



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

DISEÑO
ARQUITECTURA Y ARTE
FACULTAD

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE DISEÑO,
ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO TEXTIL Y MODA

**CÓDIGOS COMUNICACIONALES DEL
VESTIR EN LA TELEVISIÓN ECUATORIANA**
CASO: PROGRAMAS DE FARÁNDULA CON
MAYOR RATING NACIONAL

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
DISEÑADORA DE TEXTIL Y MODA

AUTORA:
JUANA VALERIA FARFÁN QUINTUÑA

DIRECTORA:
DIS. SILVIA NARVÁEZ TORRES. MGST.

CUENCA-ECUADOR
2018



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**
50 AÑOS

**DISEÑO
ARQUITECTURA Y ARTE**
FACULTAD

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO TEXTIL Y MODA

**CÓDIGOS COMUNICACIONALES DEL VESTIR EN LA TELEVISIÓN ECUATORIANA
CASO: PROGRAMAS DE FARÁNDULA CON MAYOR RATING NACIONAL**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
DISEÑADORA DE TEXTIL Y MODA

AUTORA:
JUANA VALERIA FARFÁN QUINTUÑA

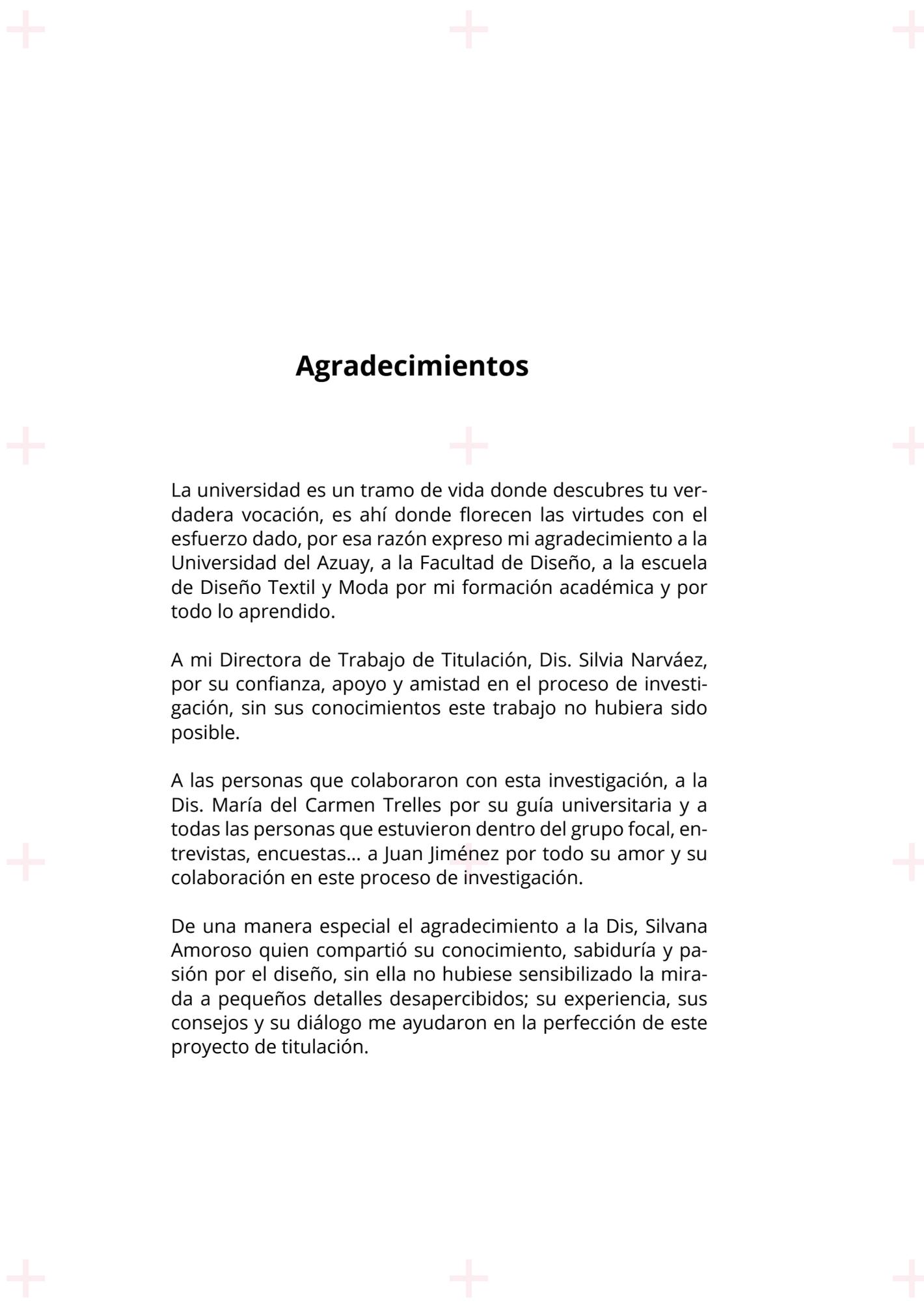
DIRECTORA:
DIS. SILVIA NARVÁEZ TORRES. MGST.

CUENCA-ECUADOR
2018



Dedicatoria

Dedico el presente trabajo a Dios quien me ha bendecido día tras día para culminar mis sueños, es el quien me ha obsequiado el don de vida, a mis queridos padres Ruth y Edgar por su apoyo, amor y confianza, ellos son el tesoro más grande de mi vida y modelos a seguir que me impulsan a dar cada paso sin importar que tan crueles sean las adversidades; y a mi hermana Paulette.



Agradecimientos

La universidad es un tramo de vida donde descubres tu verdadera vocación, es ahí donde florecen las virtudes con el esfuerzo dado, por esa razón expreso mi agradecimiento a la Universidad del Azuay, a la Facultad de Diseño, a la escuela de Diseño Textil y Moda por mi formación académica y por todo lo aprendido.

A mi Directora de Trabajo de Titulación, Dis. Silvia Narvárez, por su confianza, apoyo y amistad en el proceso de investigación, sin sus conocimientos este trabajo no hubiera sido posible.

A las personas que colaboraron con esta investigación, a la Dis. María del Carmen Trelles por su guía universitaria y a todas las personas que estuvieron dentro del grupo focal, entrevistas, encuestas... a Juan Jiménez por todo su amor y su colaboración en este proceso de investigación.

De una manera especial el agradecimiento a la Dis, Silvana Amoroso quien compartió su conocimiento, sabiduría y pasión por el diseño, sin ella no hubiese sensibilizado la mirada a pequeños detalles desapercibidos; su experiencia, sus consejos y su diálogo me ayudaron en la perfección de este proyecto de titulación.

ÍNDICE

Dedicatoria	4
Agradecimientos	5
Índice de contenidos	6
Índice de figuras	8
Resumen	10
Abstract	11
Introducción	13



CAPÍTULO 1

1.1.- Moda	17
1.1.1.- Término	17
1.1.2.- Inicios de la moda	18
1.1.3.- La moda como fenómeno social	20
1.2.- El vestido y el acto de vestirse	22
1.2.1.- Origen del vestido	22
1.2.2.- Porqué nos vestimos	23

CAPÍTULO 2

2.- Capítulo 2	29
2.1.- Códigos comunicacionales en el acto de vestir	29
2.1.1.- Definición de código comunicacional	29
2.1.2.- El código dentro de una mirada sociológica Del vestido	30
2.1.2.1.- Cultura	31
2.1.2.2.- Identificación mediante el vestido	32
2.2.- Códigos comunicacionales en el Vestuario femenino	33
2.2.1.- El acto de vestirse dominada por estilos	33
2.2.2.- Codificación de colores	34
2.2.3.- Simbología de prendas y accesorios femeninos	35
2.2.3.1.- Simbología del traje femenino	35
2.2.3.2.- Simbología del jean	36
2.2.3.3.- Simbología de los tacones	37
2.2.3.4.- Simbología del lápiz labial	38
2.2.4.- El cuerpo conectado con el vestido	38
2.2.4.1.- El cuerpo, la feminidad y el vestido	38
2.2.4.2.- Pudor	40
2.2.4.3.- Sexualidad femenina	41
2.2.4.4.- Silueta femenina	41
2.2.4.5.- Los tatuajes	42
2.2.4.6.- El cuerpo modificado	43
2.3.- Gestos comunicativos del cuerpo conectados Con la vestimenta	44
2.3.1.- Definición de comunicación no verbal	44
2.3.2.- Posturas y movimientos corporales	45
2.3.2.1.- Emblemas corporales	45
2.3.2.2.- Ilustradores	45
2.3.2.3.- Adaptadores	45
2.3.2.4.- Características físicas	46
2.3.3.- Paralenguaje	46
2.3.4.- Territorialidad	47

CAPÍTULO 3

3.- Capítulo 3	51
3.1.- La televisión	51
3.1.1.- Definición	51
3.2.- El entretenimiento televisivo	53
3.2.1.- Discursos visuales sobre el espectáculo	53

CAPÍTULO 4

4.- Análisis de los códigos comunicacionales del vestir en los programas de farándula del Ecuador.	57
4.1.- Determinación de unidades de análisis	57
4.2.- Reconocimiento de variables	57
4.3.- Metodología e interpretación de datos	58
4.4.- Obtención de data	58
4.4.1.- Entrevistas	58
4.5.- Análisis de los códigos comunicacionales del vestir en las presentadoras de farándula	62
4.6.- Interpretación de datos grupo focal, encuestas y autores de las áreas investigadas	66
4.7.- Conclusión del análisis de los códigos comunicacionales del vestir en las presentadoras de farándula.	102
Recomendaciones	103
Conclusiones	104
Informe de resultados: códigos comunicacionales del vestir en la televisión ecuatoriana. Caso: programas de farándula con mayor rating nacional	105

REFERENCIAS

Glosario	112
Bibliografía	113
Bibliografía imágenes	114
Anexos	116

ÍNDICE

DE IMÁGENES

Imagen 1: Representación de María Antonieta de Austria (Pechman, 2016).	18
Imagen 2: Moda rápida (Anónimo, 2013).	20
Imagen 3: La moda dentro de la sociedad (Sánchez, 2018)	21
Imagen 4: Comunidad indígena Desano (Anónimo, 2018).	22
Imagen 5: El vestido en la sociedad (Anónimo, 2017).	24
Imagen 6: Diabla de Píllaro (El Comercio, 2009).	31
Imagen 7: Socialité Olivia Palermo (Martins, 2018).	32
Imagen 8: Representación del Punk (Anónimo, s.f.).	33
Imagen 9: Marlene Dietrich (Pony, s.f.).	36
Imagen 10: Denim sobre el cuerpo (Anónimo, s.f.).	36
Imagen 11: Tacones (Anónimo, s.f.).	37
Imagen 12: El poder del lápiz labial (Anónimo, s.f.)	38
Imagen 13: Cuerpo y vestido (Woodman, 1981)	40
Imagen 14: Silueta femenina (Botero, 1986)	41
Imagen 15: Escarificación corporal (Anónimo, 2012)	42
Imagen 16: Pies modificados de la cultura China (Anónimo, s.f.)	43
Imagen 17: Movimientos corporales (Burton, s.f.).	47
Imagen 18: Televisión manipulante, (Montesino, 2010).	52
Imagen 19: Logo Jarabe de pico, (Youtube, 2016).	66
Imagen 20: Paola Farías (Instagram, 2018).	67
Imagen 21: Dora West (Instagram, 2017).	74
Imagen 22: Mariam Sabaté (Instagram, 2018).	80
Imagen 23: Logotipo de Vamos con Todo (RTS, s.f.)	87
Imagen 24: Adriana Sánchez (Instagram, 2018).	88
Imagen 25: Logo DE Boca en Boca (Anónimo, 2016).	94
Imagen 26: Liseth Cedeño (Instagram, 2018).	95



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ficha de registro tipológico	65
Tabla 2: Ficha de registro tipológico del grupo focal de Paola Farías	69
Tabla 3: Ficha de registro tipológico de las encuestas de Paola Farías	71
Tabla 4: Ficha de registro tipológico del grupo focal de Dora West	76
Tabla 5: Ficha de registro tipológico de las encuestas de Dora West	78
Tabla 6: Ficha de registro tipológico del grupo focal de Marian Sabaté	82
Tabla 7: Ficha de registro tipológico de las encuestas de Marian Sabaté	84
Tabla 8: Ficha de registro tipológico del grupo focal de Adriana Sánchez	90
Tabla 9: Ficha de registro tipológico de las encuestas de Adriana Sánchez	92
Tabla 10: Ficha de registro tipológico del grupo focal de Liseth Cedeño	97
Tabla 11: Ficha de registro tipológico de las encuestas de Liseth Cedeño	99

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Evaluación de códigos comunicacionales de Paola Farías.	72
Cuadro 2: Evaluación de códigos comunicacionales de Dora West.	79
Cuadro 3: Evaluación de códigos comunicacionales de Marian Sabaté.	85
Cuadro 4: Evaluación de códigos comunicacionales de Adriana Sánchez.	93
Cuadro 5: Evaluación de códigos comunicacionales de Liseth Cedeño	100



RESUMEN

El levantamiento de datos sobre los códigos comunicacionales del vestir en los programas de farándula ecuatoriano señaló que existe un uso incorrecto de los mismos desfavoreciendo su programación de manera que generó disgustos por parte del televidente.

Ante esto se planteó el siguiente proyecto de investigación por lo que se pretendió contribuir con el correcto manejo vestimentario utilizado por las presentadoras de televisión mediante un análisis profundo de campo y sustento bibliográfico, lo cual reflejó que los códigos comunicacionales deben de ser utilizados correctamente de acuerdo a su canal televisivo y a su contenido.

Palabras claves

Análisis, comunicación, vestuario, sociedad, códigos comunicacionales, cuerpo femenino, sensualidad, show televisivo, moda, signo.

Title: Communicational Codes of Clothing on Ecuadorian Television
Case-study: Entertainment programs with the highest national rating

Abstract

The data collection on the communication dress codes of Ecuadorian entertainment programs indicated that there is an incorrect use of the codes, detrimental to their programming in a way that generated dislike on the part of the viewer.

Given this, the following research project was proposed for what was intended to contribute to the correct dress management used by television presenters through an in-depth field analysis and bibliographic support in order to reflect that the communication codes must be used correctly according to the television station and its content.

Keywords: analysis, communication, wardrobe, society, communication codes, female body, sensuality, television show, fashion, symbol

Ver anexo N° 7



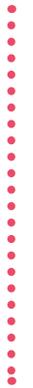


Introducción

La acción de comunicar mediante la vestimenta con lleva a realizar un análisis sobre los códigos comunicacionales empleados. Las personas transmitimos información mediante nuestra imagen corporal usando el vestido como factor comunicativo seguido de varios elementos no verbales como los gestos, los movimientos corporales, las posturas, el cuerpo, el maquillaje, entre otros; sin embargo, este conjunto de mensajes es realizado consciente o inconscientemente por la persona. Hoy en día la moda se ha posicionado como conducto verbal entre la sociedad; dominada por los acontecimientos culturales, sociales, económicos y políticos donde mediante este canal se rinde culto a las apariencias y se comunica un mensaje.

En la actualidad son los medios masivos de comunicación que manejan el sistema del fenómeno de la moda manipulando la información hacia el consumidor, creando un mundo fantástico y perfecto. En la televisión ecuatoriana, los programas de farándula manejan la comunicación no verbal en el vestuario de sus presentadoras, transmitiendo a su público la información de su programa antes de que este pudiera desarrollarse en su totalidad, por ende, el televidente toma a este personaje comunicativo como transmisor de información y adopta su forma de vestir y sus movimientos corporales.

Este trabajo de investigación contribuye con el análisis de los códigos comunicacionales de la vestimenta femenina utilizada en los programas de entretenimiento con mayor rating ecuatoriano, donde nos ayudará a comprender mejor la comunicación expresada en las prendas de vestir. La contribución teórica realizada en este proyecto de tesis será para la vestimenta femenina, donde la complejidad de su universo de estudio limita al estudio de ambos sexos.







7

Capítulo



1.- Capítulo 1

1.1.- MODA

1.1.1.- Término

Para poder hablar de la moda partiremos desde su terminología *Modus* que es el término etimológico proveniente del latín que significa modo o medida (manera de hacer) y que está relacionada en su concepto con la modernidad. Squicciarino (1986) la define como “Un mecanismo regulador de elecciones, realizadas en función de criterios de gusto o de determinados caprichos” (p.151). La moda se convierte en fenómeno social cuando es factible en una sociedad o en un grupo colectivo y se posee o se posee al ser un sistema de regulación específica.

Para poder profundizar la palabra moda recurrimos a Martínez en su libro *La moda en las sociedades modernas* donde indica que según el diccionario de *Terminología científico social*, el término moda posee tres significados. El primero, estadísticamente indica el valor que se repite con frecuencia en un cuadro estadístico. El segundo abarca el concepto como moda en un sentido general; es la referencia a la novedad de un momento con aceptación social que puede cambiar la forma de vida del individuo. Finalmente, el tercer concepto hace referencia a la moda en sentido estricto como fenómeno social vinculado al cambio del vestido, y es a este factor al que analizaremos.

Para poder acercarnos al entendimiento de la moda como fenómeno social debemos comprender el sistema de la moda, que en una primera instancia necesita poseer un marco organizativo e institucional. Martínez (1998) señala que el sistema de la moda se comprende por varias ramas: la primera hace referencia a la moda como sistema global de instituciones conformada por las grandes y pequeñas industrias, donde emanan a la sociedad la necesidad de vestirse y estar actualizados. Otro factor importante en el mundo de moda es el factor tendencia, que son las propuestas concretas en el vestir consideradas efímeras y cambiantes por razones sociológicas y económicas; dentro de esta esfera abarca tres elementos básicos: diseño formal, diseño textil y diseño de textura. Es importante considerar que la moda sincrónica, al que todos estamos expuestos se transforma en una moda diacrónica como un conjunto histórico de tendencias que designa al sistema que regula el cambio y engloba las diferentes modas. Un cambio al que todos hemos estado expuestos desde el nacimiento de esta, y cada vez esperamos percibir y ser parte de la próxima temporada.

1.1.2.- Inicios de la Moda

El nacer la moda de acuerdo con Grace 2007 "Da sus inicios en Occidente en las cortes de Italia y de Borgoña en el siglo XIV o XVI durante el Renacimiento (Citado por Godart 2010, pag.19). Este suceso ocurre por la constante innovación de estilos en las formas de vestir de los príncipes y reyes, además por su periodo de tranquilidad política y equilibrio económico. Sin embargo, el termino á *la mode* fue empleado en el siglo XVII por las clases más altas de Francia, expresando con esto que la vestimenta era según al gusto francés buscando diferenciarse de la corte española, dominante en aquel entonces. Squicciarino (1986) en su libro "El vestido habla" menciona que "La corte constituía el ámbito privilegiado de la constante transformación de la indumentaria y representaba también el lugar de legitimación de cualquier campo posible, no solo con el atuendo de la clase dominante, sino también el de la clase sometida" (pag.152). Por esta razón la aristocracia restringía a la clase burguesa la imitación de vestuarios mediante las leyes suntuarias; este mecanismo de cumplimiento ayudaba a distinguir las dos clases sociales mediante el vestuario, pero no fue hasta finales del siglo XVII donde la burguesía accedió a los diferentes estilos de vestir impuestos por la época mediante las primeras revistas de moda. Este acceso a la burguesía, nace por las nuevas tendencias económico-social impulsada por el capitalismo que permitió el nacimiento de esta nueva clase social.

El nacimiento de la clase burguesa debido al capitalismo, impulsó a los burgueses a demostrar su poder económico y social mediante la indumentaria y sus lujosos accesorios, de ahí aparece como principio fundamental de la moda la acción de ostentar. Godart (2010) dice que "La ostentación es la afirmación agónica que se funda en la lucha, de la posición económica del estatus social o de la pertenencia cultural mediante elementos visibles e interpretables por todos" (pag.20). De esta manera la clase burguesa se posicionaba dentro de su entorno por la razón que necesitaba ostentar para demostrar que poseían poder económico y social, aunque no pertenecieran a la aristocracia. En la contemporaneidad, ejercer la ostentación para demostrar el estatus social al que no pertenece se considera de mal gusto, pues existen otros factores como el conocimiento, la información, las enseñanzas que determinan una posición social. (Godart 2010).



Imagen 1: Representación de María Antonieta de Austria (Pechman, 2016).

A comienzos del siglo XVIII en la época del Rococó, se marca una línea muy fuerte en la historia de la moda debido a las actitudes marcadas de la época; en esta etapa la aristocracia, da valor y enfatiza los gustos personales inclinándose por lo elegante, lo exagerado, lo bello, lo refinado y lo delicado, caracterizando a la época como frívola y de artificio. En la época del movimiento artístico y filosófico Rococó, se creó una desconexión con la religión profanando un estilo mundano de belleza artificial, este movimiento era considerado como un arte individualista, anti formalista y cortesano; y no es más que ahí, donde la moda expresa su más sentido de desarrollo por la razón que el vestido fue el punto de concentración visual y de modificación para la ostentación, el lujo y el despilfarro.

Squicciarino (1986). Es importante hablar sobre la evolución que ha sufrido la indumentaria burguesa, en ella demuestra una confirmación sobre la estrecha relación entre las características socioculturales de una época determinada y las correspondientes manifestaciones de la moda (pag.174). También menciona que con el ascenso de la burguesía y después con la llegada del neocapitalismo, la estructura social perdió gradualmente la rigidez que la había caracterizado durante muchos siglos. La moderna sociedad de masa y del consumo resulta esencialmente móvil, dinámica, fluctuante e igualitaria (pag.164), que se ha convertido en un proceso a través de la historia, donde la lucha por resaltar se ha visto reflejada mediante la indumentaria; sin duda nos deja claro que la distinción entre grupos sociales y culturales estuvo consolidada con la forma estética.

A finales del siglo XVIII y comienzos del siglo XIX en Inglaterra, la forma de producir toma un cambio rotundo debido a una serie de condiciones que hicieron posible la llegada de la Revolución Industrial; en ella se desarrolla y enfatiza las máquinas para el sector textil donde se contribuye con la producción en masa y la accesibilidad de telas y prendas de vestir a bajo costo. De este momento histórico y fundamental para el mundo de la moda concibe un nuevo nacimiento de consumismo e individualismo. Las prendas de vestir se tornan mucho más accesibles al público por la disminución de costos, la variedad de productos, el aumento de producción, la facilidad de nuevos canales de ventas al público entre otros. Godart (2010) dice que “la moda es una actividad económica porque produce objetos, pero es a la vez una actividad artística en cuanto produce símbolos” (pag.14). La moda en la contemporaneidad se caracteriza por

el cambio que crea a gran escala, adjuntando el concepto de moda reemplazable por la variación de adornos y elementos de cada temporada; aunque exista esta moda fugaz, cada elemento está cargada de información, contiene una gran cantidad de signos o símbolos dentro de la indumentaria a pesar de que la industria de la moda la convierta en un factor de dualismo (Godart, 2010).

En la historia del vestido a finales del siglo XVIII se marca una línea determinante para la moda femenina pues los hombres renuncian a la indumentaria lujosa, excéntrica, megalómana y estafalaria, reduciendo su aspecto a un conjunto más sobrio y austero. Es importante decir que la indumentaria masculina y femenina no contaba con diferencias desde el punto de vista ornamental desde el Imperio romano hasta finales del siglo XVIII. A comienzos del siglo XIX nace la época del Romanticismo, caracterizada por enfatizar la simplicidad de la silueta femenina expulsando lo exagerado y artificio del Rococó, recordemos que la indumentaria masculina se transformó en un conjunto formal y medido, debido a caracteres políticos y sociales conectados por la Revolución francesa. Es ahí donde el pantalón ejerce símbolo de libertad, adoptado exclusivamente por los hombres, donde se convierte en un signo distintivo de poder y autoridad (Squicciarino, 1986).

1.1.3.- La moda como fenómeno social

La moda en la sociedad se puede percibir de diferentes maneras por su complejidad y ambigüedad. En el transcurso de su historia se ha llenado de diferentes interpretaciones llamando la atención de varias disciplinas; se caracteriza por ser una de las actividades sociales con más valor a nivel mundial y una de las más asociadas con industrias afines que se relacionan directa o indirectamente con la moda. Tal dialéctica autónoma ha conseguido posesionarse en la sociedad con exigencias subjetivas como objetivas pronunciándose como uno de los campos con más acogida a nivel mundial por su flexibilidad y su acción de mutar en cada espacio que se encuentra.

A finales del siglo XIX, aparecen las primeras aportaciones teóricas sobre el análisis de la moda hasta la actualidad, esta información teórica se comprende por la sociología clásica que abarca teorías macro sociológicas de tipo omnicomprendivo y la sociología moderna que realiza un estudio específico. Dentro de estas dos teorías evolutivas coinciden que la moda no es más que un fenómeno contradictorio, creado para llegar a cierto grupo de personas que se destruye así misma al superar cierto límite (Martínez, 1998).

En una primera instancia la moda como factor mundial se enfocó en demostrar a primera vista la capacidad económica del individuo y buscar respeto mediante su apariencia dejando al lado las necesidades naturales del cuerpo para enfocarse totalmente en las sociales. Veblen, es el primer autor en denominar la moda como factor de consumo en su *Teoría de la clase ociosa*. Señala que el individuo mediante el conjunto vestimentario consume por un valor relativamente alto, y que de igual manera consume sin producir. El vestido toma un valor espiritual transformando su propio valor monetario a uno más simbólico creando la necesidad de apropiarse en su momento, por razones de moda y reputación (Martínez, 1998).

La moda en la contemporaneidad ya no puede catalogarse como un simple fenómeno de capricho para el ser humano porque en la actualidad es una de las manifestaciones más características de Occidente y de la propia humanidad; que señala al individuo mediante el consumo vestimentario como estilo-símbolo y más no como retóricamente se le etiquetaba en su totalidad de estatus-símbolo (Martínez, 1998). Sin embargo, en materia vestimentaria siempre llegará a considerarse como elemento distintivo social donde habita la imitación; actual



Imagen 2: Moda rápida (Anónimo, 2013).

factor persigue un modelo dado, pero no menos satisface la necesidad de distinguirse y resaltar colectivamente. Martínez (1998) dice que "aparece como una herencia psicológica, como la extensión de la vida del grupo a la vida individual, proporcionando al individuo la seguridad de no hallarse solo en su actuación" (pag,50). En el momento de ejecutar la imitación el ser humano se apodera anticipadamente de rasgos ajenos, se apropia de generalidades captadas por el gusto o la necesidad, para alimentar su concepto vestimentario.

