principal es el autorretrato elaborado a partir del fotomontaje de un *selfie* sobre un fondo como referencia.

Pues de alguna manera quiero retomar aquello que siempre me ha motivado a pintar: la creación de una atmósfera de color que envuelva al espectador en un juego de luces y sombras dramáticas y surrealistas que invitan a la reflexión y la contemplación. De esta forma intento recoger todos los elementos reunidos hasta el momento: la moda y la figura femenina y la relación de la figura con un entorno ficticio que evoque un paisaje idílico al cual el espectador le gustaría estar con tal de invitarle como decía, a contemplar y reflexionar, en este caso, sobre los espacios que habita mediante una sutil referencia a la naturaleza.

Como imagen referencial, puestas las dificultades comentadas anteriormente sobre el dibujo al natural, se utilizará un fotomontaje realizado a partir del *selfie* el cual recortaré y pegaré sobre distintos paisajes que despierten en mí cierto interés.

En este acercamiento al motivo final del proyecto aún no se había planteado la temática del *selfie*. Por lo que evité que el *Smartphone* apareciera representado sustituyéndolo en el caso del segundo ejemplo, por un espejo de mano con la intención de hacer referencia a las venus del espejo y simbolizar la efimeridad de la juventud y la belleza mediante los árboles secos representados al fondo.



38. Prueba 6, Gemma Oltra.



39. Prueba 7, Gemma Oltra.

5.2. PRODUCCIÓN DE LA OBRA

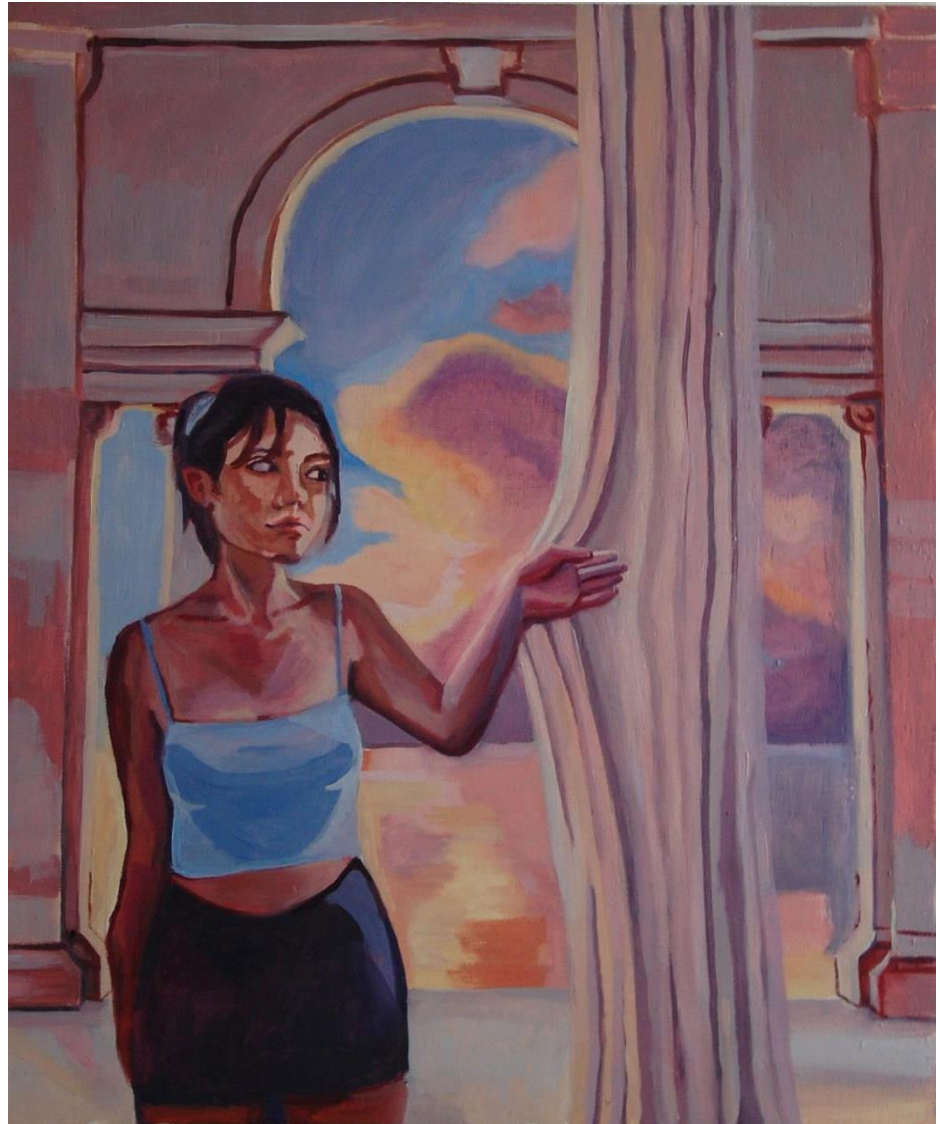
Llegados a este punto y reuniendo los elementos que tenía hasta el momento se decide que el tema principal del proyecto será el *selfie* y el elemento de conexión el espejo. La serie constará de seis piezas al óleo sobre contrachapado imprimado a la creta de 46 x 55 cm.