Según Simmel (1904) las clases sociales superiores son las primeras en adoptar los nuevos rasgos identitarios, mencionando que solo las clases superiores tienen el acceso de apropiarse previamente a un estilo para luego desecharlo y cambiarlo, mientras que las clases inferiores imitan esta acción de vestir cuando ya han sido absorbidas por las clases superiores. Sin embargo, la acción de identificar no se diluye, ya que este mecanismo de cambio no altera el verdadero mensaje de identificación. Mas hace una pequeña aclaratoria de la absorción de la moda en las sociedades. (Citado en Martínez, 1998, pag,50) Más allá de la percepción de la moda por las clases sociales, la moda se caracteriza por ser vocera del símbolo que crea a tra-

vés de su historia, en ella teje un canal de comunicación para generar relaciones personales y colectivas donde el individuo puede expresar sus emociones, sus valores, sus creencias y los acontecimientos sociales y culturales envueltas en su entorno. Para Squicciarino (1986) “La moda expresa el espíritu del tiempo y es uno de los indicios más inmediatos de los cambios sociales, políticos, económicos y culturales”. (pag.12). El individuo dentro de un grupo colectivo siempre ha buscado la manera de identificarse para resaltar en su grupo social, y es el vestir dentro de la moda quien actúa como conducto comunicacional. A través de los años el sujeto ha utilizado como primera instancia la forma de vestir y los accesorios para transmitir información. Sin embargo, la existencia de la forma de vestir autónoma con relación a las tendencias dominantes ha causado que los fenómenos antimoda y dandismo ocupen un lugar importante en el estudio de la sociología del vestir. Como lo hemos mencionado, un individuo o un grupo colectivo utiliza la moda o el vestir para comunicarse de una manera no verbal o incluso la utiliza como una burbuja protectora.

Existen grupos o individuos que no adoptan el ciclo de factor moda, ya sea por la apatía o por la actitud autónoma en el vestir con relación a las tendencias dominantes. En el libro de

Godart (2010) señala a dos fenómenos de manera notable: “el dandismo” y “la antimoda”. Dentro del dandismo no se trata de expulsar o aborrecer el sistema de la moda; lo que se busca es encontrar un estilo propio con relación a la moda; por su parte, la antimoda se encuentra en contra de la moda dominante; lo que hace es interiorizar la y nutrirse de ella para contradecirla.

Por otro punto de vista la moda no es más que una columna vertebral consumista ante una sociedad sedienta de despilfarrar, significando y clasificando a la gente por rango social. Para que la industria de la moda se mantenga actualmente como una de las más grandes a nivel mundial, la industria maneja una organización de marketing que va dirigida con el objetivo de que el usuario entre en un círculo vicioso de compra. Cuando hablamos de satisfacer una necesidad que es la de comprar ropa para cubrir nuestro cuerpo, inmediatamente pasamos a ser consumistas cuando excedemos esta actividad. Por esto la industria de la moda analiza las debilidades del comprador y ataca con la constante y periódica variación de prendas y accesorios; haciendo que la mujer se sienta poderosa y bella, suficientemente capaz de cumplir cada una de sus metas.

La forma en la que la moda nos predomina hace que vayamos con ella de la mano, pues si bien no compramos el último abri-



Imagen 3: La moda dentro de la sociedad (Sánchez, 2018)

go para invierno de Zara, hará que imitemos peinados, adquiramos accesorios o que simplemente estemos al tanto de la última colección de Chanel o Versace. Es imposible no ser parte de ella, absolutamente todos están envueltos en una rueda de consumo. Obligado (2000) dice que “Mediante la moda se lucha por el prestigio, se señala la identidad sexual, seducimos, nos alejamos de los modelos del pasado”. (p.25).

1.2.- EL VESTIDO Y EL ACTO DE VESTIRSE

1.2.1.- Origen del vestido

El vestido nace como una forma de adornar el cuerpo; desde una primera instancia se ha encontrado una documentación donde relata que el cuerpo se ha considerado como objeto de comunicación. Los hallazgos encontrados relatan estilos de vestir y adornos sobre el cuerpo en la mayoría de las culturas a nivel mundial; el vestido se acopla al momento en el que vive, por eso evoluciona y encaja a las necesidades sociales.

El vestido al convertirse en una segunda piel funciona como un mecanismo de protección porque el cuerpo necesita mantenerse en una temperatura promedio que asegure la circulación sanguínea y brinde la comodidad para ejercer sus actividades. Al comienzo de la civilización el ser humano se agrupó en comunidades por la necesidad de protección y sobrevivencia ante la naturaleza; sin embargo, buscaban formas de defensa ante tribus oponentes.

Su mayor amenaza constataba de hechos sobrenaturales, en ellos la magia y los espíritus originaban las desgracias de todos los males, su vulnerabilidad llegaba cuando la muerte, las enfermedades o las catástrofes naturales les visitaba. Con tal intimidación el ser humano buscó un método de protección y utilizó los amuletos para refugiarse de tal fuerza maligna. En esta etapa de la historia se dio paso a la ornamentación, que en un comienzo se practicaba sobre los orificios y la piel del cuerpo, según las creencias, las entidades malignas se posesionaban del individuo por medio de sus orificios corporales, por ello se adornaban las orejas, la boca, la nariz, cuello, etc., entregando un valor fundamental al uso de aros y elementos ornamentales; calificado como significado de protección para el ser humano (Squicciarino, 1986).

Entonces el proceso de considerar al vestido como objeto personal desde su primera aparición, tiene que ver con el origen del placer instintivo del ser humano por la ornamentación. Veblen (1949) dice que “en las razas más primitivas existen individuos que carecen de vestido, pero no están desprovistos de ornamento” (Citado en Squicciarino, 1986, pag.47). Queda entonces, en una primera instancia la función primordial de utilizar al vestido como elemento de adorno, dejando al lado la acción sustancial de protección corporal.

La significación otorgada al origen del vestido, acotando la necesidad de embellecimiento mediante la ornamentación, adjunta la importancia que adquiere el ser humano para separarse de la homogeneidad que representa la piel, Squicciarino (1986) la defi-



Imagen 4: Comunidad indígena Desano (Anónimo, 2018).

ne como “un uniforme común para todos los seres humanos” (pag.48). Este fenómeno de distinción es propiamente humano no registrado en el reino animal, abriendo paso al uso de las pinturas, así como a la posesión de objetos e incorporación del vestido; esta actitud se conecta con el grado de individualismo personal nombrándose como la conciencia del yo que busca la distinción de sus semejantes dentro de su entorno natural. La práctica de la distinción en los pueblos primitivos se ejecutaba para marcar los factores naturales del ser humano como la edad, el sexo o las destrezas desarrolladas, pero de igual manera su ejecución marca el espacio territorial de cada grupo colectivo.

1.2.2.- Por qué nos vestimos

El vestido en sus primeros años nace como una herramienta de protección corporal como espiritual, pero más allá de cubrir el cuerpo, el hombre busca crear una segunda naturaleza llamada cultura; el adorno y la ornamentación complementan la identificación de un nuevo elemento llamado vestido. No cabe duda que el individuo a primera instancia se aleja de la homogeneidad que representa su cuerpo desnudo, para buscar el embellecimiento dentro de una identidad.

Esta manera de modificación y de identidad corresponden al comportamiento típico humano que no se encuentra en el mundo animal por la existencia de la conciencia humana que nos obliga a la distinción individualista, así también dentro de nuestro propio grupo colectivo. Enfatizando que la acción de vestir corresponde más allá de una protección corporal ante las fuerzas de la naturaleza y se convierte en una acción mágica de identificación. (Squicciarino, 1990).

Entonces, el ser humano en el proceso de su evolución ha llevado al vestido a un vínculo entre el individuo y el mundo tangible, convirtiéndolo en el primer elemento que el ser humano habita, este primer espacio se considera como gestor comunicativo e irrompible con el cuerpo (Saltzman,2004). El vestido se transforma a una segunda piel prolongando y modificando los rasgos morfológicos de acuerdo a la necesidad o gusto; en esta etapa inexorable de descubrimiento y experimentación el cuerpo pasa a hacer modelado para dar nuevas formas anatómicas mediante la silueta.

La forma de vestir toma significado en el momento que el ser humano evoluciona adjunto su cultura, según Jenkyn en su libro *Diseño de Moda* (2002) menciona que dentro del análisis del vestir existen cuatro elementos fundamentales que abarca su concepción: utilidad, pudor, atrevimiento y adorno e incluye cuatro más de acuerdo con Sproles en su libro *Consumer behavior towards dress*(1979): que son: diferenciación simbólica, afiliación social, autoestima y modernidad.

El ser humano realiza la acción de colocar una piel artificial encima de su cuerpo llamado vestido, que de acuerdo con Jenkyn (2002) se relaciona en su función de utilidad que cumple con la funcionalidad de protección, llevando a cabo la acción de satisfacer las necesidades humanas y de mantenerlo cubierto. Sin duda el vestido ha expresado los acontecimientos históricos en el momento que se encuentra. Desde una primera mirada la desnudez acompañó al ser humano en sus primeros pasos, y la modificó cuando las manifestaciones de pudor por el tiempo y el espacio se hicieran presentes. Hablar de pudor corresponde a un concepto complejo, rodeado de tabús sin obedecer a ninguna lógica; sin embargo, se puede argumentar que la exigencia del decoro y las creencias divinas están relacionadas con este factor.

Nos vestimos también por atrevimiento, aquí la mujer toma un papel importante ya que la sexualidad femenina siempre se ha desbordado a comparación del hombre. El vestido femenino cumple varias funciones, entre ellas realzar los atractivos sexuales y la silueta. Su papel tradicional se encuentra como factor pasivo dentro de la mirada objeto sexual incentivando el rol erotizado de las prendas. El ser humano como lo habíamos mencionado también se viste por adorno, lo que consigue es resaltar los encantos físicos y sobresaltar la creatividad. Es sensato aclarar que este motivo de vestir o adornos corporales no necesariamente compagina con la comodidad o facilidad de movimiento como también pueden ir en contra de la salud. Los adornos pueden ser temporales o permanentes, adiciones o reducciones del cuerpo humano.

La gente utiliza también el vestido por diferenciación simbólica, como menciona Jenkyn (2002) se utiliza para diferenciar y reconocer una profesión específica, estilo de vida, religión o nivel social; su postura vestimentaria llega a reconocerse como uniformidad para resaltar ante la multitud. El mensaje que emana hacia la comunidad es tan penetrante que logra posicionarse

en la mente del individuo reconociendo a breves instancias su significado.

Otro motivo aliado a la vestimenta es el vínculo de pertenecer a un grupo social externo que nos lleva a buscar una afinidad que nos conecte directamente con él. El primer paso que realizamos es ajustarnos a los estilos ajenos y esperar a conseguir una aprobación colectiva. Como se busca la aprobación, también se ejecuta el rechazo a un grupo social por diferencias ideológicas, dentro de esta teoría constan las mayores protestas políticas que se llevan a cabo mediante la indumentaria.

La autoestima se considera otro factor para el acto de vestir, el imponer un estilo y conformarse física y psicológicamente es como se maneja este ámbito dentro del vestido. Para finalmente concluir que el hombre se viste por modernidad indicando la creatividad, adaptación y preparación para el futuro. El concepto dentro de este elemento vestimentario se relaciona con la capacidad y exigencia que posee el hombre para mutar con facilidad cada cierto tiempo influenciado por los preceptos de la moda.



Imagen 5: El vestido en la sociedad (Anónimo, 2017).







2

Capítulo



2.- CAPÍTULO 2

2.1.- CÓDIGOS COMUNICACIONALES EN EL ACTO DE VESTIR

2.1.1.- Definición de código comunicacional

Cuando hablamos de código hablamos de semiótica Zecchetto (2002) dice que “es la ciencia que depende de la “realidad de la comunicación”.” (p.7). Morris (1999) indica que a partir del siglo XIX la semiótica se ha sistematizado y subdividido como en otras disciplinas donde poseen objetivos y métodos específicos. (Citado en Zecchetto 2002, p.20). La semiótica llega a identificarse por medio de tres grandes ramas: la semántica, la pragmática y la sintáctica.

A referencia con la Semántica, Zecchetto (2002) dice que “que se puede estudiar las relaciones de los signos con los objetos a los que son aplicables, es decir, a lo que los signos quieren significar al referirse o al denominar cual tipo de seres o entidades” (p. 20). Se define de esta manera la relación que tiene el objeto con el contexto para dar a nacer un significado. Eco (1976) indica que la semiótica es la definición del objeto que estudia los fenómenos culturales como si fueran sistemas de signos ya que todo sistema de comunicación entre seres humanos presupone un sistema de significación como condición necesaria. Vista de esta manera la semiótica se vuelve ilimitada para los fenómenos de comunicación intencional, llevando al interés por todo aquello que desarrolle un significado intencional o no. La semiótica entonces atribuye con cualquier cosa que pueda concebir signo. (Citado en Martínez 1998, pa.114).

De acuerdo con Zecchetto (2002) la semántica es una de las ramas más importantes dentro de la semiótica ya que hace referencia a las relaciones concretas de los signos con las cosas. Dentro de su contextualización existe una doble perspectiva en su práctica. La primera percepción es tomada como “intencional” cuando el signo designa alguna índole propia, y la segunda es la “extensional” que señala un elemento o conjuntos de elementos donde se aplica las propiedades indicadas en los signos.

La pragmática es otra rama de la semántica donde Zecchetto (2002) dice que “se puede estudiar la relación de los signos con los intérpretes y las personas que utilizan los signos de modo concreto” (p. 21). La pragmática sin duda es pilar fundamental para el entendimiento y la comprensión de la comunicación, de acuerdo con Zecchetto (2002) la pragmática tiene como objetivo analizar las formas y estrategias concretas que son utilizadas para las expresiones comunicativas. En esta etapa es muy importante resaltar que la pragmática se comparte con diversas disciplinas por su universo de estudio, entre ellas la psicología, la antropología, la sociología, etc.

2.1.2.- El código dentro de una mirada sociológica del vestido

Para poder abordar el siguiente tema debemos realizar un acercamiento sobre lo que estudia la sociología, Giddens (1991) dice que es la ciencia que se encarga del estudio de la vida social humana, en los grupos y sociedades que surge de la interacción entre el sujeto y el medio (Citado en Jaramillo 2016, p. 6). Sin grupos sociales no existiría el estudio sociológico ya que se enfoca en analizar las actitudes y comportamientos del sujeto colectivo dentro de la sociedad. El ser humano busca identificarse y dialogar con otras personas mediante lo que utiliza su cuerpo y es el vestido ese elemento de signo que diferencia el hombre del animal, así lo dice Monneyron (2005) en su libro 50 respuestas sobre la moda.

Godart (2010) dice que “El vestido dentro del fenómeno de la moda suministra signos a los individuos y a los grupos para que, en interacción con otros muchos campos culturales, constituyan su identidad” (p.29). El signo es comunicación identitaria de una cultura y el vestido y es el más claro ejemplo comunicacional, porque aparte de emitir un mensaje se conecta con los fenómenos sociológicos; el primer carácter de la moda hablando en términos sociológicos es que responde a exigencias subjetivas como objetivas, el segundo carácter es la rotación tan definida que la caracteriza relacionada con el primer carácter. La convivencia en grupo hace que se desarrolle un comportamiento peculiar, que abarca la adopción distinguida de la actitud de distinción hacia otro grupo colectivo y es ahí donde la actitud humana se convierte motivo de estudio porque además están influidos por su contexto social; la distinción entre diferentes grupos abarca desde el código del lenguaje hasta las distintas maneras de celebración.

Giddens (1991) indica que las formas de comportarnos y las relaciones que mantenemos con otros presentan regularidades, sin embargo, la estructura social no tiene el carácter físico. (Citado en Jaramillo 2016, p.6). Las diferentes civilizaciones no presentan un patrón a seguir cuando hablamos de lenguaje, costumbres, religión... y es por el entorno físico en las que fueron desarrolladas; es importante considerar que en el grupo social existe la búsqueda de libertad individual dentro de la identidad que se ha desarrollado según los contextos históricos. Monneyron (2005) dice que “la libertad individual, la de ser o no ser seguida, es, evidentemente, aún más significativa de la modernidad occidental, articulada en torno al individuo y a la secularización” (p.16).

El signo posee un significado importante por medio de las creaciones cognoscitivas dentro de cada cultura, pero para poder desarrollarse se empapa con varias disciplinas afines que determinan el significado cultural. Martínez (1998) dice que “hay casos en que el objeto pierde el punto de funcionalidad física y adquiere un valor comunicativo, que se convierte en signo y sigue siendo objeto solo en segunda instancia” (p.116). El vestido por ejemplo en muchas veces deja su objetivo primordial que es la protección corporal para convertirse en un símbolo de adorno, y es el cuerpo que carga esta información saturada de elementos que al estar en exposición y en un entorno diferente a su hábitat toma un nuevo significado de interpretación dentro de su cultura.

Martínez (1998) dice que “respecto al lenguaje visual del vestido existe la distinción entre códigos fuertes y códigos débiles. Son códigos fuertes aquellos que están definidos por un sistema de sanciones e incentivos bajo pena de verse condenados por la comunidad. Cuando es débil se determina porque se modifica con rapidez, y antes de que se la pueda captar o escribir, ya ha cambiado”. (p.117). Regularmente estos códigos determinados como fuertes son impuestos por un grupo colectivo donde se decide que es lo correcto y que no lo es, este tipo de reglamento debe ser cumplido por la comunidad ateniéndose a las consecuencias sociales en caso de no ser cumplido.

Martínez (1998) dice que “el vestido sirve principalmente para cubrir el cuerpo, un verdadero análisis muestra que lo que sirve realmente para cubrirse no supera el cincuenta por ciento, desde la corbata al bajo de los pantalones, pasando por las solapas de las chaquetas o la elección de los tejidos y colores, evidenciando que el vestido es comunicación” (p. 114). El lenguaje del vestido comunica tanto como la comunicación verbal donde según Martínez (1998) no solo sirve para transmitir significados mediante el objeto sino también para contribuir con el mensaje de identificación según como quiere el sujeto que lo lean o lo interpreten ante su comunidad. El atuendo vestimentario de esta manera está cargado de significados y aún más por un valor simbólico antes que funcional.



Imagen 6: Diablero de Píllaro (El Comercio, 2009).

2.1.2.1.- Cultura

Si hablamos de cultura hablamos de naturaleza, estas dos dimensiones capitales y complementarias de la vida humana son innatas para el sujeto colectivo. Zecchetto (2002) dice que “la naturaleza y la cultura constituyen, pues, un binomio en mutua relación dinámica, donde, sin embargo, la potencia cultural, o sea, la iniciativa y creatividad de la persona, es más fuerte y agresiva que la mansa naturaleza” (p.23)

Al hablar de naturaleza se habla de todo aquello que existe, crece se reproduce de forma autónoma, es decir lo natural, lo que se deriva directamente de la naturaleza; y dentro de la naturaleza se encuentra el ser humano que refleja funciones como el hambre, el sueño, la sed, la muerte... Zecchetto (2002) dice que “la aparición del ser humano en el planeta significó precisamente un trozo de naturaleza que se dio cuenta de sí misma, que adquirió autoconciencia de su diferencia” (p.26) Entonces se podría decir que llamamos cultura a todo lo que el ser humano ha creado y sigue creando por su capacidad de conocimiento, entre ellas reconocemos al arte, la ciencia, los mitos, las religiones... La cultura implica aprendizaje, por el motivo que exige repetir lo aprendido y modificar exigencias y necesidades que emergen día a día.

Zecchetto indica que el significado o el sentido de la palabra naturaleza se ha mantenido a través de los siglos, pero no es el mismo caso con el significado de cultura que ha estado sujeto a varias transformaciones por los cambios sociales y psicológicos que experimenta la sociedad cada cierto tiempo. Zecchetto (2002) dice que “durante la época iluminista (siglo XVIII), la palabra cultura asumió un sentido elíptica y designó al individuo que “cultivaba” el conocimiento, el espíritu y la mente, en oposición a la tosquedad e “incultura” de la naturaleza. Así se impuso el termino como sinónimo de “saber”, “ser instruido”, o sea, “tener cultura”, ser una persona “culto””. (p.23)

En la posmodernidad el término cultura es generalizado por la diversidad de contextos que impide ser unificado y se utiliza de una forma metafórica para indicar actividades humanas. En las distintas áreas aplicadas hace necesaria una definición adecuada para su sentido ya que los criterios semánticos deben estar conectadas a los significados contextuales (Zecchetto 2002). Dentro de lo que abarca la cultura y su forma de comunicación se encuentra en uno de ellos el vestido que a más de cubrir el cuerpo está cargado de un sin número de signos identitarios pertenecientes a cada cultura.

Para profundizar el concepto de cultura, Zecchetto (2002) señala que fue pensada como un conjunto unificado de sistemas de “modelizaciones” es así entonces que llega a ser considerado como un libro que debe de ser leído e interpretado de acuerdo a cada grupo colectivo de donde pertenece el sujeto. Zecchetto (2002) dice que “mientras la cultura se entiende como un sistema de textos, la comunicación es vista como un proceso semiótico que incluye al menos los elementos esenciales de la intencionalidad comunicativa entre emisores y receptores, un sistema de signos para codificar mensajes, y los actos concretos de comportamiento comunicativo” (p.31).

Entonces cuando se habla del ámbito semiótico se habla de cultura ya que estos dos universos están conectados en su totalidad llegando a una breve determinación funcional que es

2.1.2.2.- Identificación mediante el vestido

Godart (2012) dice que “Los individuos señalan su diversidad social mediante signos identitarios, entre los cuales la ropa es un elemento central pero no único, ya que las practicas culinarias, turísticas, e incluso lingüísticas, son otros tantos signos identitarios. (Citado en Jaramillo 2016, p.21). El ser humano busca identificarse dentro de su grupo social, busca sobresalir ante los demás y reluce su conceptualización mediante el vestido como elemento prioritario de identificación por ser manipulado sobre el cuerpo para emitir un mensaje hacia su comunidad. El vestido sin duda se convierte en código comunicacional atribuido por el propio sujeto. Zecchetto (2002) dice que “la moda suministra signos a los individuos y a los grupos para que, en interacción con otros muchos campos culturales construyan su identidad, que ya no es exclusivamente cuestión de estatus, sino también “estilística” y no solo vertical, jerárquica, sino también “horizontal” es decir no jerárquica” (p.29). Como lo habíamos mencionado la moda nace como ostentación de la clase burguesa hacia la aristocracia para posicionarse en un

esclarecer los sentidos de la cultura en cuanto formas de comunicación. En el lenguaje humano verbal y no verbal señala que somos seres simbólicos además de determinar nuestro comportamiento, en ella se ve conectada un sistema de significación social muy ajena de la realidad natural (Zecchetto 2002).

La interacción de comunicación entre varios grupos sociales culturales se llama Semiósfera o biósfera semiótica, donde Zecchetto (2002) habla que es el conjunto de comunicaciones intercambiadas constantemente hacia diferentes sujetos colectivos desde una mirada macro social sin dejar al lado a los pequeños grupos sociales.



Imagen 7: Socialité Olivia Palermo (Martins, 2018).

puesto respetable por la elite, su objetivo era demostrar que tenían dinero y una posición económica considerable; lo mismo pasa en la posmodernidad con muchos grupos étnicos que buscan la manera de comunicar o protestar mediante el primer elemento de posesión personal que es el vestido.

Godart (2002) asegura que la identidad buscada dentro de la moda es "relacional", es decir que cada individuo puede tener múltiples identidades, públicas o privadas, formales o informales que se revelan a menudo dentro de un sistema de producción y reproducción social. Esta manera de identidad es cíclica por las razones sociales, físicas y mentales que vive una persona. Los cambios de vestuario sujetos a la identidad, está mucho más relacionado con la indumentaria femenina por la razón que desde los tiempos del imperio romano hasta el siglo XVIII no existió un cambio significativo en la ornamentación de la vestimenta, pero desde el siglo XVIII se representó el lujo, la belleza y la elegancia mediante la mujer atribuyéndose como un ícono de la moda.

Es así entonces que el vestido femenino se ha apoderado del sistema de la moda, generalizando la mayor cantidad de prendas posibles para su uso, con el objetivo de satisfacer una identidad. Monneyron (2005) dice que "en un periodo de apenas diez años, la anexión del guardarropa masculino por parte de la mujer ha sido casi total, de tal forma que ahora resulta imposible citar una prenda que, habiendo sido masculina, no pueda figurar en el guardarropa de una mujer" (p.35).

2.2.- CÓDIGOS COMUNICACIONALES EN EL VESTUARIO FEMENINO

2.2.1.- El acto de vestirse dominada por estilos

Cuando hablamos de estilos definimos que es la necesidad de representar una nueva perspectiva de la identidad cultural, o así lo dice Martínez (1998). El estilo es la manera modificada del ser humano para identificarse dentro de su cultura que se caracteriza por ver la realidad de una manera distinta actuando sobre ella. Martínez (1998) dice que "hay dos criterios que permiten distinguir entre un estilo y una moda: uno, es la generalidad del fenómeno o flexibilidad sincrónica; y otro, la continuidad

del fenómeno o flexibilidad diacrónica. (p.24). En su mayoría la moda reemplaza el verdadero acto del estilo por sus formas cambiantes y su imagen satisfactoria, esto lleva a una paradoja en el momento que hacemos nuestra una moda efímera interpretándola como un estilo auténtico; sin embargo, Martínez menciona que la adopción de la moda puede constituirse como un estilo ya que en los últimos años la imposición cambiante de formas, colores, texturas se ha quedado para constituir un estilo que admite variaciones pero que no cambia su filosofía que la compone. De Ventos 1969, comprueba mediante su estudio que los estilos por su mayoría eran generados por la moda, mientras que la moda en el vestido se está transformando a estilos. (Citado en Martínez 1998, p.25).

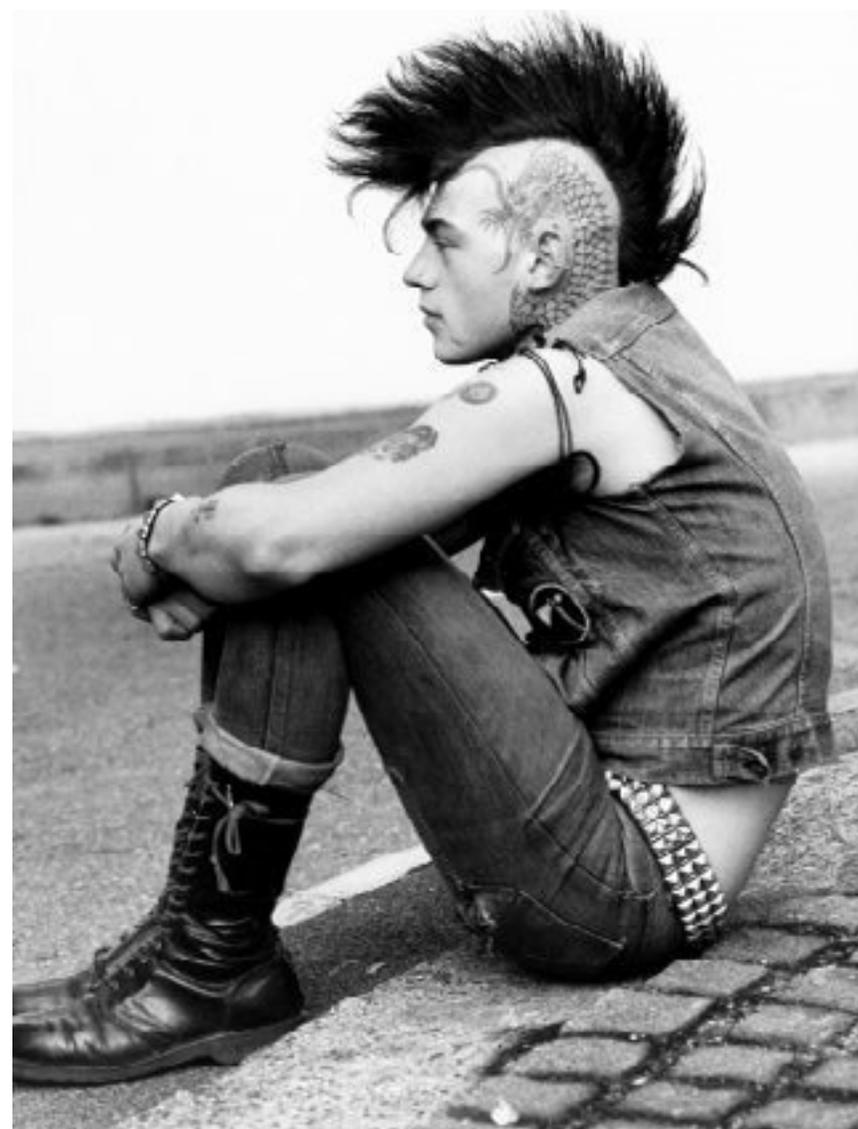


Imagen 8: Representación del Punk (Anónimo, s.f.).

2.2.2.- Codificación de colores

Entwistel (2002) dice que “El color también tiene género, sobre todo en el trabajo: el traje pantalón que llevan los hombres en la City normalmente es negro, azul o gris, pero las mujeres que ejercen las profesiones tradicionales pueden llevar rojos brillantes, naranjas, turquesas y demás. Las corbatas de los hombres añaden un elemento decorativo a los trajes, puesto que pueden ser claras, incluso chillonas, pero esto es por lo general contrarrestado por un fondo oscuro y formal” (p.22). El color sin duda tiene una gran importancia y simbología dentro de la vida del ser humano; porque ha estado ligada a la supervivencia para reconocer plantas vegetales y distinguir a ciertos animales; en según plano (Parodi 2002) menciona que está ligada a la comunicación de ciertos códigos sociales o culturales para finalmente como tercer propósito embellecer la vida natural con los significados estéticos y psicológicos.

La retina del ojo es la encargada de percibir el color para vincular a las emociones; según Parodi (2002) existen cuatro colores psicológicos: rojo, amarillo, azul y verde, algunos pertenecientes a la gama de cálidos que produce excitación emocional mientras que los tonos fríos producen relajación. Cuando hablamos de colores psicológicos nos referimos que causan algún efecto en la mente de la persona, como por ejemplo el color azul apacigua, pero deprime mientras que el verde da reposo y tonifica; una mezcla de los dos podría ser el resultado ante la cura de la depresión.

“Cada color posee un magnetismo particular que estimula, inconscientemente, ciertas reacciones nerviosas y psíquicas” (Michavila, 2007, p.70). Esto depende en su mayoría a la personalidad de cada persona, porque es ella quien atribuye su valor favorable o no a ciertos colores. El siguiente cuadro muestra una asociación con el afecto

El siguiente cuadro muestra una asociación con el afecto

Tono afectivo	Color
Excitación-estimulación	Rojo
Seguridad-comodidad	Azul
Ansiedad-perturbación-enfado	Naranja
Ternura-Amabilidad	Azul
Protección-defensa	Rojo

	Castaño
	Azul
	Negro
	Púrpura
Desaliento-depresión-infidelidad-melancolía	Negro
	Castaño
	Azul
Calma-felicidad-serenidad	Verde
	Azul
Dignidad-Solemnidad	Púrpura
Animación-jovialidad-alegría	Amarillo
Desafío-oposición-hostilidad	Rojo
	Naranja
	Negro
Poder-fortaleza-desafío	Negro

Fuente: Kanapp (1980), “La comunicación no verbal”, p.94.

Es imposible determinar definitivamente un juicio por cada color, sin embargo, son relacionados muchas veces con la interacción humana y se determinará futuros comportamientos en el momento que se creen nuevos estudios; actualmente se han codificado ciertos colores conectando con actitudes humanas. Blanco: Parodi (2002) indica que el color blanco según la iglesia católica indica inocencia y pureza, está relacionado a la santidad y por ende es un color positivo; como se había mencionado anteriormente el color se codifica según su cultura; en varios pueblos primitivos y asiáticos el blanco es color de muerte y luto.

Azul: El color azul según Parodi (2002) es el menos definido y más inmaterial, dentro del simbolismo de la iglesia católica representa el cielo y lo asocia con el manto de la Virgen, es un color relacionado totalmente con el símbolo espiritual; emana sensaciones de alegría, luminosidad y libertad.

Rojo: Es el color relacionado con la sangre y el fuego está relacionado con la sensualidad el amor y el odio. El color tiene un poder de excitación y estimulación mental que acrecienta la actividad sexual masculina; Michavila (2007) asegura que aumenta la tensión muscular y la capacidad de la respiración como también despierta la energía vital, el deseo y la voluntad de conquista.

Amarillo: Parodi (2002) menciona que en la simbolización con la iglesia católica se define como el sol, el oro, la eternidad, la

santidad... El color amarillo es el que más aumenta la tonalidad neuromuscular.
Naranja: Es el color del equilibrio entre la libido sexual y el espíritu; Michavila (2007) lo relaciona con el color del sol, el fuego y la luz; el naranja es un color estimulante que simboliza una fuera equilibrada que induce al optimismo.

Morado: Parodi (2002) menciona que su relación simboliza dentro de la iglesia católica es de amor y verdad, aunque también la pasión y el sufrimiento se vincula a la penitencia.

Verde: Para la iglesia católica simboliza la vida y la vegetación como también la iniciación espiritual y una nueva esperanza; el sistema nervioso encuentra en el color verde una calma y una serenidad (Parodi, 2002).

Marrón: Michavila (2007) señala que es el color de la madre tierra y la madera, simboliza madurez actuando como un soporte estabilizador.

Gris: Parodi (2002) menciona que para la iglesia católica simboliza la muerte del cuerpo, la inmortalidad del espíritu y el juicio final; significa tristeza, melancolía, aburrimiento y todo lo relacionado con aquello. El gris es el color de la ceniza y se señala a una persona gris cuando es aburrida o apagada.

Negro: Generalmente el negro es símbolo de muerte, luto y enfermedad en su mayoría se le relaciona con la brujería y la magia negra, sin embargo, en el mundo occidental significa elegancia, respeto, seriedad. El negro se representa como un color negativo que para la iglesia católica representa la negación de la vanidad terrenal por eso sus trajes son de color negro.

2.2.3.- Simbología de prendas y accesorios femeninos

2.2.3.1.- Simbología del traje femenino

En el mundo de la moda el traje es poder, es símbolo de autoridad. Macdonell (2004) dice que "La mujer del traje irradia seguridad. Este afecto se ve acentuado por su postura desafiante" (p.60). El traje como tal perteneciente al mundo masculino nace a partir del siglo XVIII con las diferentes adaptaciones; los hombres y las mujeres vestían ropas demasiado incómodas pero que determinan su grado social, entre más incómoda era la indumentaria más poder adquisitivo se tenía mientras que el pueblo de la clase trabajadora se vestía con prendas simples. Los cambios en la indumentaria empezaron a evolucionar cuando los caballeros de Inglaterra del siglo XVIII empezaron con diferentes actividades silvestres como la caza, la pesca, la expedición entre otros. La evolución de la ropa masculina caminó en pasos grandes a principios del siglo XIX desapareciendo los tacos y los sombreros altos; se puede decir que se creó indumentaria pensada las actividades sociales, económicas y físicas del hombre lo que no pasó con la mujer que tuvo que esperar siglos para poder ver algún cambio funcional y estético en el vestido. Desde el siglo XIX la moda masculina no posee cam-

bio superior y hasta se llega a decir que no existe diferencia alguna entre XIX y XXI. La igualdad femenina en el vestuario nace a partir de la década de 1860 cuando la mujer realiza una aproximación a lo que está usando el hombre, simplemente que la sustituye con la falda y esto acontece por el cambio de role femenino sucedido en la época.

Las primeras feministas o defensoras de los derechos de la mujer empiezan a trabajar en las oficinas y es cuando el atuendo de dos piezas tiene como finalidad liberar a las mujeres, del vestido aprisionante (MacDonell, 2004). El traje ejercía sobre la mujer un aspecto de eficiencia que lograba que se les tomara en serio por ser símbolo de adultez que separa a las niñas de las mujeres. Coco Chanel fue una de las diseñadoras claves de la época, ella logro con sus prendas sueltas dar una imagen sofisticada y elegante. A pasar los años, el traje no ha hecho más que representar seguridad y firmeza, es el quien se ha modificado enraizándose aún más con el poder femenino; el traje es anónimo y se dice que para que cumpla su verdadera función no debe llamar la atención porque perdería el encanto sofisticado y lo sofisticado nunca es llamativa.



Imagen 9: Marlene Dietrich (Pony, s.f.).

2.2.3.2.- Simbología del Jean

Como dice MacDonell (2004) los jeans son el punto de quiebre entre la alta costura y el prêt-à-porter; la elegancia que emana un jean no tiene que ver con las posibilidades económicas porque todo el mundo lo usa. MacDonell (2004) dice que “los jeans son un talismán, imbuido de las características que los iguala: individualidad, modernidad y rebeldía. Lo que los distingue no es quien los viste, sino la propia mitología del denim” (p.65). Por lo general vestir de jean otorga una naturalidad y elegancia instantánea, esto se debe al corte de la tela que enmarca las caderas y muslos además de ceñir la cintura. MacDonell (2004) define al jean como una prenda camaleónica capaz de lucir fenomenal con un corsé o una simple camiseta blanca; se dice así que cuando uno utiliza un par de jeans sobresale la parte rebelde que cada persona posee, por eso muchas veces el jean es relacionado con el rock and roll; el denim simbólicamente es una burla a la burguesía, una prenda natural que no está sujeta a la ostentación sino todo lo contrario, juvenil, despreocupado, pero sobre todo rebelde.



Imagen 10: Denim sobre el cuerpo (Anónimo, s.f.).

El denim es una prenda versátil sinónimo de moda y elegancia, es ella quien cambió a generaciones y definió a unos cuantos; en el mundo de los diseñadores esta prenda era indispensable para sus colecciones desde Gucci hasta Versace; apliques, cortes, formas, eran indispensable para marcar tendencia, pero no fue hasta en los años ochenta donde la generación se marcó por su monto capitalista llamada la década de la codicia, donde, el denim tuvo una pausa para ser remplazado por satén y sedas. En 1990 regresa el jean con más fuerza, pero esta vez con una onda más oscura y rígida, los detalles desgastados y adornados brindaron la bienvenida al jean.

El sinónimo de sensualidad es denim, es una bomba de fusión que cada vez se desarrolla con la combinación del tacón y el jean que refleja una perspectiva marcada de lo que es la feminidad.

2.2.3.3.- Simbología de los tacones

Para poder hablar sobre la simbología que carga esta prenda, es importante mencionar que esta prenda ocupa una parte del cuerpo considerada por muchas civilizaciones como símbolo erótico; en el siglo XVII un pie pequeño representaba la fragilidad, la ingenuidad de una doncella por eso en su mayoría era representado mucho más pequeño de lo normal. En China los pies se acostumbraban a ser mostrados exclusivamente al marido ya que se consideraba un estimulante sexual; los pies eran besado y utilizados para el acto sexual. Entonces el calzado es un indiscutible atractivo sexual femenino. La simbología con la que se identifica es totalmente sensual y depende de su altura para definir en qué grado se encuentra; en la mayoría de ocasiones unos zapatos de plataforma pequeña indican que no están muy preocupadas por ser sensuales, mientras que en el caso contrario emiten una fuerte carga de sensualidad y poder.

Al mencionar poder femenino por la utilización del tacón se entrelaza la capacidad del caminar dando pasos cortos y balanceando la cadera para equilibrar la inestabilidad natural de los tacos creando una combinación explosiva; usar tacos implica que la mujer está más allá de las actividades que requieren esfuerzo, MacDonell (2004) compara el tacón con el corsé, mencionando que es la atadura para ciertas actividades físicas como también un señalador de estatus de alma frívola, pero es el tacón que simboliza feminidad por ser exclusivamente de

las mujeres con excepción de los travestis que imitan la figura femenina exagerándola.

A más allá de considerar el pie como una parte del cuerpo atractivamente sexual, el pavoneo que ejerce una mujer cuando camina por las calles al utilizar tacones marca una fascinación visual como auditiva, ya que ejerce un movimiento de caderas atractiva para el sexo opuesto donde funciona balanceando las caderas y sobresaliendo los senos y el trasero. Las piernas se estilizan llevando la mirada directamente hacia los genitales, también los músculos se endurecen y afinan las pantorrillas y los tobillos. Los tacones en conclusión alteran considerablemente el modo del caminar de una mujer. Es impresionante como los tacones tienen tanto poder corporal; MacDonell (2004) indica que mediante un estudio se ha demostrado que los zapatos altos tienden a incrementar el flujo sanguíneo hacia los genitales lo cual da paso a la excitación femenina. Es así que el símbolo de poder en la mujer son los tacones.



Imagen 11: Tacones (Anónimo, s.f.).

2.2.3.4.- Simbología del lápiz labial

El lápiz labial sobre el rostro tiene uno de los poderes más impactantes y simbólicos visualmente apreciados. MacDonell (2004) dice que “el maquillaje fue originalmente una forma de atraer espíritus benignos y desalentar a los malignos” (p.203). El maquillaje ha estado presente desde tiempos remotos con una carga simbólica de cada civilización; por lo general el lápiz labial se vuelve atractivo hacia el sexo opuesto porque realza las curvas de los labios en la mujer provocando una atracción sexual. Los labios rosados de igual manera es un sinónimo de juventud que por lo general al pasar los años se pierde la textura natural y empieza a decaer y marchitar, por esta razón el lápiz labial es símbolo de frescura y juventud.

Los labios rojos decretan la capacidad de la mujer para procrear; MacDonell (2004) señala que los labios faciales hacen recordar a los vaginales porque se ponen rojos y se hinchan cuando llegan a la excitación. Esta referencia determina que la mujer consciente o inconscientemente aplica su labial con mayor énfasis, más allá de mencionar que la búsqueda por los labios grandes se ha vuelto una tendencia mundial.

En conclusión el símbolo que lleva el lápiz labial es asociado con la sangre, la pasión, el deseo y la agresión ya que tanto en la literatura como en la mitología el color rojo es un indicador fuerte de sexualidad (MacDonell, 2004). Un acontecimiento histórico indica que en el siglo XIX las mujeres que se pintaban los labios de rojo indicaban que estaban disponibles sexualmente, es así que la relación que se tiene con el color rojo indica sexualidad mientras que una mujer que utilice un color más bajo o rosado indicara ingenuidad y acatamiento.



Imagen 12: El poder del lápiz labial (Anónimo, s.f.)

2.2.4.- El cuerpo conectado con el vestido

2.2.4.1.- El cuerpo, la feminidad y el vestido

El cuerpo femenino lleva consigo una historia de sumisión confundida con una sexualidad maléfica combatida particularmente desde la iglesia como objeto de tentación, no por eso las prendas masculinas se diferenciaban de las femeninas en detalles de confección como por ejemplo en la posición de los broches derecha izquierda. El significado conjunto que lleva esta acción vestimentaria se relaciona con el bien y el mal; las mujeres llevan los botones al lado izquierdo símbolo de aspectos negativos y peligroso, El hombre en cambio representaba todo lo positivo y vital (Squicciarino, 1990).

Los elementos ornamentales son objetos indispensables para la mujer desde el principio de la historia, según Squicciarino (1990) al final de la Edad Media, con el primer escote empieza a dar paso la combinación del cuerpo y el desnudo. El valor del cuerpo femenino en la sociedad tiene una gran conexión con el vestido, es el quien lo tapa y lo descubre y modifica su mirada ante la sociedad; en la historia antropológica se ha desarrollado diferentes teorías sobre la majestuosidad del cuerpo femenino, claro en su mayoría determinándolo como cuerpo del pecado (Squicciarino, 1990).

Saltzman (2004) dice “para el desarrollo del diseño de indumentaria hay que conocer en profundidad la autonomía y la movilidad humana” (p.19). El vestido más allá de cumplir su función protectora cumple con un estudio previo físico como mental considerando al cuerpo en términos morfológicos, sensoriales y dinámicos. El vestido conectado con el cuerpo ocupa un espacio de percepción individual y colectiva: como usuario que emite un mensaje a través del vestido y como cuerpo integrante de una cultura.

Saltzman (2004) comenta que el cuerpo es un reflejo geográfico, una dinámica que expresa las diferentes etapas de la vida en función a su contextura genética, es la conexión prioritaria entre el adentro y el afuera. El cuerpo reacciona a los estímulos del medio: siente frío, calor, se emociona, está al tacto directo con los elementos de la naturaleza convirtiendo esta acción en conducta, postura disposición y hábito. Squicciarino (1990) menciona que la identificación mediante el cuerpo cumple con una conducta innata del ser humano llamada la extensión del yo, que constituye un efecto de la indumentaria con carácter psicológico, y comportamientos de carácter estético. También dice que mediante esta extensión se busca potenciar, exaltar y mejorar ciertas partes corporales mediante el vestido.

Entwistle (2002) dice que “El mundo social es un mundo de cuerpos vestidos. La desnudez es totalmente inapropiada en casi todas las situaciones sociales e incluso en situaciones donde se exhibe demasiada carne (en la playa, en la piscina, incluso en el dormitorio); es probable que los cuerpos que se encuentran en estas situaciones vayan adornados, aunque sólo sea con joyas o con perfume” (p.11). La necesidad de adornar el cuerpo ya sea con una gota de perfume nos hace reflexionar que es una actividad propia humana y el hecho de vestir es un hecho básico de la vida social.

El cuerpo se lo debe de cubrir por la restricción de la desnudez, que busca la protección y aceptación social mediante el vestido y los adornos. Entwistle (2002) menciona que en cada cultura lo que se determina por prenda varía su interpretación, puesto lo que se considera apropiado para un grupo en específico por razones de situación u ocasión es inapropiado para otros.

Entwistle (2002) dice que “Los cuerpos que no se conforman, los que se saltan las convenciones de su cultura y no llevan las prendas apropiadas, son considerados subversivos en lo que respecta a los códigos sociales básicos y corren el riesgo de ser excluidos, amonestados o ridiculizados” (p.12). También señala que cuando el individuo prepara su cuerpo para el mundo social su acción de vestir lo lleva a cumplir ciertos códigos comunicacionales, pero también de tal forma que lo lleva a quebrantar. Cuando se prepara el cuerpo para el entorno exterior se busca como resultado encajar en la sociedad, llamar la atención y hasta buscar ser deseado y exaltado.

Entwistle (2002) dice que “La ropa es la forma en que las personas aprenden a vivir en sus cuerpos y se sienten cómodos con ellos. Al llevar las prendas adecuadas y tener el mejor aspecto posible, nos sentimos bien con nuestros cuerpos y lo mismo sucede a la inversa: aparecer en una situación sin la ropa adecuada nos hace sentir incómodos, fuera de lugar y vulnerables” (p.12). El vestido se le ha atribuido tal poder sobre el cuerpo que tiene la capacidad de resaltar u ocultar ciertas partes que nos incomodan físicamente o que las vemos de una manera psicológica. Para poder presentarse al mundo exterior el vestuario exhibido en el cuerpo presenta un análisis previo, cada prenda elegida en el momento de compra cumple con las funciones estéticas y comunicativas que satisface a la persona, para pasar al área selectiva personal llamado guardarropa.

“La prenda cotidiana es un elemento que contiene la información escrita del cuerpo, moldeada a nuestra forma día a día, es ella quien absorbe los rasgos característicos que nos identifica vinculada con tres rasgos que crean un significado—prenda, cuerpo e identidad— que no se perciben por separado, sino simultáneamente, como una totalidad” (Entwistle 2002, p.14).

Dentro de la mirada del cuerpo en función al aspecto cultural Entwistle (2002) señala que la mayoría de las teorías indican su función como “constructivistas sociales”, en otras palabras, el cuerpo perteneciente y dado significado a la cultura y no a su

entidad biológica, claro que esto mirando desde una perspectiva. Entwistle (2002) dice que “La ropa en la vida cotidiana es el resultado de las presiones sociales y la imagen del cuerpo vestido puede ser un símbolo del contexto en el que se encuentra.” (p.22). No cabe duda que el significado verbal construido del cuerpo y el vestido expresan desde la historia hasta los sentimientos más profundos que invaden al ser humano.

Si hablamos del significado de la vestimenta atribuido por los códigos sociales sabremos que existen leyes establecidas que las cumplimos de manera autónoma, por la razón que su peso comunicativo se establece hasta antes de nacer; el cuerpo es símbolo de situación, cuando se profundiza un análisis vestimentario dentro de una actividad profesional mencionamos que el grado de variación respecto a la formalidad del cuerpo depende de cuánto más tradicional sea el lugar para vestirse formal.



Imagen 13: *Cuerpo y vestido (Woodman, 1981)*

2.2.4.2.- Pudor

Squicciarino (1990) dice que “la notable variación de las manifestaciones del pudor en el tiempo y en el espacio está en relación no solo con la cantidad de superficie corporal que se expone en conjunto, sino también con las partes del cuerpo que pueden ser exhibidas” (p.111). Lo que se muestre de cuerpo determinará el mensaje emitido para una sociedad, conceptualizar el pudor es un ámbito complejo ya que estos obedecen a manifestaciones de tabú que no obedecen a ninguna lógica. Squicciarino (1990) la señala como un conglomerado de miedos enfocado primordialmente sobre la mujer; retrocediendo un poco la historia Durkheim (1898) confirma que los órganos sexuales femeninos se han cubierto desde tiempo remotos para prevenir los peligrosos efluvios que emanan y ve con ello el origen del pudor. (Citado en Squicciarino 1990, p.111).

El recato como comportamiento sería el reflejo de un sigilo social y cultural, donde la mujer utilizó el vestido en significado de sumisión. Ser mujer significaba que tenía dueño, como primera parte de pertenencia era su padre para después llegar a la de su marido dentro del matrimonio, esta simbología de pudor se extendió después por la castidad de las mujeres casadas y no casadas, lo que propago que se extendiera el significado de pudor. En diferentes culturas el pudor se relaciona de acuerdo a sus creencias y costumbres, por ejemplo, en china el pudor está localizado en los pies de la mujer que solo eran mostrados al marido, mientras que en África se concentraba en las nalgas de la mujer por su voluminosa forma y atractivo.

El pudor claramente tiene que ver con los simbolismos de cada civilización, por ejemplo, en la antigüedad los poemas homéricos señalaban la presencia de ornamentos sobre el cuerpo, además de señalar fuertemente la atracción sexual, que otorgaba seguridad y respeto hacia sí mismo, entonces desde ahí se estipulaba que la razón del desnudo tiene que ver con el pudor porque alguien que estaba en tal condición significaba humillación y era privado de su identidad.

2.2.4.3.- Sexualidad femenina

Squicciarino (1990) dice que “la costumbre de ver cuerpos desnudos comporta una menor excitabilidad sexual” (p.115). Este argumento lo han comprobado distintos etnólogos y antropólogos citando que en diferentes grupos étnicos de la África Occidental los hombres se negaban que las mujeres utilizaran ropa por ser un atrayente sexual para los machos de otros pueblos;

y así por ejemplo en otros lugares solo las prostitutas utilizaban vestuario. Squicciarino (1990) dice que “el vestido tiene una función de mecanismo regulador a través del cual el interés sexual puede despertarse o atenuarse según la propia voluntad” (p.116). El vestido dentro de la sexualidad es un factor importante porque cubre y muestra la desnudez al mismo tiempo que la oculta, el cuerpo femenino siempre ha estado atado a la sensualidad y ha sido atrayente hacia el sexo opuesto, la enfatización y exhibición del cuerpo no solo tiene que ver con la desnudez sino también con la relación que tiene el vestido y la capacidad de resaltar ciertas partes corporales como por ejemplo las faldas cortas y ajustadas que oprimen ligeramente las caderas y las aprieta dando una visión sensual al espectador.

Squicciarino (1990) indica que la tendencia femenina al mostrar el cuerpo deriva del hecho que la libido sexual está más extendida en toda su superficie corporal a comparación del hombre, por esta razón las mujeres al mostrar el cuerpo están propensas a un significado mucho más erótico que la exhibición masculina. Este poder atrayente es manejable consiente o muchas veces inconscientemente por parte de la mujer sin tener que hacer mayor esfuerzo para atraer al sexo opuesto; es fundamental recalcar que, en nuestra sociedad individualista y narcisista, el significado que ejerce el cuerpo y el vestido va más allá de una comunicación sexual, muchas veces significa la satisfacción con uno mismo y sentirse atrayente ante una mirada sociológica.