40. *Despertar*, Gemma Oltra. 2021.

Como se decía al principio del presente estudio, la primera parada de este viaje metafórico será esta primera pieza titulada *Despertar*. Siguiendo las características estudiadas del subtipo de *selfie*, el *mirror pic* se presenta esta composición en la que los elementos principales de este subtipo de *self shot* aparecerán representados: el *Smartphone* y el marco del espejo. Así mismo se utilizará una gama de colores fríos con tal de simular la luz de la mañana que en este caso entra a través de una ventana situada a la izquierda de la composición.

Comentar que en este caso la representación del marco del espejo ayudará al espectador a asimilar que la imagen observada es un reflejo de la misma facilitándole comprender que se trata de una autofoto convertida a pintura.



41. *Curiosidad*, Gemma Oltra.2021.

La siguiente parada será la pieza llamada *Curiosidad*. Pues en ella, la figura aparece apartando una especie de cortina con el objetivo de ver qué hay tras ella. Debido a la construcción de la estructura de luces y sombras muy contrastada la composición guía un recorrido visual que empieza por la mirada de la figura, sigue hacia la mano e inevitablemente vuelve al rostro de la figura.



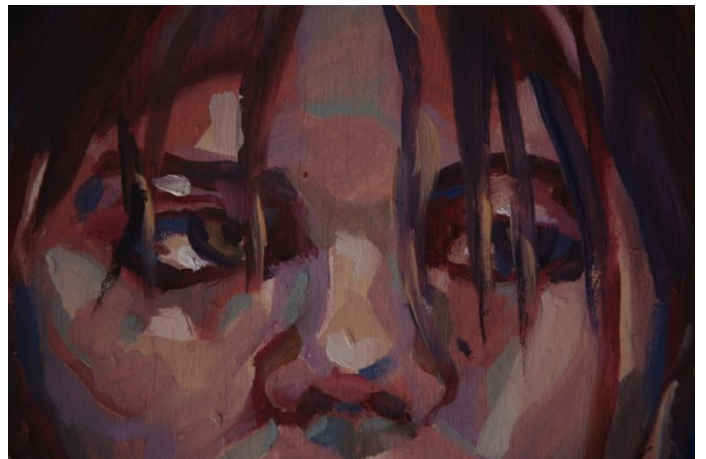
42. Detalle de "Curiosidad", Gemma Oltra.



43. *Efimeridad*, Gemma Oltra. 2021.