En la actualidad la manipulación de lo bello y lo atrayente es manejado por los medios de comunicación, donde la mujer en especial desea seguir siendo bella, joven y sexy sin importar la condición física o la edad para tomar apropiarse de determinadas prendas de vestir, maquillaje u ornamento. Cada etapa de vida tiene su encanto sexual, sin embargo, ahora se pretende seguir ciertos cánones sexuales determinados por los medios masivos de comunicación que posicionan a la mujer socialmente.

2.2.4.4.- Silueta femenina

Squicciarino (1990) señala que la belleza del cuerpo siempre se ha adaptado al ideal momentáneo de los modelos estéticos de cada sociedad. La belleza de la silueta femenina se ha transformado mediante los años. Lo que en la actualidad se lucha por poseer un cuerpo cuidado y atlético, hace algunos años atrás se buscaba la extrema delgadez mientras que a principios de siglo XX la corpulencia era símbolo de belleza y de un buen estatus social.

En la actualidad como lo menciona Squicciarino (1990) el grado de obesidad ya no es objeto de belleza ni de seducción sexual para hombres y mujeres, por eso los diseñadores entregan la magia del vestido a la sociedad, con el objetivo de tapar ciertas partes corporales que la vemos “disparejas” según nuestro concepto de belleza. Al pertenecer a una sociedad de consumo excluye toda norma restrictiva con la “liberación” del cuerpo. Squicciarino (1990) dice que “el impulso agresivo antagónico que se libera... y que no está canalizado por las instituciones sociales recae hoy en la más profunda preocupación por el físico” (p.127).

La sociedad y en especial la mujer cada vez buscar llegar al canon establecido en ese momento para representarse a ella misma como símbolo de belleza, su cuerpo llega a modificarlo naturalmente o artificial con el objetivo de sobresalir.



Imagen 14: Silueta femenina (Botero, 1986)

El cuerpo en su materialidad y sexualidad, ya solo tiene dos funciones de dos leyes distintas a las de satisfacción: el imperativo de la moda y el imperativo de la muerte. El cuerpo como función comunicativa adopta al fenómeno la moda para exaltar su belleza; modifica sus partes con fines “estéticos” e imita la crueldad de la sociedad donde se dicta los términos correctos del cuerpo.

2.2.4.5.- Los tatuajes

Antes de profundizar el tatuaje, hablaremos sobre el lienzo que nos permite dar una obra a tan grande para la comunicación, sin duda la piel. Saltzman (2004) realiza una mirada romántica y realista sobre la piel, ella menciona que es una suerte de traje espacial, su objetivo es la protección, se expone a cambios ambientales de una manera invisible. Saltzman (2004) dice que “la piel está viva, y así como nos aísla del calor, del frío y de los microbios, respira excreta y metaboliza las vitaminas, regula el flujo sanguíneo y se regenera casi en su totalidad cada siete años. Nos define como cuerpos únicos y distintos en las huellas digitales y en el patrón de disposición de los poros.” (p.21). Antes de etiquetarla dentro de un significado cultural o semiótico, la piel cumple sus funciones biológicas como es sostener la carne, las vísceras, mantenerlo en una temperatura adecuada, entre otros.

La piel nos aprisiona, pero nos da el poder individual, es el primer sentido en despertarse y el último en distinguirse, la piel además es un sentido atractivo que llama la atención a otro sujeto y es clave para la atracción sexual. La piel es considerada uno de los primeros campos artísticos, es en ella donde se desarrolla la decoración difundida en todo tipo de culturas. Una mirada hacia el pasado atestigua que el ser humano conocía los colores y lo utilizaban en todo, cuero, madera, utensilios, rostro con la creencia que si lo hacían se podrían proteger de enfermedades y magia (Squicciarino, 1990).

En diversas culturas el tatuaje representaba la ornamentación de sus pinturas; en varios pueblos africanos se usaba el tatuaje de una manera heroica inmortalizando en la piel signos que representaba el número de enemigos caídos o heridas creadas en alguna batalla. El tatuaje también se utilizó para marcar las fechorías de los ladrones exponiendo a la comunidad el delito gravante del acusado.

Squicciarino (1990) dice que “en muchos casos el tatuaje intentaba transmitir un mensaje de tipo sexual unido a la capacidad procreativa, por medio del cual el hombre ponía de manifiesto su propia virilidad y la mujer señalaba que había alcanzado la edad de la fecundación, o bien su pertenencia a un hombre”

Este análisis de culturas primitivas determina un mensaje sobre el significado del tatuaje en un contexto cultural determi-



Imagen 15: Escarificación corporal (Anónimo, 2012)

nado. El tatuaje en la actualidad lleva formas ornamentales que tienen poco o nada en común con las modalidades técnicas y comunicativas como se la llevan en pueblos primitivos. Squicciarino (1990) dice que “su contemplación suscita todavía una repulsión instintiva, puesto que, bajo la forma de mensajes, símbolos y figuras eróticas ha sido, y todavía lo es, un elemento decorativo particularmente difundido entre las clases sociales más bajas y marginadas” (p. 60). Claro que Squicciarino difunde su percepción desde una mirada que entabla el significado del tatuaje hacia un cierto grupo social manteniendo la teoría que el tatuaje se utilizaba de forma heroica como también para acusar, y son estas primeras formas las que influyen de manera “estética” para el siguiente grupo generacional.

2.2.4.6.- El cuerpo modificado

La modificación corporal ha trascendido a través de la historia por motivos culturales y estéticos, en muchos pueblos primitivos la modificación corporal es fundamental para representar ideales o mostrarse en una edad madura; uno de los ejemplos dentro de una modificación cultural es la mutilación genital que se realiza en los grupos sociales de África que por lo general simboliza la iniciación como rol femenino. Cortarse el cabello, ponerse uñas y pestañas postizas son también una forma de modificar el cuerpo artificialmente pero que el ser humano lo ve como una práctica de aseo y cuidado personal como también estético (Squicciarino, 1990).

La obesidad es un factor de modificación corporal, en algunas culturas significa una buena posición económica y poder adquisitivo generalmente en algunas tribus primitivas los padres envían a sus hijas a casas de engorde para facilitar la búsqueda de marido, así como también posicionarse socialmente. Del otro lado de la cara el cuidar el cuerpo y mantenerlo físicamente delgado significa belleza, acentuar ciertas partes corporales como la cintura, las caderas y el pecho es símbolo de sensualidad y uno de los objetos corporales de modificación de la cultura occidental es el corsé; su simbología está en el bienestar económico que aparte de cumplir una función social y estética cumplía el fetiche de cintura de avispa. El corsé sin duda fue un elemento vestimentario con una gran carga de significados como la virtud; quien no lo poseía además de determinar la clase social determinaba si era una mujer lujuriosa o respetable.

Squicciarino (1990) señala que en la actualidad los seres humanos tienen a un mayor cuidado y respeto de sus formas naturales y que no intenta modificarlos extremadamente, sino resaltar los aspectos más bellos y atractivos que posee sometiéndose a varias dietas, ejercicio y claro la cirugía plástica. Los “defectos” corporales físicos o psicológicos como las arrugas, el peso o el temor a ser “feo” son razones para acudir a las cirugías o tratamientos estéticos por el temor de no encajar correctamente con los prototipos de la sociedad. Existen modificaciones faciales y corporales para llegar a un canon determinado de belleza, un modelo manejado y perfeccionado que la mayoría de mujeres y hombres están dispuestos a perseguir.



Imagen 16: Pies modificados de la cultura China (Anónimo, s.f.)

2.3.- GESTOS COMUNICATIVOS DEL CUERPO CONECTADOS CON LA VESTIMENTA

2.3.1.- Definición de comunicación no verbal

El hombre en sus primeros años utilizaba la comunicación no verbal para entenderse con los suyos al igual que los animales; dentro de estas expresiones se sitúa la sonrisa, la postura, el cuerpo, la expresión de las manos, los movimientos faciales y más. Para su conceptualización se afronta la susceptibilidad a una gran cantidad de interpretaciones, sin embargo, dentro de estas teorías citamos a Knapp (1980) que dice "Conceptualmente, la formula no verbal es susceptible de una gran cantidad de interpretaciones, sin embargo, en general cuando la gente habla de comportamiento no verbal se refiere a señales a las que se ha de atribuir significado y no al proceso de atribución de significado." (pag.16). Claro que en la determinación de la diferencia entre comunicación verbal y no verbal se crea una delgada línea de demarcación entre estos dos. Determinar el significado de acciones no verbales se vuelve a un nivel de complejidad por la sutileza del mensaje que se liga a la ausencia de reglas explícitas de codificación (Knapp, 1980).

El cuerpo es la creación más perfecta existente, lleva consigo una variedad de gestos y movimientos convencionales, en ocasiones es determinada por su cultura, contexto o hábitat, la mayoría de estos movimientos son de auto manipulación, como tocarse los brazos o acariciarse. Pero en el ámbito de la comunicación no verbal, la apariencia física es transmitida de una serie de mensajes, se convierte en el mayor influyente de percepciones. Squicciarino (1990) dice que "Algunos elementos del aspecto personal, como las prendas de vestir y las formas ornamentales, están bajo el complemento control de quien los lleva, mientras que otros elementos como el pelo, el rostro, la piel o el físico están solo parcialmente dominados". (p.33). La manipulación física tiende a exaltar las partes más consideradas y atractivas del cuerpo, esto con lleva a un primer punto de análisis, donde la relación entre postura y personalidad determina los rasgos, pensamientos y actitudes de una persona. Si ponemos de ejemplo los gestos y postura que ejerce un conductor de programa de noticias, notaremos la seriedad y control de sus movimientos; claramente será visible la minoría de esfuerzo muscular para presentar sus notas periodísticas, esto por la razón del contenido noticiero y el segmento en el que está.

2.3.2.- Posturas y movimientos corporales

2.3.2.1.- Emblemas corporales

Knapp (1980) dice que "Se trata de actos no verbales que admiten una trasposición oral directa o una definición de diccionarios que consiste en general, en una o dos partes o en una frase." (p.17). Dentro de la cultura y subculturas existen gestos que determinan un mensaje realizado con las manos, lo cara, los brazos; que expresan un mensaje concreto a esto se le determina emblema. La mayor parte de emblemas son caracterizados por ser elaborados mediante las manos, pero el rostro es también

donde más ejemplos de ello podemos encontrar, por ejemplo, fruncir la nariz puede ser símbolo de disgusto ante una impresión. Knapp (1980) atribuye que los emblemas se utilizan cuando los canales verbales están bloqueados o son poco utilizados; la conciencia del uso de emblemas dentro de un párrafo comunicativo es pensado de la misma manera ante la elección de una palabra. Los movimientos del cuerpo son para expresar un mensaje y muchas veces nutrir el mensaje que emitimos por eso la cinésica abraza el estudio del movimiento conectado con el mensaje (Knapp, 1980).

2.3.2.2.- Ilustradores

Esta parte denominada Ilustrador corresponde a los actos no verbales relacionados directamente con el habla y que sirve para ilustrar lo que se dice verbalmente (Knapp, 1980). Los ilustradores están en nuestro pensamiento antes de ejecutarlo obteniendo un lugar en nuestro campo consiente, pero no tan explícitamente como los emblemas. La diferencia entre estos dos comunicadores es el uso deliberado que ocupa cada uno; los ilustradores encajan cuando no se encuentran las palabras justas para expresar un pensamiento y lo complementamos con gestos que van de la mano con el habla.

2.3.2.3.- Adaptadores

Knapp (1980) dice que “son mecanismos comunicadores desarrollados en la niñez, como esfuerzo contactos sociales o cumplir una gran cantidad de otras funciones” (p.22). Su palabra amerita al significado de la auto manipulación corporal, como pellizcarse, tocarse, frotarse... Son señales expresadas mediante acciones por ejemplo cuando una persona llama al acto de bostezar en una conversación entre dos personas esta insinuando una falta de interés en el tema conversado realizado con un segundo objetivo. El cambio de una pierna a la otra cuando el cuerpo está sentado puede indicar fatiga como también una insinuación sexual.

Dentro de este estudio se abarca los movimientos y actitudes corporales que va con el contexto de gusto y disgusto en relación con otra persona y para una mejor expresión indicaremos en el siguiente cuadro conductas consideradas calidas y frías.

Conductas evaluadas como cálidas o frías

Conductas cálidas	Conductas frías
Lo mira a los ojos	
Le toca la mano	
Tiene mirada gélida	
Se burla	Finge bostezar
Se mueve hacia el	Frunce el entrecejo
Sonríe a menudo	Se aleja de el
Lo mira de la cabeza a los pies	Mira al cielorraso
Tiene cara de felicidad	Se escarba los dientes
Sonríe con la boca abierta	Sacude negativamente la cabeza
Hace muecas	Se limpia las uñas
Se sienta directamente frente a él	Aparta la vista
Mueve la cabeza afirmativamente	Hace pucheros
Pliega los labios	Fuma innecesariamente
Se lame los labios	Hace zona los dedos
Levanta las cejas	Se limpia las manos habla
Hace gestos expresivos con las manos mientras	Juega con los extremos abiertos
Lanza miradas rápidas	de los cabellos
	Se huele el cabello
Se estira	

Fuente: Knapp (1980), "La comunicación no verbal", p.195.

2.3.2.4.- Características físicas

Es muy importante mencionar que las características físicas son un comunicador no verbal sin movimiento. Knapp (1980), dice que "comprende el físico o las formas del cuerpo, el atractivo general, los olores del cuerpo, y el aliento, la altura, el peso, el cabello, el color o la tonalidad de la piel". (p.24). Todas nuestras características físicas corporales son comunicadoras y de acuerdo a como la manipulemos o como la transformemos estaremos comunicando un mensaje no verbal. El cuerpo por si solo emana mensajes porque llevamos información genética visible que nos coloca automáticamente dentro de un grupo de caracteres similares.

2.3.3.- Paralenguaje

Knapp (1980) determina que el paralenguaje se refiere a como se dice algo y no a que se dice. En este tema se abarca la comunicación verbal, porque hace conjunto con la no verbal. Es importante mencionar que el paralenguaje utilizado en diferentes contextos dialecticos nos ayuda a obtener una mejor versión de cómo es la persona o el mensaje que quiere transmitir.

Dentro de este estudio se posiciona la cualidad de la voz, que según Knapp (1980) son elementos como el registro de la voz, su altura, el ritmo, el tiempo, la resonancia, incluyendo el llanto, el suspiro, los gemidos, el ronquido, etc. La tonalidad de la voz es el ritmo con el cual se maneja un dialogo legando a ser considerado el más importante dentro del paralenguaje porque se asume un

mensaje de acuerdo a como se lo dice. Las conductas no verbales deben de ser minuciosamente estudiadas ya que pueden cambiar la armonía de un texto hablado, o puede contradecir la conducta verbal; Knapp (1980) recomienda cuando existe una contradicción en la comunicación hacer caso a los niveles no verbales ya que son ellos expresados con mayor sinceridad, el sujeto puede notar naturalidad en las expresiones como también con una forzosa actitud. No cabe duda que gran parte de nuestro comportamiento no verbal tiene que ver con aspectos innatos como aprendidos (Knapp, 1980). Como es normal, al recibir esta información hereditaria sobre el comportamiento humano, puede ser modificado en un modo semejante y es importante mencionar que se tendrá una influencia de acuerdo a la cultura según el comportamiento que se considere.

2.3.4.- Territorialidad

Knapp (1980) dice que “el termino ha venido a significar la conducta cuya característica es un tipo de identificación con un área determinada que indique la propiedad y la defensa de este territorio antes quienes puedan “invadirlo” (p.114). Una conducta netamente animal también es establecida dentro de la actitud humana, puede desarrollar conflictos sociales, políticos, económicos según donde esta se encuentre.

Existen 3 tipos de violación territorial: violación-invasión-contaminación. La violación de territorio implica el uso irrespetuoso del espacio ajeno y no necesariamente irrumpir este espacio físicamente, sino lo podemos hacer con la mirada al momento que otra persona está ejecutando alguna actividad en especial personal. La invasión de territorio netamente pertenece a la apropiación física del territorio, en ella podemos mencionar la invasión de espacio ajeno posicionándonos en ella, o tomando control de los elementos que la conforman. El ultimo cuerpo de invasión es la contaminación que atribuye la profanación de un espacio ajeno; la actitud queda en un segundo plano para enfatizar lo que dejamos materialmente y enérgica con nuestra presencia (Knapp, 1980).

Biológicamente nuestro cuerpo sufre de varias reacciones fisiológicas cuando invaden nuestro territorio, el corazón late más fuerte, aumenta la sensibilidad de la piel, existe un bloqueo de actividad para priorizar el área personal; la finalidad es proteger nuestra área territorial, esa línea invisible que marca nuestro espacio y está con nosotros en cada momento. Cuando nos

sentimos invadidos atacamos; buscamos la manera de resaltar para determinar una postura autoritaria, también el sujeto colectivo rota de espacio territorial evitando la aglomeración y buscando nuevas posiciones. La dialéctica es una manera también de hacer respetar nuestro espacio.



Imagen 17: Movimientos corporales (Burton, s.f.).





3

Capítulo



3.- Capítulo 3

3.1.- La televisión

3.1.1.- Definición

Bourdieu (1996) dice que “la televisión es un instrumento que, teóricamente ofrece la posibilidad de llegar a todo el mundo” (p.18). La televisión constituye uno de los medios de comunicación más influyente a nivel mundial su acceso tiene una contrapartida que está ligada a la pérdida de autonomía, entre otras cosas, regularmente porque el tema está impuesto por las condiciones de la comunicación, el factor tiempo impone al discurso tantas cortapisas que resulta poco probable un mensaje concreto en su mayoría.

La televisión muchas veces se convierte en un monopolio al ser el único medio de comunicación que abastece información aparte de la internet, su objetivo es forjar la mentalidad de las personas con información seleccionada. Para elaborar estos mensajes minuciosos la televisión posee ciertos mecanismos de ejecución, uno de ellos abarca el analizador y el analizado; por lo general se tiene un ideal erróneo sobre la labor de investigación ya que en su mayoría se desarrolla un ataque hacia el investigado donde la información es manipulada con un cierto objetivo de desviar temas primordiales. Existen mecanismos que definen a este medio de comunicación uno de ellos y el más percibido es la violencia simbólica que la ejercen con una complicidad tacita quienes la padecen y quienes la practican; la crónica de sucesos ha sido el elixir de la prensa sensacionalista; la sangre, el sexo, el drama, el crimen son categorías para el reinado de audiencia (Bourdieu, 1996).

Bourdieu (1996) dice que “La televisión tiene una relación estrecha con la dramatización, en un doble sentido: escenifica, en imágenes, un acontecimiento y exagera su importancia, su gravedad, así como su carácter dramático trágico” (p. 25). Generalmente en los barrios periféricos lo que interesa son los tumultos y para comprobarlo se rigen en el índice de audiencias que es la medición del número del espectador que sintoniza cada cadena televisiva; existen elementos que comprueban su audiencia cada cuarto de hora con el objetivo de saber qué es lo que funciona y no en televisión. Bourdieu (1996) señala que en la televisión la comunicación es instantánea porque, en un sentido no existe o es solo aparente por la emisión de las ideas preconcebidas sin mayor contenido que el mismo hecho de la comunicación; priorizando a los fast thinkers (pensadores rápidos) que proponen fast food cultural (alimento cultural pre digerido).

La imagen es un reflejo de lo que queremos enseñar o alcanzar consciente o inconscientemente, la mayoría de ocasiones por no mencionar en su totalidad nos dejamos llevar por el aspecto físico, por los gestos, por la expresividad, llegando así a una

primera perspectiva de la persona sin tener que llegar a una conversación. En el caso de un programa de entretenimiento lo primordial es vender al presentador antes de que llegue hablar, el receptor visualiza lo que mira en su pantalla, observa y analiza la presencia y gestos del comunicador como primera captura de imagen visual. Esto le dará una idea anticipada del contenido del programa y así decidirá si permanece o no.

Los medios de comunicación poseen una forma insólita de dominación, por la razón que son dueños de los medios de expresión pública además de ser un canal para llegar a la notoriedad de la sociedad; el entorno físico de la televisión es importante ya que en el actúan diferentes elementos que la componen como: el sonido, la iluminación, los objetos móviles y la estructura.

Los tipos de sonido y su intensidad tienen reacción en el comportamiento interpersonal, y claro son varios los sonidos que ejercen poder sobre la persona por ejemplo no es lo mismo el sonido ensordecedor de un martillo perforadora los suaves sonidos de la música. La música dentro de la televisión ocupa un lugar fundamental porque ejerce una conducta de aproximación antes que de evitación y en los medios comunicativos se

ejecuta el cambio de sonido para cambiar la conducta (Knapp, 1980).

La iluminación ayuda a estructurar las perspectivas de un medio ya que pueden influir en el tipo de mensajes que se emiten, por ejemplo, Knapp (1980) dice que si entramos a una habitación con una iluminación débil o de velas es muy probable que hablemos con más suavidad y que se asimile una interacción más personal que, por lo contrario, uno ambiente con luces brillantes es más adecuado para excitar.

Los objetos móviles contribuyen a la estructura de comunicación que por lo general en su mayoría son manipulados para conseguir alguna respuesta; dentro de los medios de comunicación la adaptabilidad de los objetos con el concepto del programa es fundamental porque ayudan a fortalecer el concepto de comunicación. Además de crear un ambiente estructural los objetos móviles ayudan a determinar con mayor precisión características de la atmosfera como por ejemplo analizar el interior del departamento de un ejecutivo puede indicar claramente el estatus en el que esta posesionado en ellos se observará pinturas, sillas, adornos, estatuas, escritorios lujosos entre otros (Knapp, 1980).

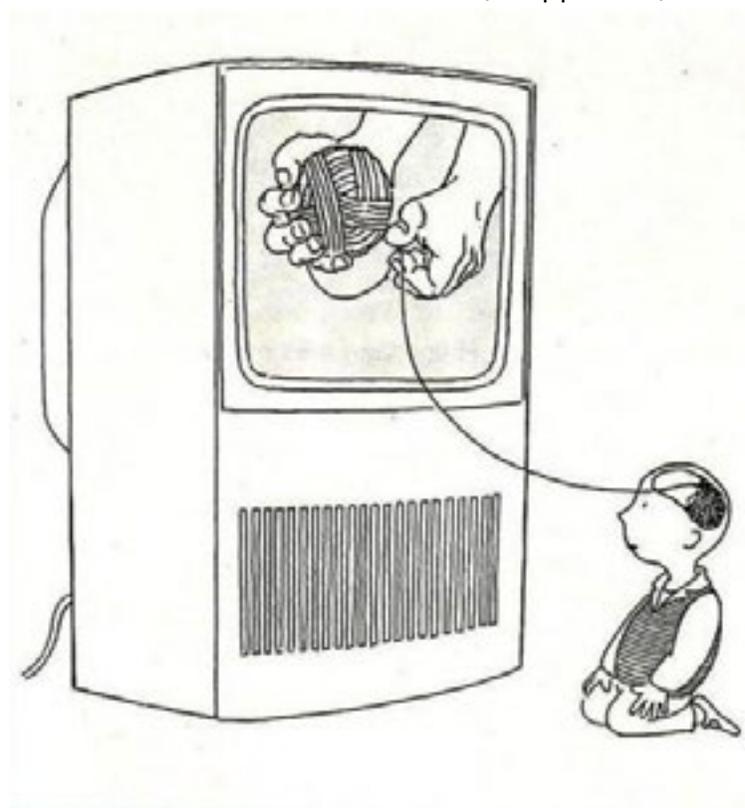


Imagen 18: Televisión manipulante, (Montesino, 2010).

3.2.- El entretenimiento televisivo

3.2.1.- Discursos visuales sobre el espectáculo

“Con frecuencia se prefiere llamarlo mediático más que espectáculo. Con ello se quiere designar un simple instrumento, una especie de servicio público que administraría con imparcial “profesionalidad” la nueva riqueza de la comunicación a través de los mass-media, comunicación finalmente asimilada a la pureza unilateral en la que la decisión ya tomada se deja admirar apaciblemente. Lo que se comunica son las órdenes; y, muy armoniosamente, aquéllos que las han dado son también los que dirán lo que piensan de ellas.” (Debord 1988, p. 2). El espectáculo como tal adquiere un espíritu dentro de la comunicación; su formación yace por la fuerza misma de las cosas que no sería más que el exceso de lo mediático llevado a los extremos que se mezcla con la realidad irradiándola. “Lo que se llega a construir dentro de una herencia informativa es cada vez más seleccionada relativizándola según con la conveniencia del espectáculo porque además dicta que no existe nada en la cultura y en la naturaleza que no haya sido modificado o transformado según los medios e intereses de la industria moderna” (Debord 1988, p.2).

“La sociedad moderna del espectáculo se caracteriza por el efecto de cinco rasgos principales: la incesante renovación tecnológica, la fusión económico-estatal, el secreto generalizado, la falsedad sin réplica y un perpetuo presente” (Debord 1988, p.3). Introduciéndose al conocimiento de estas cinco ramas la innovación tecnológica se inició hace mucho tiempo y es característico de la sociedad capitalista que sin ella no se podría dar paso a la difusión del espectáculo y de la comunicación como tal. La fusión económico-estatal es la tendencia que se vive hoy en día por la alianza defensiva y ofensiva pactada entre el poder de la economía y el Estado (Debord 1988, p.5).

Mientras que el secreto generalizado, la falsedad sin réplica y el perpetuo presente son los efectos directos de los dos anteriores mencionados; el secreto generalizado camina detrás del espectáculo como complemento decisivo de lo que muestra determinándose como su más importante operación.

“El espectáculo puede dejar de hablar de algo durante tres días y es como si ese algo no existiese. Habla de cualquier otra cosa y es esa otra la que existe a partir de entonces. Como puede verse, las consecuencias prácticas son inmensas.” (Debord 1988, p.7).

“El poder que ejerce la prensa depende de la manipulación comunicacional en ciertos temas que hace que se cambie el mensaje de acuerdo a como quieran que sea leído; en otras palabras, la desinformación sería en definitiva el mal uso de la verdad, quien lanza es culpable y quien la cree, imbécil” (Debord 1988, p. 7).