44. Detalle de "Efimeridad", Gemma Oltra.



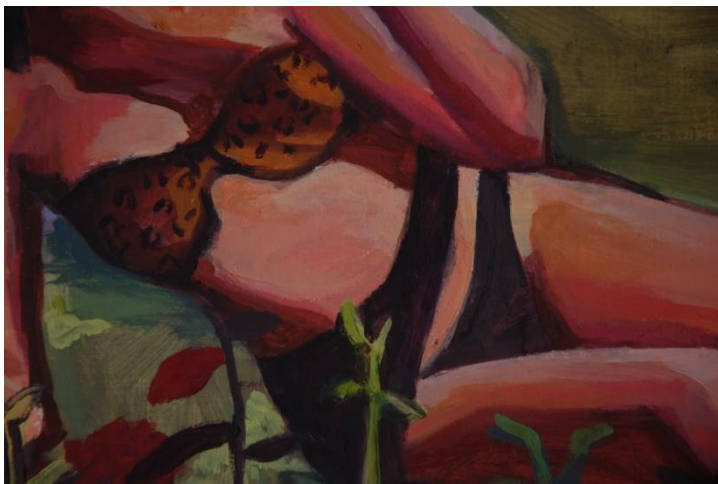
45. Detalle de "Efimeridad", Gemma Oltra.

La pieza *Efimeridad* recoge la temática de que todo es temporal en esta vida. En este caso aludiendo a la Belleza y la Juventud en concreto, utilizando la rosa que la figura sostiene en la mano como símbolo de tal.

La siguiente pieza, *Naturaleza*, es un guiño a la temática renacentista de la naturaleza idílica o *Locus amoenus*, un lugar donde el artista podría reflexionar y pensar. Pues como comentaba en la introducción, a veces las estructuras panópticas de la ciudad imbuyen a uno a la depresión más absoluta. Los colores marrones y grises de calzadas y edificios resultan repetitivos y poco originales repercutiendo así en la propia creatividad de la artista. De esta manera se pretende recuperar esta idea de naturaleza idílica mediante una representación más contemporánea que es el lenguaje del *selfie*. Para ello se han utilizado motivos vegetales a modo de marco de un espejo y se ha introducido la representación del aparato digital mediante el cual se ejecuta la autofoto.



46. *Naturaleza*, Gemma Oltra. 20121.



47. *Detalle de "Naturaleza"*, Gemma Oltra.

En el caso de la pieza *Contemplación* la intención es la misma que en la cuestión anterior. Representar un lugar donde poder reflexionar y dedicarse a la contemplación, un lugar paradisíaco alejado de molestos ruidos de motores y cristales rotos. A diferencia de en *Naturaleza*, aquí observamos un motivo arquitectónico que nos ayuda a situar un contexto: la comodidad de tener un techo en el que arrojarse cuando cae la noche. Después de un largo día nada mejor que recuperarse con un revitalizante baño y descansar rememorando los acontecimientos sucedidos.