4

Capítulo



Capítulo 4

4.- Análisis de los códigos comunicacionales del vestir en los programas de farándula del Ecuador.

4.1.- Determinación de unidades de análisis

Los códigos comunicacionales del vestir femenino en los programas de televisión abarcan diferentes ámbitos de estudio, en esta investigación se ha analizado el vestido desde tres diferentes aspectos: cuerpo, sociología del vestido y programas de farándula. El acto individual y personal de vestirse es un acto de preparar el cuerpo para el mundo social, hacerlo apropiado, aceptable e incluso deseable. La acción de vestir implica estar en conocimiento del cuerpo y el vestido, ya que necesita ser comprendida desde la vida misma de cada prenda. La ropa es la forma en la que las personas aprenden a vivir en sus cuerpos porque es ella quien otorga comodidad y seguridad al ser adecuada o bien elegida (Entwistle, 2002).

En los programas de farándula existe un concepto comunicacional ya establecido conectado con el espectáculo y es el vestido por ser uno de los primeros elementos que conforman el espacio físico, de esta manera la codificación del vestido se enraiza de poder en las presentadoras de televisión. La mujer sin duda ocupa un lugar privilegiado en la pantalla televisiva atribuido por el público televidente, es así que se manifiesta de símbolos socio-culturales representados mediante su indumentaria.

4.2.- Reconocimiento de variables

El cuerpo como lo menciona Entwistle (2002) es transformado mediante las convenciones del vestir pretendiendo transformar la carne en algo reconocible y significativo para una cultura; cuando este aspecto no funciona y el cuerpo no encaja en dichos parámetros sociales provoca escándalo e indignación, por esta razón la indumentaria es una cuestión de moralidad.

Para la definición de las variables dentro del estudio corporal, se ha considerado estudiar la silueta femenina, la modificación corporal, los tatuajes y la sexualidad, mientras que en el estudio sociológico del vestido se encuentran variables como la simbología de prendas y simbología del color. Finalmente, en el estudio de los programas de farándula se toma de referencia a Debord con su libro *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo* y se analiza el plató, la cromática, la música, las luces y la conducción del programa.

4.3.- Metodología e interpretación de datos

Por la naturaleza de la investigación es necesario acudir al método cualitativo ya que suministra y provee datos descriptivos de ciertos aspectos impalpables del comportamiento humano. Las herramientas de estudio utilizadas fueron observación (participante, flotante) a profundidad, entrevistas, encuestas y grupo focal; esta última arrojó como resultado la técnica investigación vivencial. El objetivo de las herramientas de estudio es descubrir de forma minuciosa comportamientos y situaciones donde se pueda definir los resultados a cerca de nuestro tema de investigación.

Dentro de la técnica de observación a profundidad, se visualizó los diferentes programas de farándula en el Ecuador para identificar las presentadoras femeninas, su vestuario, y el contexto televisivo. Las entrevistas ejecutadas a diferentes entidades expertas en el tema, ayudaron aclarar ciertos ítems de la investigación, entre ellos se encuentra la opinión del Lcdo. Matías Zibell Comunicador social, Niurka Moncayo Productora de Vamos con Todo, Ivonne Ávila y María Elisa Padilla Presentadoras de entretenimiento en la ciudad de Cuenca, María Leonor L. Asesora de imagen del programa Vamos con Todo, El Club de la Mañana y Combate de la cadena televisiva RTS a quien mantendremos oculto su apellido por razones personales. Aquellas personas cumplen un papel fundamental dentro y fuera de la televisión ya que poseen la autoridad de crear y adoptar un código comunicacional televisivo.

Seguido de esto se llevó a cabo la encuesta de tipo cualitativa realizada dentro del Grupo focal y por medio de las redes sociales (Facebook), obteniendo como resultado los programas con mayor aceptación, entre ellos: Jarabe de Pico (6 votos), Vamos con Todo (6 votos), y de Boca en Boca (5 votos), mientras que las presentadoras que están en el *top of mind*: Paola Farías (6 votos), Dora West (9 votos), Marian Sabaté (12 votos), Adriana Sánchez (8 votos) y Liseth Cedeño (5 votos).

Fueron cuarenta las personas encuestadas en la ciudad de Cuenca, esto se debe a la naturaleza de estudio que pretende obtener la percepción del vestuario femenino de las presentadoras de televisión más no cuanto público lo percibe. Es mediante estos resultados que se abre paso al análisis de los códigos comunicacionales en el vestido.

El grupo focal se convirtió en un canal directo con el público al ser una herramienta indispensable para observar los comportamientos sociales. En él se seleccionó a diez personas entre hombres y mujeres de diferentes edades y perfiles que comparten la misma afinidad (programas de farándula). Participa Andrés Rodas de 23 años, estudiante de Gastronomía y aficionado a la música, Carolina Fiallo de 24 años, estudiante de Comunicación social, Tatiana Cabrera de 25 años, estudiante de Diseño textil y modas, Fabián Astudillo estudiante de Diseño de Interiores, Pablo Pérez de 45 años, padre de familia y transportista, Tasciana Jiménez de 45 años, ama de casa, Fabiola Cabrera de 46 años, ama de casa, Carmita Lazo de 50 años ama de casa, Ruth Quintuña de 48 años empresaria, y Tomás Quintuña de 16 años estudiante. La diferencia de edades ronda desde los 16 años hasta los 50 años de edad.

Dentro del grupo focal se analizan las respuestas emitidas sobre el cuerpo y el vestido de las presentadoras de televisión, en ello se lleva a cabo el registro tipológico de prendas para determinar la percepción sobre el vestuario de cada animadora.

4.4.- Obtención de data

4.4.1.- Entrevistas

En este primer análisis se abarcan las respuestas de las presentadoras de televisión Ivonne Ávila y María Elisa Padilla, Niurka Moncayo Productora de Vamos con Todo, María Leonor L. Asesora de imagen de Vamos con Todo y el Lcdo. Matías Zibell Comunicador social, donde se realiza un primer acercamiento sobre los códigos comunicacionales del vestido utilizados en los programas de farándula.

En el Ecuador se transmiten varios programas de farándula que con el tiempo han ocupado un lugar importante de rating nacional, ya sea por el lapso que han permanecido en aire o por la manera de transmitir su información, el punto es que cada uno de ellos es reconocido dentro del espectáculo.

Para poder saber la concepción de los códigos comunicacionales del vestido acudimos a María Leonor L. quien es asesora de imagen del canal televisivo RTS quien comenta que el vestuario es parte fundamental de la programación porque es una

lectura anticipada del programa para el televidente, por ende, la presentadora llega a ser imagen conceptual del espacio televisivo. Saber transformar el cuerpo y adaptarlo mediante el vestido para cierto espacio social lleva consigo un estudio previo para comunicar un mensaje correcto; María Leonor L. nos relata ciertas especificaciones utilizadas en las presentadoras Adriana Sánchez y Alejandra Jaramillo de Vamos con Todo.

María Leonor L. indica que “la elección del vestuario es una acción previamente ejecutada y coordinada con el espacio televisivo porque se debe saber a quién y para quién se está vistiendo, por ejemplo, para la mayoría de presentadoras no es recomendable utilizar mucho el color blanco como el color negro porque opaca a la presentadora con el contorno televisivo. Las rayas finas tampoco son recomendables porque la ropa se distorsiona cuando la cámara se acerca, ni cuadros pequeños ni estampados pequeños. (mayo, comunicación personal, 1 de mayo de 2018).

El vestido como lo menciona MacDonell (2004) carga una codificación dada por diversos acontecimientos culturales y sociales al igual que también lo hace Parodi y Michavila con los colores, es por ello que a la hora de la elección vestimentaria cada prenda debe de ser seleccionada con sumo cuidado y aunque la presentadora tenga poder autoritario sobre su cuerpo y vestimenta es la asesora quien tiene el dictamen final.

En una entrevista realizada a la presentadora cuencana María Elisa Padilla nos relata que “En el momento de elegir el vestuario escoge prendas que le hagan sentir joven y divertida” (mayo, comunicación personal, 1 de mayo de 2018). Y para eso la moda actúa como fenómeno invisible, porque es ella quien posee las herramientas de identificación vestimentaria, como lo dice Obligado, mediante el vestido se señala el prejuicio, la identidad sexual, seducimos y nos alejamos de los modelos del pasado.

Godart dice que el vestido ocupante del cuerpo suministra signos que interaccionan con muchos campos culturales que constituyen su identidad y son formados por la necesidad de adornar la naturaleza corporal con ornamento para separarse de la homogeneidad que representa la piel. Para Ivonne Ávila conductora cuencana menciona que su identificación personal

televisiva la encuentra totalmente en la búsqueda de diferentes estilos, ella dice “me identifico con los vestidos largos informales que me hagan ver sensual, porque quiero que el público me mire y diga que puede utilizar lo que llevo en ese momento” (mayo, comunicación personal, 1 de mayo de 2018). La identificación dentro de un grupo social, nos lleva al segundo punto que es sobresalir ante los demás, llegar a posicionarse socialmente para sentirse aceptado; y claro el vestido trabaja de esa manera porque cada prenda u accesorio utilizado se convierte en código comunicacional atribuido por el propio sujeto.

El cuerpo sin duda es el elemento primordial dentro del vestuario femenino televisivo; María Leonor L. menciona que dentro de la vestimenta femenina es indispensable establecer códigos sobre la sensualidad de la mujer ella dice “no se acepta escotes muy grandes interpretados como “vulgar”, pero si puede en cierto punto por el tipo de programa ya que la gente sigue la moda. Para los programas de farándula nunca deben faltar los colores vivos, faldas cortas, blusas pequeñas, largas, de acuerdo a la moda y a las tendencias que estén en ese momento, por ejemplo, ahora se utiliza mucho las lentejuelas, colores fosforescentes; en verdad una mezcla de todo” (mayo, comunicación personal, 1 de mayo de 2018).

Lo que se muestre de cuerpo determinará el mensaje emitido para una sociedad, conceptualizar el pudor es un ámbito complejo ya que estos obedecen a manifestaciones de tabú que no pertenecen a ninguna lógica. Squicciarino (1990) la señala como un conglomerado de miedos enfocado primordialmente sobre la mujer que hasta el día de hoy es mirado de diferentes percepciones atacado, criticado o defendido. Generalmente la mujer como presentadora de televisión especialmente de los programas de farándula esta propensa a muchas críticas, y es por la característica del programa.

Entonces, el vestuario acogido por las presentadoras de farándula identifica un estilo cíclico, que como lo dice Martínez (1998) la mayor parte de veces es dominada por la moda que reemplaza un verdadero acto de estilo por sus formas cambiantes y su imagen satisfactoria. El poder hablar con diferentes presentadoras de televisión y asumir sus respuestas de vestuario como manera de sobresalir y representarse a ellas mismas

como únicas, jóvenes y sensuales me ha llevado a calificar de homogéneo esta práctica tan característica entre ellas por buscar el mismo objetivo mediante la modificación corporal que no es más que ir detrás de un canon establecido de belleza para “sobresalir” entre ellas. Martínez (1998) señala que la acogida de la moda puede constituirse como un estilo por diferentes grupos apasionados por el cambio, las formas, los colores y las texturas; es así como María Leonor L. justifica la elección de vestuario porque es la moda quien manda sobretodo en programas de farándula.

Al preguntar a María Leonor L. si existía alguna diferencia de estilo entre las presentadoras de su canal Adriana Sánchez “La Bomba” y Alejandra Jaramillo “La Caramelo” ella respondió que “las dos están igual no hay mucha diferencia, tal vez La Bomba está un poco más enraizada en la moda, pero en verdad las dos están igual sobre todo por el tipo de cuerpo y el tipo de piel.” (mayo, comunicación personal, 1 de mayo de 2018).

Al referirse María Leonor L. que no existe una diferencia de estilo vestimentario en la pantalla nacional nos deja que la única diferencia visible entre varias presentadoras es el cuerpo. Entwistle (2002) señala que el significado corporal es entregado por cada cultura y más no por su entidad biológica, el cuerpo femenino es mucho más discutible que el masculino por la sexualidad natural que emana sus dulces curvas y su misteriosa belleza; el vestido dentro de la sexualidad corporal femenina es el punto más importante de la conexión cuerpo y vestido, porque es el único elemento que a más de cubrir y mostrar la desnudez la oculta, y tiene ese poder otorgado por ser el primer elemento habitable que el ser humano ocupa en su existencia haciéndolo suyo.

Ivonne Ávila y María Elisa Padilla concuerdan que cada elección vestimentaria no solo se trata de sobresalir ante las demás, sino en resaltar su cuerpo utilizando prendas que las hagan ver sensuales, y no exactamente se habla de transparencias o poca tela, sino ceñir minuciosamente partes femeninas con accesorios o indumentaria.

Para entender un poco mejor Squicciarino (1990) indica que la tendencia a mostrar y perseguir el cuerpo femenino tiene que ver con el hecho de que la libido sexual está más extendida en la superficie corporal de la mujer, es por ello que se siente una atracción superior cuando se observa un cuerpo femenino

desnudo. María Leonor L. indica que dentro de la televisión hablando por los programas de farándula es indispensable mostrar sensualidad y en el caso de Adriana Sánchez y Alejandra Jaramillo dice que “poseen un lindo cuerpo diferente, pero “formado”, en el caso de Adriana muestra un cuerpo de ocho o sea que posee más curvas, mientras que Alejandra es un tipo de cuerpo estándar ya que sus hombros van con sus caderas, pero tiene cintura. Más allá de competir entre un estilo se busca la sensualidad llegando a ser una competencia corporal.” (mayo, comunicación personal, 1 de mayo de 2018).

El vestuario ejerce un poder físico y mental sobre cada persona, en el caso de las presentadoras de televisión les otorga poder y sensualidad, se sienten modelos a seguir digno de presumirlo en su medio, además el vestido llega a satisfacer los “inconvenientes” físicos y mentales que se apoderan de nuestra mentalidad, claro que va de la mano con la “moralidad”. Ivonne Ávila comenta que en el momento de salir en pantalla lo que más luce es su seguridad como mujer. “La elegancia es sensualidad, sin embargo, selecciono siempre mis prendas con cautela, por ejemplo, nunca utilizaría saco con hombreras o jean de tiro bajo, aunque algunas les queda espectacular. Los accesorios son importantes para mí, entre más delicados mejor” (mayo, comunicación personal, 1 de mayo de 2018).

María Leonor L. dice que “no existe prenda fea dentro de la televisión porque todo depende del cuerpo; en el caso de Adriana Sánchez y Alejandra Jaramillo, la prenda más escogida es la mini falda como también los tacones, mientras que para la parte superior las blusas cortas. En verdad no hay vestuario que no se pueda utilizar siempre y cuando sea ajustado y aliado a la sensualidad, a parte es acogido por el público mediante las redes sociales. Yo personalmente no estoy de acuerdo al igual que la producción que las presentadoras se les vista como en un noticiero porque no sería lo mismo” (mayo, comunicación personal, 1 de mayo de 2018).

María Leonor L. menciona que en el momento de asesorar toma en cuenta detalles corporales como la piel, el cabello y las características físicas, por ejemplo, dice que “Alejandra Jaramillo es un tipo de piel otoño cálido por ser blanca y tener el cabello caramelo favoreciéndole colores fuertes, cálidos, tierra y dorados, mientras que Adriana Sánchez es un tipo de invierno suave porque es más blanca y tiene el pelo negro combinable

con colores azules, vino, plata, blanco y negro” (mayo, comunicación personal, 1 de mayo de 2018).

Niurka Moncayo productora del programa Vamos con Todo dice que “el programa se caracteriza por ser alegre, divertido y farandulero y contar con presentadores extraordinarios que se lucen día a día” (mayo, comunicación personal, 1 de mayo de 2018).

El Licenciado en Comunicación Matías Zibell relata que “todo programa de televisión tiene un público específico y el mensaje esta manufacturado como lo diría Chomsky hacia ese público. Cuando se trabaja en un medio de comunicación se tiene como objetivo tratar de llegar a la mayor cantidad de público posible y ampliar la audiencia de su nicho. Por ejemplo, está claro que si trabajas en un noticiero al medio día habrá una audiencia más de amas de casa, mientras que el noticiero de la noche llega a una población quizá más masculina porque el marido llega a la casa después de trabajar. La televisión es un campo demasiado complejo porque no existe leyes fijas o determinantes para cumplirla, además siempre la mujer ha sido el lente primordial del entretenimiento; yo creo que eso no obedece a ningún cambio por parte de la televisión como medio de masas; pienso que es como la idea de la diva en Hollywood, ahora capaz cambie un poco por el tema del acoso pero siempre la mujer ha estado como punto primordial de belleza, aptitudes y dones” (junio, comunicación personal, 7 de junio de 2018).

4.5.- Análisis de los códigos comunicacionales del vestir en las presentadoras de farándula

Para el análisis de los códigos comunicacionales del vestir en las presentadoras de farándula se ha acudido a realizar una ficha de registro tipológico para identificar los rasgos físicos como vestimentarios, en ello se toma en cuenta las unidades de estudio cuerpo y sociología del vestido con sus respectivas variables. Las presentes fichas fueron llenadas por los participantes del grupo focal como también por medio de las encuestas y vía online (Facebook). Adjunto se utilizó la misma rúbrica de calificación para los criterios basados en autores.

A continuación, se describe el contenido de la ficha de registro tipológico.

DATOS GENERALES

Programa: Identificación del programa de farándula.

Nombre de la presentadora de farándula: Identificación de la presentadora de farándula.

Horario: Identificación de la jornada de transmisión.

Canal: Identificación de la cadena televisiva donde se transmite el programa de farándula.

Mes: Periodo donde se abstraigo las imágenes de análisis.

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Para poder interpretar las características físicas de las presentadoras de televisión, nos basamos en nuestra unidad de análisis que es el cuerpo y dentro ella hemos analizado las variables de estudio conformada por la piel, los tatuajes, la modificación corporal, el maquillaje ..., en ellas se han visto diferentes aspectos para asociarlas con las presentadoras de farándula, teniendo en cuenta lo siguiente:

Estatura: Identificación del porte de la presentadora

Tez: Identificación del color de piel.

Modificación facial: Identificación de alguna cirugía facial en la presentadora de farándula señalando como primordial los labios, el mentón, y la ortodoncia con la opción de colocar alguna percepción diferente.

Modificación corporal: Identificación de alguna cirugía corporal en la presentadora de farándula señalando como primordial los glúteos, la cintura, el busto y la manga gástrica con la opción de colocar alguna percepción diferente.

Maquillaje: Identificación del tipo de maquillaje utilizado por la presentadora.

Extensión corporal: Identificación de algún uso externo al cuerpo como las uñas de acrílico, las pestañas, los tatuajes y las perforaciones con la opción de colocar alguna percepción diferente.

Manipulación capilar: Identificación de alguna manipulación capilar como los tintes, las extensiones de cabello y los peinados con la opción de colocar alguna percepción diferente.

VESTUARIO

Para poder interpretar las diferentes características del vestuario nos basamos en nuestra unidad de estudio que es la sociología del vestido y dentro de ella nuestras variables de análisis que son la simbología del vestido y la simbología del color. Se han tomado las siguientes características:

Silüeta femenina: Identificación de la silüeta femenina en la presentadora de farándula.

Vestido: Identificación del tipo de vestido utilizado por la presentadora de farándula señalando como primordiales los vestidos maxis, hasta la rodilla, por encima de la rodilla, elegantes, sensuales, informales, holgados, ajustados y con color con la opción de colocar alguna percepción diferente dentro de la ficha tipológica.

Pantalón: Identificación del tipo de pantalón utilizado por la presentadora de farándula señalando como primordiales los pantalones capris, jean, ajustados, holgados, sensuales, elegantes, de tela y color.

Short: Identificación del tipo de short utilizado por la presentadora de farándula señalando como primordiales los shorts ajustados, sensuales, elegantes, jean, informal, de tela y color.

Tacones: Identificación si la presentadora de farándula utiliza tacones en la transmisión del programa.

Escote: Identificación del tipo de escote utilizado por la presentadora de farándula señalando como primordiales los escotes profundos, a los hombros, corazón, pequeño, en la espalda con la opción de colocar alguna percepción diferente dentro de la ficha tipológica.

Paleta de color: La paleta de color surge de la percepción del público al visualizar diferentes imágenes (fechas consecutivas) sobre la presentadora de televisión.

Blusas: Identificación del tipo de blusa utilizada por la presentadora de farándula señalando como primordiales las blusas transparentes, con mangas, vuelos, estampadas, volumétricas y con color.

Brasier: Identificación si la presentadora de farándula utiliza brasier o no, si lo hace que tipo utiliza señalando como primordiales los bralets, gomas y copas con la opción de colocar alguna percepción diferente dentro de la ficha tipológica.

Faldas: Identificación del tipo de falda utilizada por la presentadora de farándula señalando como primordiales las faldas a la rodilla, encima de la rodilla, por debajo de la rodilla, ajustada, holgada, elegante, semi informal e informal con la opción de colocar alguna percepción diferente dentro de la ficha tipológica.

Accesorios: Identificación del tipo de accesorios utilizados por la presentadora de farándula señalando como primordiales los collares, aretes cortos y largos, anillos, relojes, pulseras, correa con la opción de colocar alguna percepción diferente dentro de la ficha tipológica.

Imágenes de análisis: Las imágenes utilizadas en el registro tipológico fueron seleccionadas de la red social Instagram previamente analizadas mediante un seguimiento semanal y mensual.

A continuación, se presenta la rúbrica elaborada para el registro tipológico que será llenada por el público del grupo focal y vía online mediante encuestas.

Registro tipológico cuerpo y vestido de las presentadoras de farándula

Programa:

Canal:

Presentadora:

Mes:

Horario:

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	

VESTUARIO

Silueta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Estampado	Otros
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si	No								
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				

Paleta de color						Color C.			
Blusas	Transparencia		Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volúmen	Ajustado	Otros
Brasier	Bralete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasier	Otros			
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	

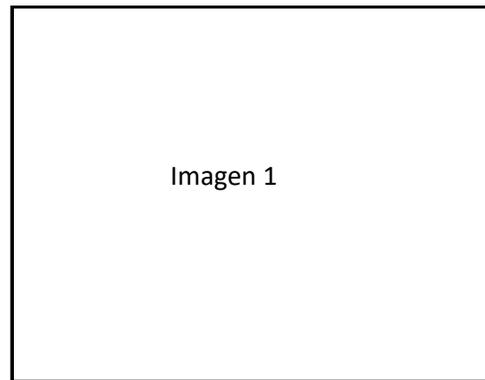


Imagen 1

Fecha

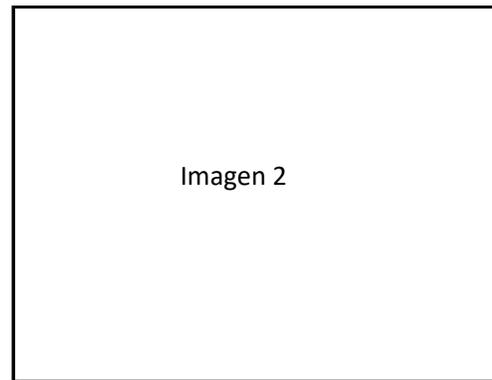


Imagen 2

Fecha

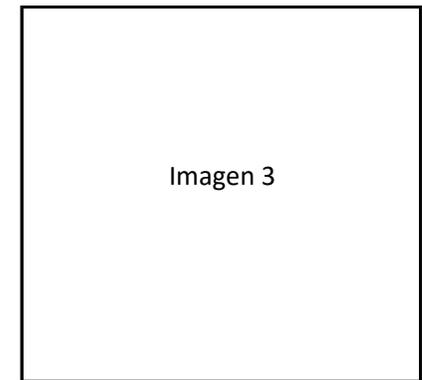


Imagen 3

Fecha

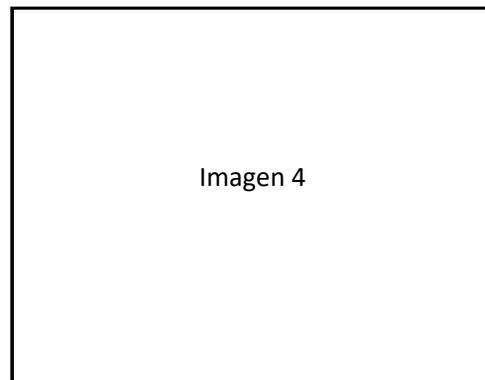


Imagen 4

Fecha

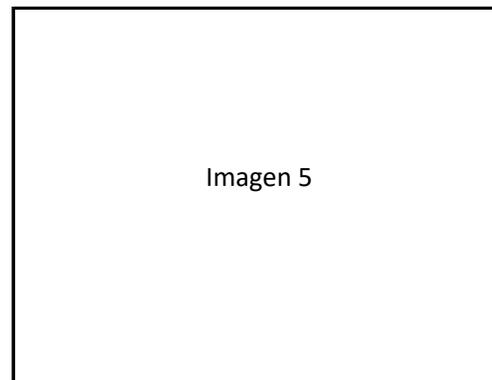


Imagen 5

Fecha

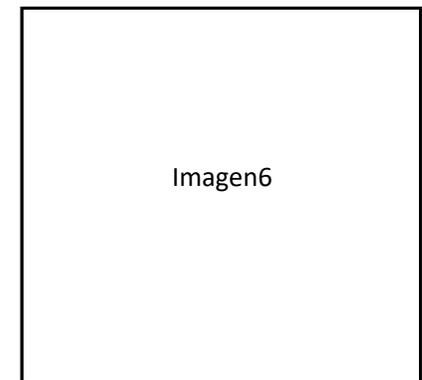


Imagen6

Fecha

Tabla 1: Ficha de registro tipológico

4.6.- Interpretación de datos grupo focal, encuestas y autores de las áreas investigadas

La siguiente interpretación de datos se basa en los programas de farándula con mayor aceptación por el público brotada mediante la encuesta de tipo cualitativa realizada dentro del Grupo focal y por medio de las redes sociales (Facebook), entre ellos Jarabe de Pico, Vamos con Todo y de Boca en Boca, mientras que las presentadoras que lideran el *top of mind* son: Paola Farías, Dora West, Marian Sabaté, Adriana Sánchez y Liseth Cedeño. Es mediante estos resultados que se abre paso al análisis de los códigos comunicacionales en el vestido.

Jarabe de Pico



Imagen 19: Logo Jarabe de pico, (Youtube, 2016).