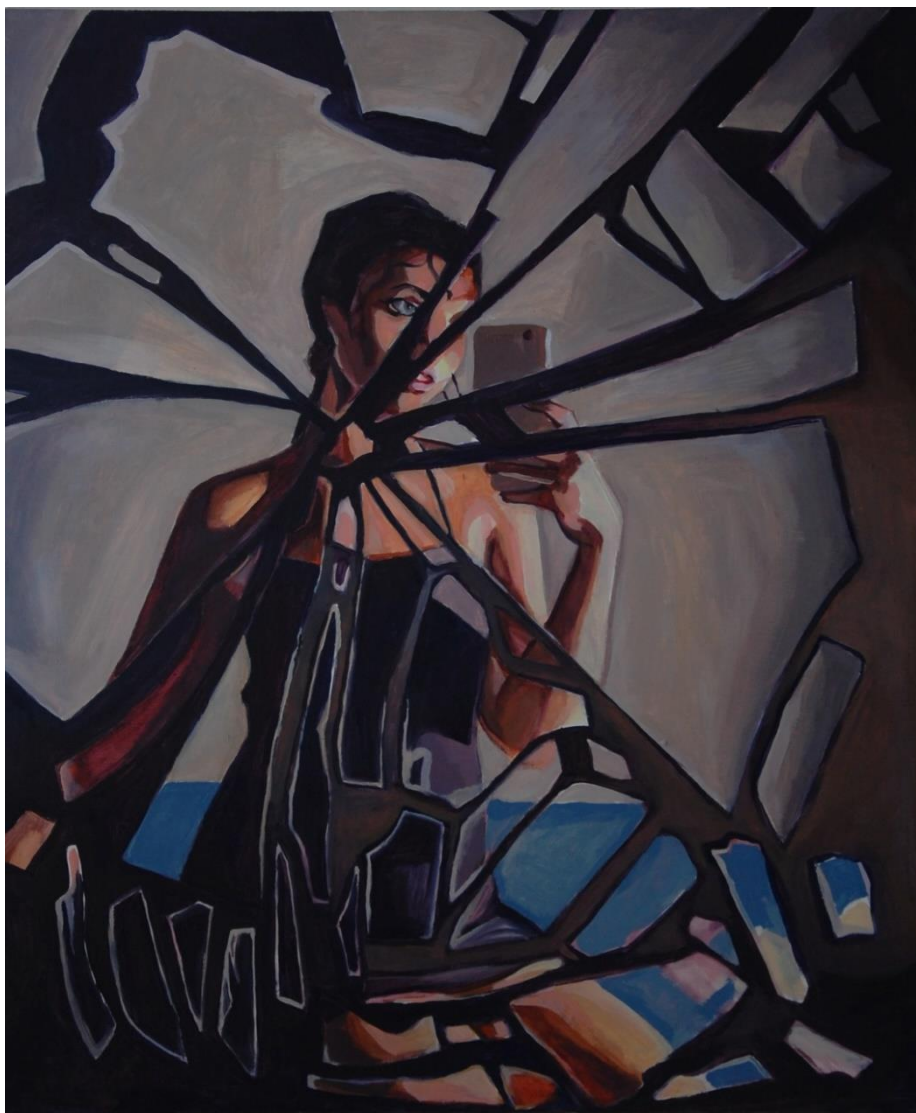


48. *Contemplación*, Gemma Oltra. 2021.

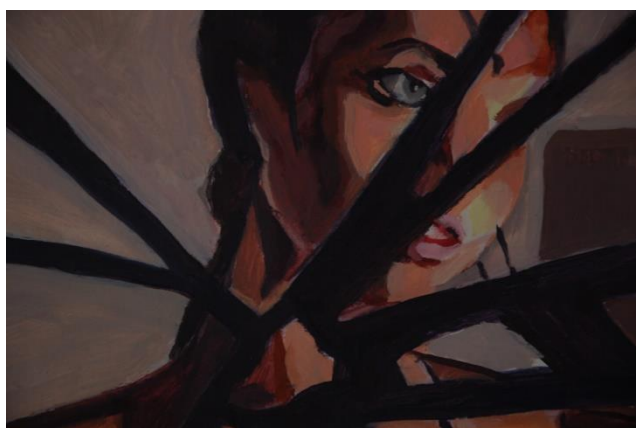


49. Detalle de "*Contemplación*", Gemma Oltra.

Es la pieza *Realidad* la que pone punto y final a este viaje pictórico. En ella observamos lo que parece un espejo roto, un espejo que simboliza de esta manera el final de un viaje imaginativo incentivado por el propio reflejo. Un espejo roto reconstruido como metáfora de la vida misma.



50. "Realidad", Gemma Oltra. 2021.