El programa de farándula Jarabe de Pico transmitido por la cadena televisiva Telemazonas salió al aire en el año 2013 y no ha hecho más que posicionarse televisivamente gracias a su divertida programación y a sus presentadoras. Este espacio comunicativo es de prenda rosa por manejar contenido personal y humorístico. A través de los años el programa se ha definido por no transmitir información adulterada, respetar los espacios competitivos y generar una opinión sana.

Según varios diseñadores el manejo de la cromática es neutral, porque prioriza el color blanco con toques de color rojo y rosado creando un espacio televisivo sobrio y elegante emitiendo una sensación de tranquilidad, seriedad y profesionalismo; la iluminación de luz fría aporta una sensación de claridad en conjunto con los colores utilizados.

Por ser un programa de farándula se adopta los géneros musicales urbanos con la intencionalidad de alejarse del formalismo prefiriendo los últimos hits latinos como "Despacito" de Daddy Yankee feat Luis Fonsi o como el recordado éxito de Enrique Iglesias y Gente de Zona "Bailando". La música es uno de los

elementos primordiales característicos de la farándula al darle movimiento y atribuir con el espectáculo televisivo por los efectos psicológicos que causa en la persona.

Los diálogos humorísticos y las críticas faranduleras son realizadas únicamente cuando se transmite la nota periodística limitando la opinión del panelista hacia ciertos comentarios mal intencionados; el programa está conformado por Marian Sabaté, Dora West, Paola Farías, Laura Bozo (imitación) y Will Mendoza.

La caracterización del programa se da por transmitir directamente las notas periodísticas sin llegar a exceder un nivel extremo de espectáculo, en las pausas intermedias se promocionan productos de ciertas marcas de lencería como también productos para bajar de peso (fajas y pastillas).

Dentro del programa Jarabe de Pico se analizará a las presentadoras Paola Farías, Dora West y Marian Sabaté consideradas dentro del *top of mind* del público televidente.



Imagen 20: Paola Farías (Instagram, 2018).

Paola Farías es una de las presentadoras ecuatorianas con mayor trayectoria profesional, ha destacado en campos artísticos de la música y el modelaje, actualmente radica en el programa de farándula Jarabe de Pico de la cadena televisiva Teleamazonas.

Se la determina por ser una mujer de estatura mediana con tez mestiza, caracterizada por poseer un cuerpo atlético y bronceado, sin embargo, se la relaciona con algunas modificaciones corporales y faciales como es el aumento de busto, rinoplastia y ortodoncia. Para exponerse al mundo artístico de la televisión acude a las extensiones corporales como son las uñas acrílicas y las pestañas postizas además de ser fiel aliada al maquillaje en su máxima expresión.

Ficha de registro tipológico

La siguiente ficha de registro tipológico ha sido llenada por el público del grupo focal, conformada por diez integrantes que dieron su perspectiva acerca del cuerpo y vestuario de la presentadora Paola Farías. Mientras que la ficha elaborada mediante las encuestas se ejecutó con la opinión de las personas que colaboraron vía Facebook como también dentro del grupo focal.

Finalmente se cuenta con una tabla de criterios en base a los autores investigados.

GRUPO FOCAL

Programa: Jarabe de Pico

Canal: Teleamazonas

Presentadora: Paola Farias

Mes: Abril 2018

Horario: 5pm

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
		X			
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
		X			
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
	X		X		NARIZ-BEFLAROPLASTIA
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
			X		
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
		X			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
	X	X			
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	
			X		

VESTUARIO

Silueta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
	X									
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Color	Otros
		X	X	X	X					MIDI
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
			X		X		X			A LA CINTURA
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
	X	X		X		X				PEQUENOS
Tacones	Si	No								
	X									
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				
	X									

Paleta de color							Color C.	
------------------------	---	---	--	---	---	---	-----------------	---

Blusas	Transparencia		Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volúmen	Ajustado	Otros
	X		X	X	X	X		X	
Brasier	Bralete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasier	Otros			
	X		X	X	X				
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
	X	X		X		X			
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	
			X		X				



11 de abril 2018



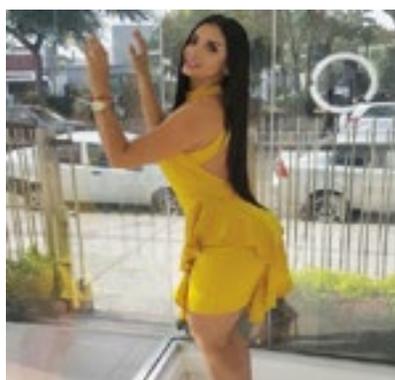
13 de abril 2018



16 de abril 2018



19 de abril 2018



26 de abril 2018



27 de abril 2018

Tabla 2: Ficha de registro tipológico del grupo focal de Paola Farías

ENCUESTAS

Programa: Jarabe de Pico

Canal: Teleamazonas

Presentadora: Paola Farías

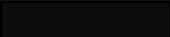
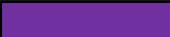
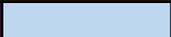
Mes: Abril 2018

Horario: 5pm

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
		X			
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
		X			
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
			X		NARIZ
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
			X		
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
		X			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
	X	X			
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	
		X	X		

VESTUARIO

Siluetas	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
	X									
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Color	Otros
					X			X		
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
			X	X						
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
	X	X								
Tacones	Si	No								
	X									
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				
	X	X	X							

Paleta de color							Color C.	
------------------------	---	---	--	---	---	---	-----------------	---

Blusas	Transparencia		Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volúmen	Ajustado	Otros
	X				X	X			
Brasier	Bralete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasier	Otros			
				X	X				
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
				X			X		
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	
			X		X	X			



11 de abril 2018



13 de abril 2018



16 de abril 2018



19 de abril 2018



26 de abril 2018



27 de abril 2018

Tabla 3: Ficha de registro tipológico de las encuestas de Paola Farías

Resultado de la ficha de registro tipológico de Paola Farías

En la siguiente tabla se determinan los rasgos característicos de Paola Farías donde se interpretarán los resultados de acuerdo a los autores investigados.

Cuadro 1: Evaluación de códigos comunicacionales de Paola Farías.

Definición de estilo	1	2	3	4	5
Sensual					X
Elegante		X			
Informal	X				
Semi informal				X	

Definición corporal	
Modificación facial	Ortodoncia-rinoplastia
Modificación corporal	Busto
Extensión corporal	Uñas-pestañas
Manipulación capilar	Peinado

Definición vestimentaria	
Color identitario	Rojo
Prenda superior	Tops-transparencias
Prenda inferior	Short-faldas
Maquillaje	Exagerado
Tacones	Altos
Escote	Profundo
Accesorios	Bisutería larga

La interpretación del vestuario de Paola Farías para Andrés Rodas de 23 años lo asume como correcto porque ella es una artista y tiene que hacer cosas diferentes, personalmente el vestido no le parece grotesco y le gusta.

En este punto podemos analizar que los códigos comunicacionales previamente seleccionados por la artista y escogidos por la asesora de imagen para la pantalla televisiva realiza su función primordial que es ir acorde con la programación del espectáculo seguido de emanar un mensaje atrayente a quien lo mire sobresaliendo el cuerpo femenino. El vestuario es utilizado para diferentes motivos y uno de ellos es la tele-

visión, porque generalmente no se ve a una Paola Farías con vestido en la calle. -Pablo 45 años. Son los códigos comunicacionales que son manipulados para transmitir un mensaje y es la población quien los determina correctos o no. Para Tasciana Jiménez de 45 años menciona que es fanática de los programas de farándula y los combina con las labores del hogar; lo que más puede presenciar es la vestimenta de las presentadoras ya que además poseen un lindo cuerpo.

Como lo dice Matías Zibell, la mujer siempre debe estar en la televisión, es la diva que regala vida al programa y sin la mujer no tendría el mismo efecto comunicacional, pero para Tatiana Cabrera de 24 años no le parece correcto el vestuario exhibido en el cuerpo por la manipulación excesiva del marketing hacia la mujer. Squicciarino (1990) señala que la libido sexual está regada por todo el cuerpo femenino y muchas veces la mujer no tiene que hacer mayor esfuerzo para mostrar sensualidad a comparación del hombre. Ya que, si comparamos un desnudo entre ambos sexos, el hombre pasará desapercibido a comparación de la mujer.

Para Tatiana Cabrera a más de ver el vestuario y asociarlo directamente con el cuerpo femenino, lo relaciona con la forma de expresión verbal y no verbal, para ella el código comunicacional se termina de forjar cuando ve los comportamientos personales y expresivos. En otras palabras, si la presentadora de televisión utiliza un traje formal, pero ejerce una expresión grotesca o inadecuada cambiará el mensaje primario que desempeña el traje femenino, en dicho caso hay que obedecer las instrucciones de Knapp (1980) guiándose mediante el mensaje no verbal, aunque sea confuso por el código establecido que lleva consigo el traje femenino de poder, elegancia y sofisticación.

Paola Farías muestra una exaltación corporal donde el público manifiesta que el vestuario es utilizado para exagerar las partes de su cuerpo además de poseer una silueta reloj de arena. Su código comunicacional es la sensualidad dentro de la televisión, así lo dicen tres de cuatro integrantes del Grupo focal, ya que se caracteriza por utilizar con frecuencia vestidos ajustados y en su mayoría por encima de la rodilla. En la parte inferior de su cuerpo no duda en utilizar shorts pequeños de preferencia jean combinado con tacones de diferentes colores. Como lo dice MacDonell (2004) la simbología de las prendas es importante en el momento de transmitir un mensaje, por ejemplo, el jean codifica frescura, libertad y elegancia, mientras que exhibir el cuerpo especialmente para un grupo socio-cultural implica en romper reglas "morales", la combinación de estos dos

manifiesta sexualidad femenina además que cuatro de cuatro indican que en su cuerpo existe alguna modificación quirúrgica como el busto. La gama de colores que utiliza Paola Farías son cálidos enfocándose en los rosas, rojos y amarillos, que según Parodi y Michavila (2007) el color rojo está enganchado con la sensualidad, la pasión y el amor mientras que el amarillo simboliza el sol, el oro, la eternidad y la santidad. En cada ocasión procura utilizar escotes profundos o marcados a su busto con transparencias, vuelos o estampados; no teme al dejar de utilizar brasier o gomas todo para mantener su código comunicacional de sensualidad. El caminar tan característico de Paola en los programas de farándula se debe a la utilización del tacón que le ayuda con el movimiento de caderas y la estilización de la figura, subiendo lo glúteos y el busto.

Los accesorios complementan el código comunicacional, el maquillaje que utiliza es marcado sobre todo en sus labios rojos o violetas que según MacDonell (2004) la simbología del lápiz labial rojo expresa juventud y pasión porque realza las curvas de los labios femeninos provocando una atracción sexual.



Imagen 21: Dora West (Instagram, 2017).

Dora West es una cantante y actriz ecuatoriana presentadora del programa de farándula Jarabe de Pico transmitido en la cadena televisiva Teleamazonas, su peculiar carisma le ha colocado dentro de las presentadoras más señaladas a nivel nacional.

Se la determina por ser una mujer de estatura alta con tez mestiza, caracterizada por poseer una silueta curvilínea y bronceado, relacionándola con algunas modificaciones corporales y faciales como es el aumento de busto, rinoplastia y ortodoncia. Para exponerse al mundo artístico de la televisión acude a las extensiones corporales como son las uñas acrílicas, las pestañas postizas y las extensiones de cabello, además frente a la pantalla televisa se muestra con un maquillaje cargado.

Ficha de registro tipológico

La siguiente ficha de registro tipológico ha sido llenada por el público del grupo focal, conformada por diez integrantes que dieron su perspectiva acerca del cuerpo y vestuario de la presentadora Dora West. Mientras que la ficha elaborada mediante las encuestas se ejecutó con la opinión de las personas que colaboraron vía Facebook como también dentro del grupo focal.

Finalmente se cuenta con una tabla de criterios en base a los autores investigados.

GRUPO FOCAL

Programa: Jarabe de Pico

Canal: Teleamazonas

Presentadora: Dora West

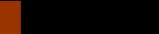
Mes: Abril 2018

Horario: 5pm

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
			X		
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
		X			
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
			X		NARIZ
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
			X		
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
		X			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
	X	X			
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	
		X	X		

VESTUARIO

Silueta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
	X									
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Estampado	Otros
		X		X				X	X	ASIMETRICOS-SEMIFORMAL
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
	X		X	X	X	X	X			A LA CINTURA
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si	No								
	X									
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				
				X						

Paleta de color								Color C.	
Blusas	Transparencia		Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volúmen	Ajustado	Otros
	X			X			X		
Brasier	Bralete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasier	Otros			
	X			X					
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
	X		X	X	X	X			ASIMÉTRICAS-VOLUMEN
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	
			X						



3 de abril 2018



4 de abril 2018



5 de abril 2018



11 de abril 2018



12 de abril 2018



26 de abril 2018

Tabla 4: Ficha de registro tipológico del grupo focal de Dora West

ENCUESTA

Programa: Jarabe de Pico

Canal: Teleamazonas

Presentadora: Dora West

Mes: Abril 2018

Horario: 5pm

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
		X			
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
		X			
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
	X	X	X		NARIZ
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
	X		X		
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
		X			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
	X	X			
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	
	X	X	X		

VESTUARIO

Silueta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
				X						
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Estampado	Otros
					X			X		
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
			X				X			
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si	No								
	X									
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				
			X							

Paleta de color		Color C.	
------------------------	--	-----------------	--

Blusas	Transparencia	Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volúmen	Ajustado	Otros	
	X								
Brasier	Bralete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasier	Otros			
				X	X				
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
				X			X		
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	
			X		X	X			



3 de abril 2018



4 de abril 2018



5 de abril 2018



11 de abril 2018



12 de abril 2018



26 de abril 2018

Tabla 5: Ficha de registro tipológico de las encuestas de Dora West

Resultado de la ficha de registro tipológico de Dora West

En la siguiente tabla se determinan los rasgos característicos de Paola Farías donde se interpretarán los resultados de acuerdo a los autores investigados.

Cuadro 2: Evaluación de códigos comunicacionales de Dora West.

Definición de estilo	1	2	3	4	5
Sensual					X
Elegante					X
Informal	X				
Semi informal				X	

Definición corporal	
Modificación facial	Ortodoncia-rinoplastia
Modificación corporal	Busto
Extensión corporal	Uñas-pestañas
Manipulación capilar	Peinado

Definición vestimentaria	
Color identitario	Palo de rosa
Prenda superior	Blusas con volumetría
Prenda inferior	Faldas
Maquillaje	Exagerado
Tacones	Altos
Escote	Pequeño
Accesorios	Bisutería larga

La interpretación del vestuario según para Pablo Pérez de 45 años, menciona que el código comunicacional que emana Dora West hacia el televidente es de confianza, discreto y elegante; para Andrés Rodas ver su atuendo le parece atractivo, sexy y elegante, mientras que a Fabián Astudillo de 32 años le refleja confianza, aunque no es muy fanático de los programas de farándula señala que al ver el atuendo de Dora West lo miraría.

El vestido utilizado ejerce poder y aún más sobre la mujer, para Pablo Pérez de 45 años el atuendo de Dora West le atrae por percibir seguridad natural más allá de notar las curvas y su sex-appeal natural. El código comunicacional que ejerce Dora West al juntar vestido y cuerpo dentro de la pantalla nacional es leído como una mezcla de elegancia y sensualidad, y esto lo determinan tres de tres encuestados en el Grupo focal. Dora West es una mujer alta de tez mestiza que ha pasado por la modificación

corporal para realzar ciertas partes de su cuerpo como es el busto, la nariz y la ortodoncia con el objetivo de “perfeccionar” y “embellecer” su forma física.

El código comunicacional que ejerce Dora West está específicamente en prendas como los vestidos a la rodilla con corte sastrero que se ajustan a la silueta de reloj de arena, dos de tres integrantes del Grupo focal señalan que utiliza un atuendo ajustado. Su código comunicacional emite seguridad, elegancia y sensualidad porque trabaja con pantalones y sacos de tela. MacDonell (2004) indica que la simbología del traje sastrero expresa poder femenino, además de ser una liberación conceptual para la mujer. Tal simbología otorga credibilidad y firmeza en sus acciones; los tacones son indispensables dentro del atuendo femenino ya que ejerce un movimiento sensual distorsionando el cuerpo y sobresaliendo partes como el trasero y el busto.

La paleta de color utilizada se conforma por colores cálidos y fríos entre ellos el anaranjado, el amarillo, el marrón, el negro, el rosa y el celeste. Parodi (2002) señala que el naranja es el equilibrio entre la libido sexual y el espíritu mientras que Michavila (2007) lo relaciona con el color del sol, el fuego y la luz, adicional el color marrón simboliza la madurez. En la elección vestimentaria entre sensualidad y elegancia no puede faltar los escotes pequeños con vuelos, las formas asimétricas con mucho volumen, mezcla de color y textura para finalmente atribuir a la codificación la simbología del lápiz labial dictada por MacDonell.

Marian Sabaté



Imagen 22: Mariam Sabaté (Instagram, 2018).

Marian Sabaté es una de las primeras presentadoras de farándula del Ecuador, lleva consigo el título de “Reina de la Prensa Rosa” por sus años en farándula nacional; inicio su carrera en espacios de entretenimiento donde con el pasar de los años ha forjado su imagen televisiva. Se la determina por ser una mujer de estatura mediana con tez blanca, caracterizada por realizarse un sinnúmero de modificaciones corporales y faciales como es el aumento de busto, rinoplastia, ortodoncia, pero sobre todo por su famosa cirugía la manga gástrica generando polémica entre el público televidente.

Para exponerse al mundo artístico de la televisión acude a las extensiones corporales como son las uñas acrílicas y las pestañas postizas además de manejar una manipulación capilar de tintes y extensiones. Es fiel aliada del maquillaje en su máxima expresión apostándole a smokey eyes y a los tatuajes.

Ficha de registro tipológico

La siguiente ficha de registro tipológico ha sido llenada por el público del grupo focal, conformada por diez integrantes que dieron su perspectiva acerca del cuerpo y vestuario de la presentadora Marian Sabaté. Mientras que la ficha elaborada mediante las encuestas se ejecutó con la opinión de las personas que colaboraron vía Facebook como también dentro del grupo focal.

Finalmente se cuenta con una tabla de criterios en base a los autores investigados.

GRUPO FOCAL

Programa: Jarabe de Pico

Canal: Teleamazonas

Presentadora: Marian Sabaté

Mes: Abril 2018

Horario: 5pm

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
	X				
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
	X				
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
			X		NARIZ
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
			X	X	
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
	X				
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
	X	X	X		
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	
	X	X	X		

VESTUARIO

Silueta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
	X									
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Color	Otros
		X	X	X	X					MIDI
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
		X								
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si	No								
	X									
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				
		X		X						

Paleta de color							Color C.	
-----------------	---	---	--	---	---	---	----------	---

Blusas	Transparencia		Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volúmen	Ajustado	Otros
			X		X	X		X	SIN MANGAS
Brasier	Bralete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasier	Otros			
				X					
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
	X		X	X	X	X			
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	
	X		X	X					



11 de abril 2018



17 de abril 2018



18 de abril 2018



19 de abril 2018



26 de abril 2018



27 de abril 2018

Tabla 6: Ficha de registro tipológico del grupo focal de Marian Sabaté

ENCUESTAS

Programa: Jarabe de Pico

Canal: Teleamazonas

Presentadora: Marian Sabaté

Mes: Abril 2018

Horario: 5pm

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
	X				
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
	X				
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
		X	X	X	
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
			X	X	
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
	X				
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
	X	X	X		
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	
	X	X	X		

VESTUARIO

Silueta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
	X									
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Color	Otros
		X	X	X	X					
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
		X								
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si	No								
	X									
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				
				X						

Paleta de color							Color C.	
------------------------	---	---	--	---	---	---	-----------------	---

Blusas	Transparencia		Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volúmen	Ajustado	Otros
					X	X			
Brasier	Bralete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasier	Otros			
			X	X					
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
	X		X				X		
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	
	X	X	X	X					



11 de abril 2018



17 de abril 2018



18 de abril 2018



19 de abril 2018



26 de abril 2018



27 de abril 2018

Tabla 7: Ficha de registro tipológico de las encuestas de Marian Sabaté

Resultado de la ficha de registro tipológico de Marian Sabaté.

En la siguiente tabla se determinan los rasgos característicos de Marian Sabaté se interpretarán los resultados de acuerdo a los autores investigados.

Cuadro 3: Evaluación de códigos comunicacionales de Marian Sabaté.

Definición de estilo	1	2	3	4	5
Sensual				X	
Elegante					X
Informal		X			
Semi informal			X		

Definición corporal	
Modificación facial	Ortodoncia-nariz
Modificación corporal	Busto-manga gástrica-tatuajes
Extensión corporal	Uñas-pestañas
Manipulación capilar	Peinado-tintes-extensiones

Definición vestimentaria	
Color identitario	Rosado
Prenda superior	Blusas sin manga
Prenda inferior	Faldas lápiz-jean
Maquillaje	Sutil
Tacones	Altos
Escote	Cuello redondo-cuello v
Accesorios	Bisutería pequeña

La interpretación de los códigos comunicacionales para los integrantes del grupo focal como Tasciana Jiménez de 45 años, señala que el atuendo de la presentadora es muy elegante y va de acuerdo al programa, además no le hace ver tan sensual sino se ve diferente a comparación de las demás.

El vestuario de Marian Sabaté es un poco atrevido, pero al mismo tiempo elegante que llega a diferenciarse de las demás, yo creo se debe a su trayectoria televisiva. Carmita-50 años. Al hablar con el público del atuendo de esta presentadora no hubo mayor asombro o diálogo por la razón que la mayor parte de los integrantes estuvieron de acuerdo que Marian utiliza el vestuario de una manera armoniosa, juvenil y elegante que para muchos le consideran como uno de los conjuntos vestimentarios más acordes a la programación. Cave recalcar que la imagen construida por Marian Sabaté ha sido a través de los años donde su nicho ha sido la farándula, por esa ra-

zón muchos la consideran como un modelo televisivo. Knapp (1980) menciona que al construir un código comunicacional no solo se le atribuye los elementos físicos a poseer, sino que también va de la mano diferentes posturas, emblemas y diálogos que dan peso al código comunicacional del vestir.

Marian Sabaté es una mujer de estatura pequeña de tez blanca que ha pasado a moldear su cuerpo desde la ortodoncia hasta la manga gástrica para mantener una figura delgada, es fanática de los tatuajes y lo ha mostrado junto con su construcción vestimentaria; según Saltzman (2004) y Squicciarino (1990) el tatuaje es una acción ancestral llena de sentimientos y significados realizados en el lienzo de la piel que comunica un mensaje.

Marian posee una silueta de reloj de arena, donde luce vestidos a la rodilla o más abajo de ellos que muestran elegancia y sensualidad, esto lo dicen tres de cinco participantes del Grupo focal. Para ello no recurre a prendas ajustadas o pequeñas sino todo lo contrario le apuesta a la volumetría y a lo simétrico dando una apariencia informal (tres de cinco participantes). Una de las prendas favoritas de la presentadora son los jeans que como lo señala MacDonell (2004) es una prenda multifacética porque se puede combinar con varios elementos que expresan elegancia o informalidad pero que nunca perderá la simbología de libertad, sensualidad, rebeldía y frescura. Otra prenda manipulada que construye el código comunicacional del vestir en Marian son las faldas a la cintura con diferentes volúmenes y caídas que simbolizan feminidad.

Su paleta de colores es cálida, en su mayoría utiliza rosas, rojos, amarillos y azules. Parodi señala que el color azul simboliza el cielo y lo asocia con el manto de la Virgen porque es un color relacionado totalmente con lo espiritual; emana sensaciones de alegría, luminosidad y libertad mientras que Knapp lo asocia con la amabilidad, la ternura y la sensibilidad. El color rosado según MacDonell (2004) simboliza inocencia y juventud y es lo que Marian manipula en su vestuario y maquillaje utilizando estampados o labiales en tonos rosas.

Como no podían faltar los accesorios dentro del atuendo comunicativo se agrega que los aretes largos son el mejor complemento para finalizar la concreción de la comunicación vestimentaria. En conclusión, el código comunicacional que Marian Sabaté ejerce sobre su cuerpo es la elegancia informal, ella construye mediante sus prendas un atuendo de frescura y tranquilidad que la hacen más accesible al público, su construcción vestimentaria está pensada para llegar al público de una manera amigable, pero al mismo tiempo se impone como un ícono de la moda.



Imagen 23: Logotipo de Vamos con Todo (RTS, s.f.)

El programa Vamos con Todo se transmite en el canal RTS hace ya 17 años donde se ha caracterizado por transmitir farándula nacional como internacional, así como también ha estado involucrada en reality shows, comedia y concursos. El contenido del programa se caracteriza por ser alegre, divertido, pero sobretodo crear espectáculo entre las estrellas del pueblo.

Su cromática implica el amarillo, celeste y rosado que personalmente se asemeja a los colores de la bandera del Ecuador manejando así una cromática con colores complementarios (colores opuestos entre sí en el círculo cromático como el amarillo y el rosado). El programa Vamos con Todo maneja en su espacio elementos lineales y orgánicos para crear un espacio de grandes dimensiones. Los taburetes delimitan el espacio para crear un punto focal en los panelistas.

El género urbano es utilizado en el transcurso del programa, sin embargo, Vamos con Todo se caracteriza por contar con su propia animación de ringtones que los manipula en la misma medida que la música y son utilizados para dar la bienvenida del programa como también para resaltar ciertas notas periodísticas ejerciendo un toque de misterio.

Las notas periodísticas de Vamos con Todo están dirigidas en su mayoría sobre las estrellas de su programa aliado Combate, como también de los realitys shows creados en su programa, donde la opinión personal de las panelistas ejerce polémica y malos entendidos a la hora de presentar la noticia; por esta razón son ellos mismos quien crean la noticia a partir de su comentario para posteriormente hablar sobre ello y tener contenido televisivo.



Imagen 24: Adriana Sánchez (Instagram, 2018).

Adriana Sánchez es una modelo ecuatoriana incursionada en la farándula nacional, ha construido su popularidad durante todos estos años participando en diferentes programas televisivos. Su carisma y su popularidad han hecho que el público ecuatoriano la recuerde como presentadora televisiva.