51. Detalle de "Realidad", Gemma Oltra.

6. CONCLUSIONES

En este trabajo final de grado, hemos realizado un escaneo más bien superficial, puesto que no se ha llegado a profundizar, de la sociedad de nuestro tiempo basándonos en la aplicación de *Instagram*. La sociedad de los *Influencers*, del aspecto bello, de la aceptación según la imagen que se proyecta. La sociedad que promueve a todas horas el positivismo como lema del capitalismo. Y que sobretodo, se olvida de creerse el mensaje que promueve. Porque no todo en la vida es positivo. Cuando negamos la existencia de lo negativo, ¿qué nos queda? Un vacío inmenso incapaz de llenar de ninguna de las maneras que se nos vende. Un vacío que ni si quiera sabemos llenar, que nos mueve a actuar de forma impulsiva e ilógica. Aceptemos la negatividad, aceptemos que para haber positividad también tiene que haber negatividad. Porque de eso se trata, de equilibrar la balanza. De aceptar que no todos los días se va a lograr todo lo que se proponga y aun así seguir luchando. Aceptar que no todo es positivo y que la vida es más complicada que positiva. Que a veces nos equivocaremos y fracasaremos y hay que saber gestionar todo tipo de emociones, positivas y negativas. Por eso la negación de la negatividad no es positiva.

Este ha sido, siguiendo con el símil, un viaje tortuoso y complicado pero también gratificante. Ya no el hecho de la producción del proyecto en sí sino la lucha interior contra el miedo al fracaso. Una lucha contra la ansiedad y a favor de la autoaceptación. Un viaje en el que he aprendido a aceptar y casi a amar mi cuerpo y sobre todo a respetarlo. Porque gracias a él he sido capaz de llegar hasta aquí. He aprendido también aspectos técnicos, como la elaboración de un proyecto o el control armónico de las sombras en la pintura. He aprendido que el talento sin esfuerzo no sirve para nada y que a veces la realidad resulta algo complicada, pero reconforta saber que la pintura siempre va a estar ahí para hacerla más llevadera.

Finalmente agradecer de corazón a aquellas personas que siempre han creído en mí y me han apoyado por hacer posible este viaje.

7. BIBLIOGRAFÍA

Calvo, Liliana G. (2003). *Tesis para la licenciatura en pintura “El espejo”*. Tesis Doctoral. Instituto Nacional de Artes de Buenos Aires.

Gayet Valls, J. (2018). *LOS ORÍGENES ADOLESCENTES DEL SELFIE Y SU REPRESENTACIÓN EN EL ARTE Y EN LOS MEDIOS DE MASAS* [Tesis doctoral no publicada]. Universitat Politècnica de València.

Han, Byung-Chul (2012). *La sociedad de la transparencia*. Ed.: Herder.

Lipovetsky, Gilles (2006). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Ed.: Anagrama. Colección Argumentos.

López Villalba, Almudena (2015). *Retrovisiones: el espejo como fenómeno umbral y espacial: relaciones con la arquitectura, la escenografía y la instalación artística*. Tesis (Doctoral), E.T.S. Arquitectura (UPM).

RD Station (25 sept. 2020) #Hashtag: ¿Qué significa y cómo utilizarlo de manera adecuada? <https://www.rdstation.com/es/blog/hashtag-significado-uso/>

Sánchez Salcedo, Victoria Helena (2020). *El Body Positive: Una representación Social del Cuerpo*. Trabajo Fin de Grado. Facultad de Ciencias Sociales y de la comunicación. Universidad del País Vasco.

Wikipedia (8 jul 2021). *Instagram*. Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Instagram>

Wikipedia, (10 jul 2021). *Narciso (mitología)*. Recuperado de [https://es.wikipedia.org/wiki/Narciso_\(mitolog%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Narciso_(mitolog%C3%ADa)).

Wikipedia (13 jul 2021) *Vaporwave*. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Vaporwave>.

ÍNDICE DE FIGURAS

1. Un ejemplo de *mirror pic* autopublicado por la usuaria @i__am_yuna en *Instagram*.
2. Un ejemplo de *mirror pic* autopublicado por el usuario @kai.landre en *Instagram*.
3. Un ejemplo de *mirror pic* autopublicado por la usuaria @yukkiyikes en *Twitter*.
4. Imagen encontrada en la red de una mujer realizando un *selfie*.
5. Imagen encontrada en la red de una mujer realizando un *selfie* de la anteriormente tipología mencionada.
6. Captura de pantalla de un vídeo autopublicado en *Youtube* donde se recogen consejos para sacarse *selfies* de la usuaria Lauren Jack.
7. Imagen encontrada en la red de una mujer utilizando un aro de luz para grabarse a sí misma.