Se la determina por ser una mujer de estatura mediana con tez mestiza, caracterizada por poseer una silueta curvilínea y bronceado, relacionándola con algunas modificaciones corporales y faciales como es el aumento de busto, rinoplastia, ortodoncia y lipoescultura. Para exponerse al mundo artístico de la televisión acude a las extensiones corporales como son las uñas acrílicas y las pestañas postizas, además le gusta aparecer frente a la pantalla televisa con un maquillaje cargado.

Ficha de registro tipológico

La siguiente ficha de registro tipológico ha sido llenada por el público del grupo focal, conformada por diez integrantes que dieron su perspectiva acerca del cuerpo y vestuario de la presentadora Adriana Sánchez. Mientras que la ficha elaborada mediante las encuestas se ejecutó con la opinión de las personas que colaboraron vía Facebook como también dentro del grupo focal.

Finalmente se cuenta con una tabla de criterios en base a los autores investigados.

Resultado de la ficha de registro tipológico de Adriana Sánchez.

GRUPO FOCAL

Programa: Vamos con Todo

Canal: RTS

Presentadora: Adriana Sánchez

Mes: Abril 2018

Horario: 2pm

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
		X			
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
		X			
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
			X		NARIZ
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
			X		
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
		X			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
	X	X			
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	
			X		

VESTUARIO

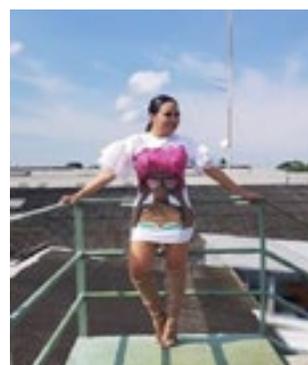
Silueta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
	X									
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Estampado	Otros
		X	X	X				X	X	ASIMETRICOS
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
			X	X	X	X	X			A LA CINTURA-JUMPER
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
	X			X		X				
Tacones	Si	No								
	X									
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				
	X		X							

Paleta de color		Color C.	<input type="text"/>
-----------------	--	----------	----------------------

Blusas	Transparencia		Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volúmen	Ajustado	Otros
	X			X			X	X	
Brasier	Bralete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasier	Otros			
	X			X		TOP			
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
	X	X		X		X			ASIMÉTRICAS-VOLUMEN
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	
			X			X			



5 de abril 2018



6 de abril 2018



9 de abril 2018



10 de abril 2018



20 de abril 2018



24 de abril 2018

Tabla 8: Ficha de registro tipológica del grupo focal de Adriana Sánchez

ENCUESTAS

Programa: Vamos con Todo

Canal: RTS

Presentadora: Adriana Sánchez

Mes: Abril 2018

Horario: 2pm

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
		X			
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
		X			
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
	X		X		NARIZ
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
	X	X	X		
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
		X			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
	X	X			
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	
		X	X		

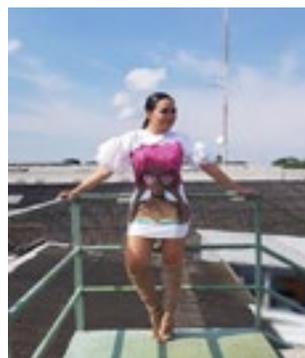
VESTUARIO

Siluetas	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
				X						
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Estampado	Otros
		X	X	X	X			X		
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
			X		X	X	X			
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
	X	X		X						
Tacones	Si	No								
	X									
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				
	X		X							

Paleta de color										Color C.	
Blusas	Transparencia		Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volúmen	Ajustado	Otros		
				X	X			X			
Brasier	Bralete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasier	Otros					
				X	X						
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros		
		X	X	X		X					
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros			
		X	X			X					



5 de abril 2018



6 de abril 2018



9 de abril 2018



10 de abril 2018



20 de abril 2018



24 de abril 2018

Tabla 9: Ficha de registro tipológico de las encuestas de Adriana Sánchez

En la siguiente tabla se determinan los rasgos característicos de Adriana Sánchez se interpretarán los resultados de acuerdo a los autores investigados.

Cuadro 4: Evaluación de códigos comunicacionales de Adriana Sánchez.

Definición de estilo	1	2	3	4	5
Sensual					X
Elegante					X
Informal		X			
Semi informal			X		

Definición corporal	
Modificación facial	Ortodoncia-nariz
Modificación corporal	Busto-cintura
Extensión corporal	Uñas-pestañas
Manipulación capilar	Peinado

Definición vestimentaria	
Color identitario	Vino
Prenda superior	Crop top
Prenda inferior	Faldas por debajo de la rodilla
Maquillaje	Exagerado
Tacones	Altos
Escote	Profundo
Accesorios	Bisutería largos

La interpretación del vestuario de Adriana Sánchez para Fabiola Cabrera de 46 años, es agradable en un programa de farándula, además porque mediante ellas puede observar la ropa de moda; ella dice “me gusta ver a las presentadoras porque puedo imaginarme como sería yo con esa indumentaria o con ese maquillaje, en otras palabras, me informo de la moda”.

Para Ruth Quintuña de 49 años, el atuendo que percibe en Adriana Sánchez es jovial y divertido para un programa de farándula, además que se ve espectacular, claro que hay ocasiones en las que no comparte su mismo gusto, pero en otras transmite alegría. Recordemos que en el programa Vamos con Todo no se puede definir a una sola presentadora, pero si a su concepto, sin embargo, Tasciana Jiménez de 45 años dice que reconoce el programa repercutiendo que ahora lo ve con más seriedad a comparación de los años anteriores.

La presentadora posee una silueta reloj de arena donde luce una extensa gama de vestuario, entre ellos vestidos largos, cortos, ajustados, con volumen, asimétricos,

simétricos, pantalones de tela, jean, ajustados y holgados. Adriana utiliza varias opciones de vestuario donde no se limita con ninguna, su paleta de color consta de palo de rosa, azul, amarillo, fucsia, vino y negro. Parodi (2002) menciona que los colores violetas y rosados entran para una simbología de amor y verdad, el rojo simboliza la pasión y el amor, mientras que el palo de rosa inocencia y juventud. El color negro dice Knapp (1980) está asociado con el poder, la firmeza y la credibilidad.

El código comunicacional de Adriana Sánchez dentro del programa Vamos con Todo es de juventud, sensualidad y feminidad, por utilizar diferentes prendas que exaltasen el cuerpo como en otras la oculta. El programa Vamos con Todo mantiene un concepto de color, alegría, y de espectáculo es por eso que Adriana Sánchez transmite esa información mediante su vestuario.

De Boca en Boca



Imagen 25: Logo DE Boca en Boca (Anónimo, 2016).

El programa de Boca en Boca transmitido por la cadena televisiva Tc televisión, es uno de los programas de farándula que han ocupado un lugar importante en la televisión nacional. Lleva ya dos años al aire y no ha parado de cosechar frutos, ya que en el momento de hablar sobre un programa de farándula es nombrado como uno de ellos.

El programa de farándula maneja una cromática de colores cálidos que emanan una sensación de intimidad y energía. Este espacio tiene un ambiente nocturno, con iluminación fría donde se manipulan elementos orgánicos con la intención de llegar a una decoración excéntrica. De Boca en Boca utiliza el género urbano para dar vida y sazón a la programación, de igual manera utilizan efectos musicales para enfatizar ciertos momentos de entrevista o dar paso a la siguiente nota periodística.

El manejo de su contenido lo hacen mezclando polémica y espectáculo al entrevistar en vivo a las estrellas nacionales, claro que su manejo de farándula es con la intencionalidad de generar comentarios momentáneos y no a largo plazo como su compañero Vamos con Todo.

Liseth Cedeño



Imagen 26: Liseth Cedeño (Instagram, 2018).

Su divertido carisma y su peculiar belleza le han posicionado como una de las presentadoras más reconocidas entre la farándula; esta bella presentadora no ha hecho más que subir escalones dentro de su carrera televisiva. Liseth Cedeño es una presentadora que irradia sensualidad y belleza, cuida cada pequeño espacio corporal para asemejarse al canon de belleza establecido, pero sobre todo para demostrar que es una mujer escultural.

Se la determina por ser una mujer de estatura alta con tez mestiza, caracterizada por poseer una silueta reloj de arena, se la relaciona poco con las modificaciones corporales y faciales entre ella se encuentran el aumento de busto y la ortodoncia. Para salir en pantalla nacional acude a las extensiones corporales como son las uñas acrílicas y las pestañas postizas, además se muestra con un maquillaje sutil.

Ficha de registro tipológico

La siguiente ficha de registro tipológico ha sido llenada por el público del grupo focal, conformada por diez integrantes que dieron su perspectiva acerca del cuerpo y vestuario de la presentadora Liseth Cedeño. Mientras que la ficha elaborada mediante las encuestas se ejecutó con la opinión de las personas que colaboraron vía Facebook como también dentro del grupo focal.

GRUPO FOCAL

Programa: De Boca en Boca

Canal: TC

Presentadora: Lissette Cedeño

Mes: Abril 2018

Horario: 2pm

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
			X		
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
		X			
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
			X		NARIZ
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
			X		
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
	X				
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
	X	X			
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	
			X		

VESTUARIO

Silueta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
	X									
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Estampado	Otros
			X		X		X	X		ASIMÉTRICOS
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
			X	X			X			
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
								Holgado		
Tacones	Si	No								
	X									
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				
	X		X							

Paleta de color						Color C.			
Blusas	Transparencia		Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volúmen	Ajustado	Otros
				X	X			X	
Brasier	Bralete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasier	Otros			
	X		X	X					
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
		X		X	X				ASIMÉTRICAS-VOLUMEN
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	
			X						



5 de abril 2018



6 de abril 2018



10 de abril 2018



19 de abril 2018



22 de abril 2018



25 de abril 2018

Tabla 10: Ficha de registro tipológico del grupo focal de Liseth Cedeño

ENCUESTAS

Programa: De Boca en Boca

Canal: TC

Presentadora: Lissette Cedeño

Mes: Abril 2018

Horario: 2pm

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
		X			
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
		X			
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
	X		X		NARIZ
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
	X	X	X		
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
		X			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
	X	X			
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	
		X	X		

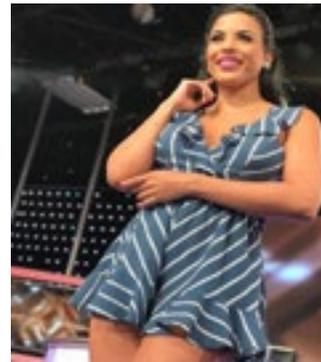
VESTUARIO

Siluetas	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
				X						
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Estampado	Otros
		X			X	X				
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
						X	X			
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
	X	X						Holgado		
Tacones	Si	No								
	X									
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				
		X	X							

Paleta de color										Color C.
Blusas	Transparencia		Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volúmen	Ajustado	Otros	
				X			X			
Brasier	Bralete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasier	Otros				
					X					
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros	
	X	X								
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros		
			X		X		X			



5 de abril 2018



6 de abril 2018



10 de abril 2018



19 de abril 2018



22 de abril 2018



25 de abril 2018

Tabla 11: Ficha de registro tipológico de las encuestas de Liseth Cedeño

Finalmente se cuenta con una tabla de criterios en base a los autores investigados. Resultado de la ficha de registro tipológico de Liseth Cedeño

En la siguiente tabla se determinan los rasgos característicos de Liseth Cedeño, donde se interpretarán los resultados de acuerdo a los autores investigados.

Cuadro 5: Evaluación de códigos comunicacionales de Liseth Cedeño

Definición de estilo	1	2	3	4	5
Sensual					X
Elegante		X			
Informal				x	
Semi informal			X		

Definición corporal	
Modificación facial	Ortodoncia-nariz
Modificación corporal	Busto
Extensión corporal	Uñas-pestañas
Manipulación capilar	Peinado

Definición vestimentaria	
Color identitario	Negro
Prenda superior	Crop top
Prenda inferior	Faldas por encima de la rodilla
Maquillaje	Exagerado
Tacones	Altos
Escote	Profundo
Accesorios	Bisutería larga

La interpretación del vestuario de Liseth Cedeño para Pablo Pérez y Tasciana Jiménez de 45 años, señalan que va acorde a la programación de la cadena televisiva donde se visualiza un mayor contenido de farándula y espectáculo. La percepción que obtuvieron los integrantes del Grupo focal a cerca de este conjunto fue la manipulación corporal conectada con el vestido, sin embargo, se definió que el cuerpo esta sobre el vestido. La percepción del publico indica que Liseth Cedeño comunica sensualidad natural porque no está forzada en sus atuendos a exaltar su cuerpo de una manera exagerada sino lo contrario es su cuerpo quien domina al vestuario.

Liseth Cedeño es una conductora de estatura alta y de tez mestiza que se ha realizado pequeñas modificaciones corporales como el busto y la ortodoncia. Posee una silueta reloj de arena donde luce atuendos pequeños pero volumétricos, como también vestidos, pantalones largos u holgados. Esta presentadora utiliza una gama de prendas específicas como los jumperes ya sea largos o pequeños.

Le apuesta por la volumetría como por lo ajustado, dentro de su paleta de color está el azul, el negro y el fucsia. Parodi (2002) señala que la simbología del negro en el mundo occidental representa elegancia, respeto y seriedad, de igual manera lo reconfirma Knapp (1980) diciendo que el negro ocupa un lugar en la afectividad personal como autoridad y poder.

Liseth Cedeño es una presentadora que sobresale por su cuerpo moldeado y tonificado sin tener que hacer mayor sacrificio, su código comunicacional indica sensualidad, esto lo señala dos de tres integrantes del Grupo focal, pero al mismo tiempo posee una elegancia informal acorde con la programación, así lo dicen dos de tres integrantes. El objetivo de su código comunicacional es ser imagen del programa, pero también ser tomada como un modelo sensual juvenil y tranquilo.

4.7.- Conclusión del análisis de los códigos comunicacionales del vestir en las presentadoras de farándula.

Está claro que cada programa de farándula se identifica por su contenido periodístico, sin embargo, se busca la exclusividad para diferenciarse de la competencia mediante los elementos físicos como también del espectáculo. La mayoría de presentadoras de farándula comunican mediante el vestuario sensualidad y elegancia; cada prenda expuesta en los cuerpos femeninos es previamente elegidos según su “estilo de cuerpo” como lo dice María Leonor L. Las presentadoras de farándula al estar expuestas en la pantalla nacional se convierten en modelos a seguir para el televidente por la razón que la televisión otorga poder de idolatría hacia ciertas estrellas televisivas y es el público quien lo confirma.

Es interesante mencionar que el resultado que emana los códigos comunicacionales se ven reflejados en las personas que miran los programas de farándula, porque el individuo colectivo se visualiza en el vestuario manipulado por los medios de comunicación, como lo dice Debord (1988) la televisión transmite información que no puede ser reprochada ni reclamada por el televidente archivando los datos en su subconsciente.

Para obtener poder televisivo, se analiza ciertos temas sociales que el ser humano no puede evadir, como la búsqueda de identidad social; y con esto me refiero a sobresalir dentro de un grupo colectivo siguiendo leyes pre establecidas por la sociedad. La búsqueda implacable de un cuerpo perfecto ha ocurrido desde tiempos remotos porque es mediante nuestra primera naturaleza (cuerpo) que nos posicionamos desde una mirada comunicacional, he allí la razón del adorno ornamental. El fenómeno de la moda no ha hecho más que caminar silenciosamente con el ser humano para nacer cuando más se la necesito, desde ese momento se ha adherió en las carnes como una segunda piel convirtiéndose en el primer elemento habitable.

El vestuario dentro de los programas de farándula ejecuta un código comunicacional en su mayoría de sensualidad, por la razón que este código es manipulado sobre el cuerpo femenino, como dice Squicciarino (1990) el cuerpo de la mujer siempre ha estado envuelto en controversias por su forma y funcionalidad encapsulándolo en un tabú social por el mundo occidental. Las razones como lo dice el autor es que la libido sexual está mu-

cho más extendida en la mujer que en el hombre llamando su atención. Por esta razón existe un número mayor de presentadoras de farándula (espectáculo) identificadas por su cuerpo dentro de la televisión.

La razón de las diferentes opiniones sobre el vestuario televisivo se debe a las ideologías culturales de la persona, por esta razón el vestuario de farándula femenino para algunas personas es considerado “vulgar” atacando las leyes morales pre establecidas.

El vestido acobija simbologías dentro de un grupo social, de esta manera se llega a señalar el vestuario de correcto o incorrecto, tomando ítems de calificación el color, la textura, la tela, el corte y el cuerpo mismo. Muchas veces se critica el cuerpo y el vestido cuando se la ve desde una mirada sensual sin darnos cuenta que se crea una paradoja mental de oposición y seguimiento a la vez.

Recomendaciones

El código comunicacional del vestir debe ser utilizado correctamente para el espacio dirigido, porque el vestuario televisivo es el elemento más importante que posee el programa de farándula por la constitución que la forma. La aceptación que recibe un programa tiene que ver con el manejo correcto de elementos visibles comunicativos y es la audiencia quien lo determina correcto o no.

- Para el correcto uso de los códigos comunicacionales se debe basar en tres puntos fundamentales: conciencia vestimentaria, lugar de emisión y dirección al público.

Cuando hablamos de una conciencia vestimentaria nos referimos al manejo correcto del vestido que implica el conocimiento de la simbología de prendas, colores, texturas, tendencias y cuerpo. Al no existir o no ser manejada debidamente crea disputa o confusión para quien lo recepte. María Leonor L. indica que la aceptación de vestuario se ve reflejada en su mayoría en las redes sociales, donde día a día se postea un conjunto vestimentario recibiendo en su mayoría críticas positivas.

- El vestuario debe estar acorde con el lugar de emisión, debe de existir una conexión comunicativa que explique mediante el vestido el espacio televisivo, entonces es ahí cuando el cuerpo y el vestido pasan a convertirse en imagen conceptual del programa. Finalmente, para concluir un correcto manejo vestimentario se debe tener en cuenta el público al que se va a dirigir, ya que cada programación limita sus nichos y su target.



Conclusiones

El vestuario sin duda es un tema de conversación de donde se lo mire, y al hablar de vestuario televisivo se crea una oleada de opinión por las diferentes perspectivas, pero en este caso se ha realizado un análisis del vestir tomando tres diferentes ramas: cuerpo, sociología y medios de comunicación.

La simbología del vestido guarda en ella significados otorgados por cada cultura, símbolos que comunican mensajes ya establecidos donde la gente lee e interpreta para posicionarla dentro de la sociedad. Con este análisis se asienta las miradas de incertidumbre con respecto a ciertos códigos del vestir adoptados por varias presentadoras de la farándula a nivel nacional, ya que no cabe duda que la televisión es un medio placentero por explorar, es un mundo de libertad audio-visual que debe de ser manejado correctamente.

INFORME DE RESULTADO: CÓDIGOS COMUNICACIONALES DEL VESTIR EN LA TELEVISIÓN ECUATORIANA

CASO: PROGRAMAS DE FARÁNDULA CON MAYOR RATING NACIONAL

Los códigos comunicacionales utilizados en las presentadoras de farándula son objeto de estudio por la contradicción de comentarios acerca de su uso. De tal manera que se ha realizado un estudio minucioso ejerciendo una metodología cuantitativa debido a su universo de estudio. Las herramientas de análisis que forjaron esta investigación son la observación a profundidad, grupo focal, encuestas y entrevistas.

Las personas en nuestro diario vivir transmitimos información mediante la imagen corporal ya que se lleva en ella un sin número de simbologías atribuidas por la cultura y ejercidas por motivos sociológicos, complementando el código comunicacional con elementos no verbales como los gestos, los movimientos corporales, las posturas, el cuerpo, el maquillaje, entre otros. Hoy en día la moda se ha posicionado como conducto verbal entre la sociedad rindiendo culto a las apariencias.

En la actualidad son los medios masivos de comunicación que manejan el sistema del fenómeno de la moda manipulando la información hacia el consumidor, creando un mundo fantasioso y perfecto. En la televisión ecuatoriana, los programas de farándula manipulan el vestuario exhibiendo atuendos dentro de cuerpos modificados y tallados que pretenden llegar a la perfección de un canon establecido por la sociedad. ¿Pero porque se da la necesidad de un cambio vestimentario, si el vestido surge como protección corporal para satisfacer una necesidad? Fácil, el ser humano lleva consigo la necesidad de identificarse y sobresalir dentro de su grupo colectivo, para ello se expresa mediante el primer elemento habitable que es el vestido y entrega un poderío de información llegando a considerarse como la primera lectura personal de individuo.

Este trabajo de investigación contribuye con el análisis de los códigos comunicacionales de la vestimenta femenina utilizada en los programas de entretenimiento con mayor visualización ecuatoriana, donde nos ayudará a comprender mejor la comunicación expresada en las prendas de vestir. La contribución teórica realizada en este proyecto de tesis será para la vestimenta femenina, donde la complejidad de su universo de estudio limita a los ambos sexos.

El vestir dentro de presentadoras de farándula ejerce una carga pesada comunicativa, donde se señalada tres elementos de estudio cuerpo, sociología del vestido y programas de farándula acudiendo a diferentes fuentes bibliográficas para tratar temas sociológicos, culturales, corporales y televisivos. Para poder comprender mejor la comunicación que emana el vestido debemos tener en cuenta que es el fenómeno de la moda quien actúa de forma invisible proveyendo mediante sus prendas la simbología que necesita la persona para sentirse identificada y aceptada. Por esta razón la moda es considerada como frívola porque se introduce en la psiquis adquiriendo poder para embellecer ciertas partes corporales como también para ocultarlas, aunque exista solo en la mente.

Las prendas vestimentarias toman poder conjunto el ser humano evoluciona, según Jenkyn (2002) existen ocho elementos fundamentales que abarcan la concepción del vestido: utilidad, pudor, atrevimiento y adorno, diferenciación simbólica, afiliación social, autoestima y modernidad. Cuando hablamos de pudor señalamos que son normas establecidas por los grupos sociales que muchas veces no obedecer a una lógica dictada. Para poder hablar de códigos comunicacionales citamos a Zecchetto (2002) que dice que la moda suministra signos a los individuos y a los grupos para que, en interacción con otros construyan su identidad. Esta es una de las razones por la cual los individuos buscan la indumentaria porque se sienten protegidos para salir al mundo exterior. Mientras que Godart (2002) asegura que la identidad buscada dentro de la moda es "relacional", es decir que cada individuo puede tener múltiples identidades, públicas o privadas, formales o informales que se revelan a menudo dentro de un sistema de producción y reproducción social.

Entwistle (2002) dice que "El mundo social es un mundo de cuerpos vestidos. La desnudez es totalmente inapropiada en casi todas las situaciones sociales e incluso en situaciones donde se exhibe demasiada carne (en la playa, en la piscina, incluso en el dormitorio); es probable que los cuerpos que se encuentran en estas situaciones vayan adornados, aunque sólo sea con joyas o con perfume" (p.11). Porque el ser humano no puede estar

con el cuerpo desnudo totalmente, porque ha transformado el vestido en un elemento indispensable para la vida diaria.

Entwistle (2002) dice que “La ropa es la forma en que las personas aprenden a vivir en sus cuerpos y se sienten cómodos con ellos. Al llevar las prendas adecuadas y tener el mejor aspecto posible, nos sentimos bien con nuestros cuerpos y lo mismo sucede a la inversa: aparecer en una situación sin la ropa adecuada nos hace sentir incómodos, fuera de lugar y vulnerables” (p.12). Esto pasa continuamente cuando llevamos horas frente al armario para escoger nuestras mejores prendas y ser leídas como nosotros queremos que nos interpreten, no en vano rechazamos invitaciones cuando nos sentimos impropios con tal indumentaria.

La mujer constituye una de las lecturas más extensas y complejas de interpretar, según Squicciarino (1990) señala que la belleza del cuerpo siempre se ha adaptado al ideal momentáneo de los modelos estéticos de cada sociedad. La belleza de la silueta femenina se ha transformado mediante los años. Lo que en la actualidad se lucha por poseer un cuerpo cuidado y atlético, hace algunos años atrás se buscaba la extrema delgadez mientras que a principios de siglo XX la corpulencia era símbolo de belleza y de un buen estatus social.

Para el análisis de los códigos comunicacionales se ha acudido a entrevistar diferentes entidades expertas en el tema, como el Lcdo. Matías Zibell Comunicador social, Niurka Moncayo Productora de Vamos con Todo, Ivonne Ávila y María Elisa Padilla Presentadoras de entretenimiento en la ciudad de Cuenca, María Leonor L. Asesora de imagen del programa Vamos con Todo. Para poder acceder a la investigación de los programas de farándula se realizó una encuesta en la ciudad de Cuenca a cuarenta diferentes perfiles donde se obtuvo que los programas con mayor aceptación son Jarabe de Pico (6 votos), Vamos con Todo (6 votos), y de Boca en Boca (5 votos), mientras que las presentadoras que están en el top of mind: Paola Farías (6 votos), Dora West (9 votos), Marian Sabaté (12 votos), Adriana Sánchez (8 votos) y Liseth Cedeño (5 votos).

Según la entrevista realizada a la asesora de imagen María Leonor L. “la elección del vestuario es una acción previamente ejecutada y coordinada con el espacio televisivo porque se debe saber a quién y para quién se está vistiendo, por ejemplo, para la mayoría de presentadoras no es recomendable utilizar mucho el color blanco como el color negro porque opaca a la presentadora con el contorno televisivo. Las rayas finas tampoco

son recomendables porque la ropa se distorsiona cuando la cámara se acerca, ni cuadros pequeños ni estampados pequeños. (mayo, comunicación personal, 1 de mayo de 2018).

Para las presentadoras cuencanas María Elisa Padilla e Ivonne Ávila la importancia del vestuario está en reflejar frescura, comodidad y sensualidad, confirmando que el vestuario posee una carga distintiva entre la sociedad.

Es muy importante resaltar lo que María Leonor L. considera como estilo ya que no se enfoca en hacer relación con las prendas sino totalmente con el cuerpo de las presentadoras. Entonces definimos que el cuerpo va más allá de una simple imagen, es el dominante de la comunicación vestimentaria. Entwistle (2002) señala que el significado corporal es entregado por cada cultura y más no por su entidad biológica, el cuerpo femenino es mucho más discutible que el masculino por la sexualidad natural que emana sus curvas.