8. Un ejemplo de *selfie* autopublicado por la usuaria @lilangelsar en *Twitter*.
9. Un ejemplo de *selfie* anónimo encontrado en *Pinterest*.
10. Un ejemplo de *mirror pic* autopublicado por la usuaria @sandracula_ en *Twitter*.
11. Imagen de una página de la novela *A través del espejo y lo que Alicia encontró allí* de Lewis Carroll.
12. *Eco y Narciso*, 1903. John William Waterhouse.
13. Detalle de la obra *El matrimonio Arnolfini*, 1434. Jan Van Eyck.
14. *El matrimonio Arnolfini*, 1434. Jan Van Eyck.
15. *Mujer frente al espejo*, 1515. Giovanni Ballini.
16. *La venus del espejo*, 1647. Diego Velázquez
17. Un ejemplo de *mirror pic* autopublicado por la cantante española Bad Gyal en Instagram donde etiqueta a algunos de sus patrocinadores.
18. Un ejemplo de *mirror pic* autopublicado por la *influencer* Kylie Jenner en Instagram donde etiqueta a su propia marca corporativa.
19. Una publicación de Instagram de la *influencer* y epresaria Kim Kardashian promoviendo sus productos junto a sus hermanas Kylie y Kendall Jenner.
20. Imagen de la campaña publicitaria lanzada a través de Instagram de *SKIMS*, empresa de moda perteneciente a la *influencer* Kim Kardashian.
21. Un ejemplo de *mirror pic* autopublicado por la modelo brasileña y activista del
22. Un ejemplo de *selfie* de la actriz y activista del movimiento *Body Positive* Ashley Graham.
23. Un ejemplo de *selfie* autopublicado por la *influencer* y activista argentina del movimiento *Body Positive* Sol Carlos promocionando una prenda de la marca de ropa estadounidense *Hollister*
24. *Sol de la tarde*, 1903. Joaquim Sorolla.
25. *Expectativas*, 1885. Lawrence Alma-Tadema.
26. *Tropical Waves 85*, 2021. Warakami.
27. *Sin título*, 2019. Jee Won Park.
28. *Mixed feelings*, 2019. Jee Won Park.
29. *Sin título*, 2019. Jee Won Park.
30. *Sin título*, 2019. Dain Yoon.
31. *Putting the last hand*, 2018. Dain Yoon.
32. *Caci n'est pas un Magritte*, 2020. Dain Yoon.
33. *Prueba 1*, Gemma Oltra.
34. *Prueba 2*, Gemma Oltra.
35. *Prueba 3*, Gemma Oltra.
36. *Prueba 4*, Gemma Oltra.
37. *Prueba 5*, Gemma Oltra.
38. *Prueba 6*, Gemma Oltra.
39. *Prueba 7*, Gemma Oltra.
40. *Despertar*, Gemma Oltra.
41. *Curiosidad*, Gemma Oltra. 2021.
42. *Detalle de "Curiosidad"*, Gemma Oltra.
43. *Efimeridad*, Gemma Oltra. 2021.
44. *Detalle de "Efimeridad"*, Gemma Oltra.
45. *Detalle de "Efimeridad"*, Gemma Oltra.
46. *Naturaleza*, Gemma Oltra. 2021.
47. *Detalle de "Naturaleza"*, Gemma Oltra.
48. *Contemplación*, Gemma Oltra.
49. *Detalle de "Contemplación"*, Gemma Oltra.
50. *"Realidad"*, Gemma Oltra. 2021.
51. *Detalle de "Realidad"*, Gemma Oltra.