Para el Licenciado en Comunicación Matías Zibell la mujer es la chispa de los programas de farándula por su personalidad y su imagen corporal ya que es ella quien llama mucho más la atención por motivos sociológicos y culturales. Con esto me refiero que la mujer posee un atractivo mucho más poderoso ante el hombre

En la recolección de data se trabajó con una rúbrica establecida donde se menciona las variables de estudio cuerpo y vestido.

A continuación, la rúbrica trabajada.

Registro tipológico cuerpo y vestido de las presentadoras de farándula

Programa:

Canal:

Presentadora:

Mes:

Horario:

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	

VESTUARIO

Silueta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Estampado	Otros
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si	No								
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				

Paleta de color						Color C.			
Blusas	Transparencia		Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volúmen	Ajustado	Otros
Brasier	Bralete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasier	Otros			
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	

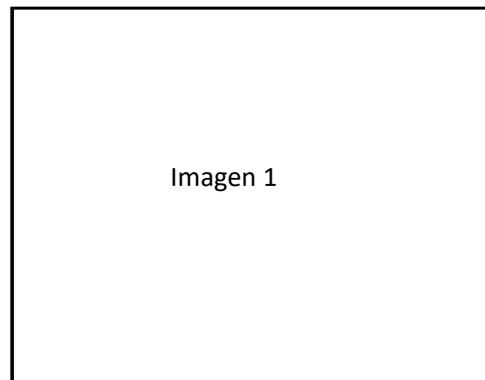


Imagen 1

Fecha

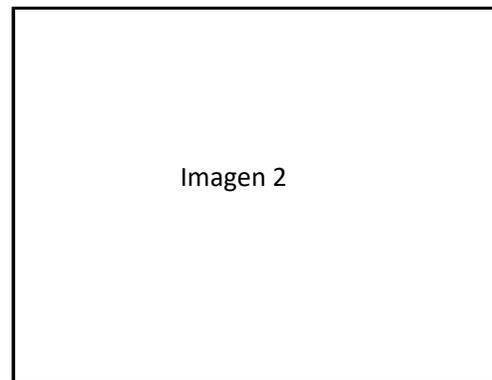


Imagen 2

Fecha



Imagen 3

Fecha

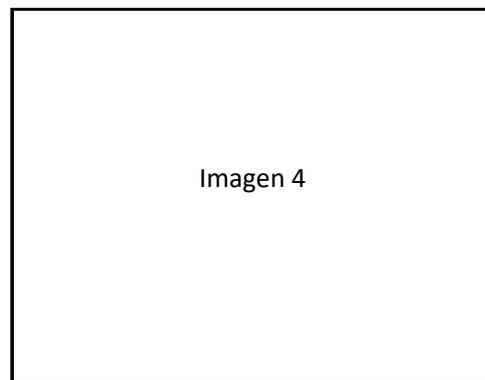


Imagen 4

Fecha

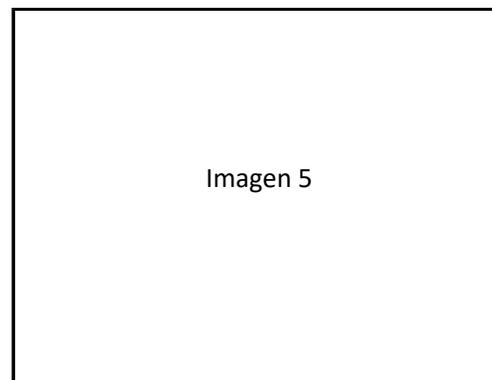


Imagen 5

Fecha

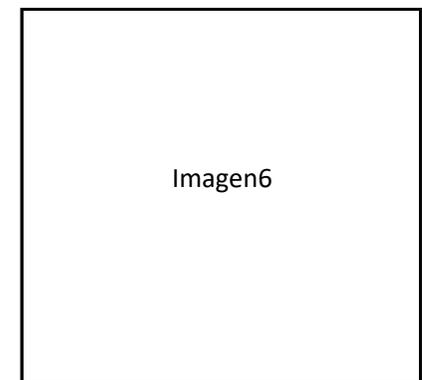


Imagen 6

Fecha

Es interesante mencionar que el resultado que emana los códigos comunicacionales se ven reflejados en las personas que miran los programas de farándula, porque el individuo colectivo se visualiza en el vestuario manipulado por los medios de comunicación, como lo decía Debord (1988) la televisión transmite información que no puede ser reprochada ni reclamada hacia el cerebro de quien lo mire archivando así en el subconsciente de la persona.

Para eso se debe de tener una conciencia vestimentaria en el momento que se construye el código comunicacional en las presentadoras de farándula teniendo en cuenta el lugar de emisión y la dirección al público .

El vestuario sin duda es un tema de conversación de donde se lo mire, por eso la simbología del vestido guarda en ella significados otorgados por cada cultura, simbologías explícitas que son interpretadas de acuerdo a las diferentes miradas. El propósito de esta investigación es aclarar el significado de los códigos comunicacionales al igual que el manejo de su uso en la sociedad.

Es interesante mencionar que el resultado que emana los códigos comunicacionales se ven reflejados en las personas que miran los programas de farándula, porque el individuo colectivo se visualiza en el vestuario manipulado por los medios de comunicación, como lo dice Debord (1988) la televisión transmite información que no puede ser reprochada ni reclamada por el televidente archivando los datos en su subconsciente.





R

Referencias

REFERENCIAS

GLOSARIO

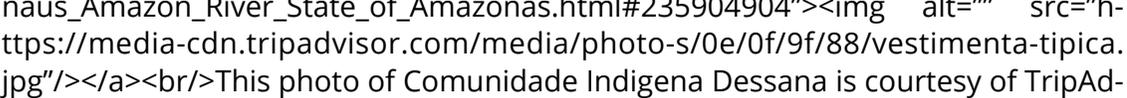
- **Efímero:** Que dura poco tiempo o es pasajero.
- **Sincrónico:** Que se produce o se hace al mismo tiempo que otro hecho, fenómeno o circunstancia, en perfecta correspondencia temporal con él, o con los mismos intervalos, velocidad o período que otro hecho, fenómeno, movimiento, mecanismo, etc.
- **Diacrónico:** Que se ocupa de un hecho, fenómeno o circunstancia desde el punto de vista de su evolución en el tiempo.
- **Megalomanía:** Actitud que tiene la persona que se comporta como si tuviera una posición social y económica muy superiores a las reales.
- **Estrafalaria:** Que llama la atención por su extraña apariencia o extravagante forma de pensar y actuar.
- **Omnicompreensivo:** Que lo comprende o incluye todo.
- **Inexorable:** Que no se puede evitar, eludir o detener.
- **Precepto:** Orden o mandato impuesto o establecido por una autoridad.
- **Secularización:** Desaparición de los signos, valores o comportamientos que se consideran propios o identificativos de una confesión religiosa.
- **Anexión:** Unión de una cosa a otra, de la que deriva o depende, especialmente de un Estado o de una parte de su territorio a otro.
- **Amonestar:** reprender a una persona por algo que ha hecho mal
- **Cortapisas:** Condición o problema que limita y dificulta la realización de una cosa.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA

- Bourdieu, P. (1996). Sobre la televisión. [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de: <https://existenciaintempestiva.files.wordpress.com/2014/03/bourdieu-sobre-la-television.pdf>
- Debord, G. (1988). Comentarios sobre la sociedad del espectáculo. [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de: <http://lhblog.nuevaradio.org/b2-img/DebordGuyComentarios.pdf>
- Entwistle, J. (2002). El cuerpo y la moda Una visión sociológica. [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de: <https://luisangelbejarano.files.wordpress.com/2014/01/6553449-joanne-entwistle-el-cuerpo-y-la-moda.pdf>.
- Godart, F. (2010). Sociología de la Moda. (Trade. A. Díaz). Buenos Aires. Edhasa, 2012. Jaramillo, C. (2016). Moda rápida y distinción social, análisis de los factores de consumo del usuario femenino en la ciudad de Cuenca.
- Jenkyn, S. (2002). Diseño de modas. (Trade. J. Santamaría). Barcelona. Art Blume, S.L.
- Knapp, M. (1980). Comunicación no verbal. (Trade. M. Galmarini). Barcelona. Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- MacDonell, N. (2004). EL VESTIDITO NEGRO. (Trade. M. Rodríguez). Buenos Aires. Emecé Editores S.A., 2004.
- Martínez, A. (1998). La moda en las sociedades modernas. Madrid: EDITORIAL TECNOS, S.A.
- Michavila, A. (2007). El lenguaje del vestido. [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de: <http://www.emicharles.net/wp-content/uploads/2017/07/El-Lenguaje-del-Vestido.pdf>
- Monneyron, F. (2005). 50 RESPUESTAS SOBRE LA MODA. (Trade. C. Zelich). Barcelona. Editorial Gustavo Gili
- Parodi, F. (2002). LA CROMOSEMIOTICA, el significado del color en la comunicación visual. [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/comunicacion/n3_2002/a07.pdf
- Saltzman, A. (2004). El cuerpo diseñado. Buenos Aires: Editorial Paidós SAICF.
- Squicciarino, N. (1990). El vestido habla. (Trade. J. Aja). Madrid. Ediciones Cátedra (Grupo Annaya, S.A.).
- Zecchetto, V. (2002). La danza de los signos. [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de: http://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=abya_yala

REFERENCIAS

BIBLIOGRAFÍA IMÁGENES

- Imagen 1: Recuperado de https://www.vogue.com/article/big-hair-bouffant-beehive-catherine-deneuve-cindy-crawford?mbid=social_onsite_pinterest
- Imagen 2: Recuperado de http://fotolector.diariovasco.com/2013/detalles.php?image_id=580
- Imagen 3: Recuperado de <https://www.xlsemanal.com/actualidad/20160913/cataclismo-la-fast-fashion.html>
- Imagen 4: Recuperado de https://www.tripadvisor.com/LocationPhotoDirectLink-g303235-d11880432-i235904904-Comunidade_Indigena_Dessana-Manaus_Amazon_River_State_of_Amazonas.html#235904904


This photo of Comunidade Indigena Dessana is courtesy of TripAdvisor
- Imagen 5: Recuperado de <https://www.taringa.net/posts/imagenes/19645308/Viejas-fotos-con-estilo.html?dr>
- Imagen 6: Recuperado de <http://www.aldia.com.ec/los-diablos-de-pillaro-bailaran-este-miercoles-en-guayaquil/>
- Imagen 7: Recuperado de <https://oliviasstyle.blogspot.com/2018/02/olivia-palermo-for-hola-fashion-magazine.html>
- Imagen 8: Recuperado de <https://www.ranker.com/list/vintage-photos/derrick-deane?page=3>
- Imagen 9: Recuperado de <https://www.okchicas.com/mujeres/razones-marlene-dietrich-original-femme-fatale-hollywood/>
- Imagen 10: Recuperado de <https://www.zara.com/?go=https%3A//www.zara.com/share/-c939015.html%3F>
- Imagen 11: Recuperado de <http://fancy-lifestyle.tumblr.com/post/91745665539>
- Imagen 12: Recuperado de <https://twitter.com/chicstudios>
- Imagen 13: Recuperado de <http://spectrumvivace.tumblr.com/post/98468766570/francesca-woodman-disordered-interior>
- Imagen 14: Recuperado de <https://www.wikiart.org/es/fernando-botero/spanish>

- Imagen 15: Recuperado de <https://kwekudee-tripdownmemorylane.blogspot.com/2012/09/tribal-facial-and-bodily-marks-in.html?m=1>
- Imagen 16: Recuperado de <https://www.playgroundmag.net/cultura>
- Imagen 17: Recuperado de <http://www.sarahburtonphoto.com/2474965-dancers>
- Imagen 18: Recuperado de <https://fororepublicano.wordpress.com/2010/09/13/el-poder-y-los-medios-de-comunicacion/>
- Imagen 19: Recuperado de <https://www.youtube.com/channel/UCx8qh7SHoms4f77k-NeylR2w>
- Imagen 20: Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BildlaPnMqY/?taken-by=ni-nera.farias>
- Imagen 21: Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BQ3nVu8l0DY/?taken-by=-dorawestoficial>
- Imagen 22: Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BjVqHIUFasJ/?taken-by=-mariansabatemorán>
- Imagen 23: Recuperado de <http://www.rts.com.ec/>
- Imagen 24: Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BhsamNegFMV/?taken-by=adrianasancheztv>
- Imagen 25: Recuperado de <http://www.infopowerecuador.com/de-boca-en-boca-entrega-galardones-a-lo-mejor-de-la-musica-2/>
- Imagen 26: Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BkNqz4hFVYH/?taken-by=lisscedeno1>

ANEXOS

Anexo 1

Preguntas realizadas en la entrevista Entrevista a vestuarista

1. ¿A cuántos programas de televisión usted asesora actualmente?
2. ¿En su opinión cómo se ejecuta la elección del vestuario en Vamos con Todo para las presentadoras femeninas?
3. ¿Para usted qué prenda es indispensable en el atuendo femenino de las presentadoras y por qué?
4. ¿Usted, como asesora de imagen maneja estilos de vestuario para las distintas presentadoras? De ser así cuáles serían estos.
5. ¿Cómo usted maneja la sensualidad en las prendas femeninas de las presentadoras?
6. ¿Usted escoge conjuntamente con las presentadoras el vestuario que usaran durante sus presentaciones?
7. ¿Piensa usted que la personalidad de las presentadoras influencia en el momento de escoger el vestuario?
8. ¿Al momento de escoger la indumentaria, se anticipa una identidad vestimentaria en cada presentadora?
9. ¿Qué tipo de prendas son las favoritas de las presentadoras?
10. ¿Cómo es el vestuario de acuerdo al concepto y al contenido del programa?
11. ¿Qué tipo de prendas son las menos utilizadas en los programas de farándula?
12. ¿Considera usted indispensable utilizar un atuendo pequeño y sensual para las conductoras?
13. ¿Cómo funciona la decisión de las presentadoras a la hora de escoger el vestuario?

Entrevista a las presentadoras de televisión

1. ¿Cuál es su prenda de vestir favorita al momento de salir en la televisión?
2. ¿Que busca usted transmitir mediante la vestimenta cuando está en televisión?
3. ¿Se siente usted identificada con el vestuario elegido en el momento de salir al aire?
4. ¿Qué prenda es la que menos afinidad tiene con su estilo? Por que
5. ¿En el momento de vestir que tiene más peso, el cuerpo o el vestido? Por que
6. ¿Cree usted que es indispensable vestirse de una manera sensual para presentarse en un programa de farándula?
7. ¿Conoce usted cuál es su estilo de moda al vestir para salir en televisión? Si o No
8. ¿Qué factores determinan su estilo, y que representa el mismo para usted?
9. Usted opina que los accesorios ayudan a mejorar el estilo de una presentadora
10. Su elección vestimentaria va adjunto con la de una asesora de imagen
11. ¿Existe alguna diferencia para usted en el usar pantalón o usar falda en el momento de salir al aire?
12. ¿El vestuario a elección depende del humor del día con el que este la presentadora?

Entrevista a personas afines al tema

1. Como cree que influencia el vestuario de una presentadora de televisión sobre la sociedad ecuatoriana
2. ¿En su opinión cual característica o características comunes poseen los(a) ecuatorianos(a)?
3. ¿Usted cree que el público ecuatoriano toma como referencia la actitud verbal y no verbal de las conductoras de tv? porque
4. ¿Cómo usted califica el manejo del cuerpo mediante los movimientos y gestos de las presentadoras de televisión?
5. ¿Piensa usted que la modificación del cuerpo de algunas presentadoras colabora con el éxito de su carrera televisiva? si- no. porque
6. Usted considera que el vestuario de las presentadoras es parte de la teatralidad del programa

Anexo 2

Modelo de encuesta al grupo focal

La vestimenta en los programas de farándula ecuatorianos

1. ¿Qué edad tiene usted?

2. Sexo

Hombre

Mujer

3. Usted...

Trabaja SI NO

En que.....

Estudia SI NO

Que estudia.....

Otros

Explique.....

4. ¿Usted mira los programas de farándula? Por qué

5. ¿Qué programa(s) de farándula ecuatoriano mira usted?

6. Nombre de 3 a 5 presentadoras de farándula en el Ecuador

-
-
-
-
-

7. ¿Qué opina del vestuario de las presentadoras de farándula?

8. ¿Le agrada a usted la vestimenta utilizada por las presentadoras de farándula?
Nombre alguno y por qué.

9. ¿Que percibe usted de la vestimenta femenina en las presentadoras de farándula ecuatoriana?

10. ¿Usted nota alguna diferencia en la vestimenta de las presentadoras de farándula de acuerdo al canal televisivo? Por qué

11. ¿Qué puede decir usted sobre del cuerpo de las presentadoras de farándula ecuatoriana?

La vestimenta en los programas de farándula ecuatorianos

1. ¿Qué edad tiene usted?
34 años

2. Sexo
 Hombre
 Mujer

3. Usted...
 SI NO
 Trabaja
 En que boutique
 SI NO
 Estudia
 Que estudia.....
 Otros
 Explique.....

4. ¿Usted mira los programas de farándula? Por qué
Porque me gusta

5. ¿Qué programa(s) de farándula ecuatoriano mira usted?
Vamos con todo

6. Nombre de 3 a 5 presentadoras de farándula en el Ecuador
 • Mónica Gabriela
 • Paola Maldonado

•
 •
 •

7. ¿Qué opina del vestuario de las presentadoras de farándula?
Se ven hermosas

8. ¿Le agrada a usted la vestimenta utilizada por las presentadoras de farándula? Nombre alguno y por qué.
Gabriela Pazmiña porque le cambia hermoso la vestimenta

9. ¿Que percibe usted de la vestimenta femenina en las presentadoras de farándula ecuatoriana?
La moda, hermosa

10. ¿Usted nota alguna diferencia en la vestimenta de las presentadoras de farándula de acuerdo al canal televisivo? Por qué
La Normal

11. ¿Qué puede decir usted sobre del cuerpo de las presentadoras de farándula ecuatoriana?
tienen bonito cuerpo

La vestimenta en los programas de farándula ecuatorianos

1. ¿Qué edad tiene usted?
35 años

2. Sexo
 Hombre
 Mujer

3. Usted...
 SI NO
 Trabaja
 En que.....
 SI NO
 Estudia
 Que estudia.....
 Otros
 Explique..... Quiero aprender

4. ¿Usted mira los programas de farándula? Por qué
Me gusta la decoración

5. ¿Qué programa(s) de farándula ecuatoriano mira usted?
Trabajo de pie

6. Nombre de 3 a 5 presentadoras de farándula en el Ecuador
 • Miguel Ceballos
 • Miriam Soto

• Don Wally
 •
 •

7. ¿Qué opina del vestuario de las presentadoras de farándula?
Algunas son bonitas

8. ¿Le agrada a usted la vestimenta utilizada por las presentadoras de farándula? Nombre alguno y por qué.
Paola Farías

9. ¿Que percibe usted de la vestimenta femenina en las presentadoras de farándula ecuatoriana?
Es muy exagerada

10. ¿Usted nota alguna diferencia en la vestimenta de las presentadoras de farándula de acuerdo al canal televisivo? Por qué
Algunos que son de televisión son más bonitas

11. ¿Qué puede decir usted sobre del cuerpo de las presentadoras de farándula ecuatoriana?
Por sus curvas

La vestimenta en los programas de farándula ecuatorianos

1. ¿Qué edad tiene usted?

40 años

2. Sexo

Hombre
Mujer

3. Usted...

Trabaja SI NO
En que Sector Público

Estudia SI NO
Que estudia.....

Otros

Explique.....

4. ¿Usted mira los programas de farándula? Por qué

Entre otros

5. ¿Qué programa(s) de farándula ecuatoriano mira usted?

Tacaróteles - De boca en boca

6. Nombre de 3 a 5 presentadoras de farándula en el Ecuador

• Daniela
• Fabiola Urtiza

• Domenica
• Marian
• Dina

7. ¿Qué opina del vestuario de las presentadoras de farándula?

Les gusta
Acorde a la imagen

8. ¿Le agrada a usted la vestimenta utilizada por las presentadoras de farándula? Nombre alguno y por qué.

9. ¿Que percibe usted de la vestimenta femenina en las presentadoras de farándula ecuatoriana?

Demuestran seguridad

10. ¿Usted nota alguna diferencia en la vestimenta de las presentadoras de farándula de acuerdo al canal televisivo? Por qué

11. ¿Qué puede decir usted sobre del cuerpo de las presentadoras de farándula ecuatoriana?

Vienen de la imagen por que tienen que saber salir y llamar la atención

La vestimenta en los programas de farándula ecuatorianos

1. ¿Qué edad tiene usted?

34 años

2. Sexo

Hombre
Mujer

3. Usted...

Trabaja SI NO
En que Psicología familiar

Estudia SI NO
Que estudia.....

Otros

Explique.....

4. ¿Usted mira los programas de farándula? Por qué

A veces por falta de tiempo no veo siempre

5. ¿Qué programa(s) de farándula ecuatoriano mira usted?

En contacto

6. Nombre de 3 a 5 presentadoras de farándula en el Ecuador

• Miriam Sorbato
• Mariela Viteri

• Jessica
• _____
• _____

7. ¿Qué opina del vestuario de las presentadoras de farándula?

Les falta elegancia

8. ¿Le agrada a usted la vestimenta utilizada por las presentadoras de farándula? Nombre alguno y por qué.

No mucho porque muestran mucho el cuerpo

9. ¿Que percibe usted de la vestimenta femenina en las presentadoras de farándula ecuatoriana?

Que va acorde al cuerpo

10. ¿Usted nota alguna diferencia en la vestimenta de las presentadoras de farándula de acuerdo al canal televisivo? Por qué

Si en un canal o programa se visten mejor. Y otros no

11. ¿Qué puede decir usted sobre del cuerpo de las presentadoras de farándula ecuatoriana?

Que menos es más

La vestimenta en los programas de farándula ecuatorianos

1. ¿Qué edad tiene usted?

24 años

2. Sexo

Hombre
Mujer

3. Usted...

Trabaja SI NO
En que Contadora

Estudia SI NO
Que estudia

Otros

Explique

4. ¿Usted mira los programas de farándula? Por qué

Entretención

5. ¿Qué programa(s) de farándula ecuatoriano mira usted?

Tarantulas

6. Nombre de 3 a 5 presentadoras de farándula en el Ecuador

- Aliciana Zorchez
-

41

-
-
-

7. ¿Qué opina del vestuario de las presentadoras de farándula?

Muy bonito llamativo

8. ¿Le agrada a usted la vestimenta utilizada por las presentadoras de farándula? Nombre alguno y por qué.

Aliciana Zorchez por me siempre está a la moda y viste bonito

9. ¿Que percibe usted de la vestimenta femenina en las presentadoras de farándula ecuatoriana?

llama la atención está y muy bonito llamativo

10. ¿Usted nota alguna diferencia en la vestimenta de las presentadoras de farándula de acuerdo al canal televisivo? Por qué

No

11. ¿Qué puede decir usted sobre del cuerpo de las presentadoras de farándula ecuatoriana?

Bonito - trabajado bien cuidado

La vestimenta en los programas de farándula ecuatorianos

1. ¿Qué edad tiene usted?

29 años

2. Sexo

Hombre
Mujer

3. Usted...

Trabaja SI NO
En que En Banco

Estudia SI NO
Que estudia

Otros

Explique

4. ¿Usted mira los programas de farándula? Por qué

Me gustan los chicos

5. ¿Qué programa(s) de farándula ecuatoriano mira usted?

De hora en hora

6. Nombre de 3 a 5 presentadoras de farándula en el Ecuador

- Naiara Sabato
- Dora Wark

42

- Paola Torres
-
-

7. ¿Qué opina del vestuario de las presentadoras de farándula?

No me agrada para nada

8. ¿Le agrada a usted la vestimenta utilizada por las presentadoras de farándula? Nombre alguno y por qué.

No es muy bonito

9. ¿Que percibe usted de la vestimenta femenina en las presentadoras de farándula ecuatoriana?

son muy llamativas

10. ¿Usted nota alguna diferencia en la vestimenta de las presentadoras de farándula de acuerdo al canal televisivo? Por qué

son más presentables

11. ¿Qué puede decir usted sobre del cuerpo de las presentadoras de farándula ecuatoriana?

son bonitas muchas ágiles

La vestimenta en los programas de farándula ecuatorianos

1. ¿Qué edad tiene usted?

45 años

2. Sexo

Hombre
Mujer

3. Usted...

Trabaja SI NO
En que Amplio Pasado

Estudia SI NO
Que estudia.....

Otros
Explique.....

4. ¿Usted mira los programas de farándula? Por qué

Como entretenimiento

5. ¿Qué programa(s) de farándula ecuatoriano mira usted?

De boca en boca
En serio

6. Nombre de 3 a 5 presentadoras de farándula en el Ecuador

• La Cecilia
• Verónica Torres

- Sofía Caiche
- Gabriela Pazmino
- Lucy Matamoros

7. ¿Qué opina del vestuario de las presentadoras de farándula?

Muy atrevido

8. ¿Le agrada a usted la vestimenta utilizada por las presentadoras de farándula? Nombre alguno y por qué.

No

9. ¿Que percibe usted de la vestimenta femenina en las presentadoras de farándula ecuatoriana?

Muy atrevida

10. ¿Usted nota alguna diferencia en la vestimenta de las presentadoras de farándula de acuerdo al canal televisivo? Por qué

No

11. ¿Qué puede decir usted sobre del cuerpo de las presentadoras de farándula ecuatoriana?

Hay bon amigas se
quedan por el trabajo
que descomponen

La vestimenta en los programas de farándula ecuatorianos

1. ¿Qué edad tiene usted?

12

2. Sexo

Hombre
Mujer

3. Usted...

Trabaja SI NO
En que.....

Estudia SI NO
Que estudia el colegio

Otros
Explique.....

4. ¿Usted mira los programas de farándula? Por qué

No mucho por que no
me llama la atención

5. ¿Qué programa(s) de farándula ecuatoriano mira usted?

Jarabe de pico
Encantado

6. Nombre de 3 a 5 presentadoras de farándula en el Ecuador

• Gabriela Pazmino

- _____
- _____
- _____

7. ¿Qué opina del vestuario de las presentadoras de farándula?

No por un lado respetar
como se visten, pero tienen que
tener prudencia en su vestuario.

8. ¿Le agrada a usted la vestimenta utilizada por las presentadoras de farándula? Nombre alguno y por qué.

No por que son muy
hacisistas

9. ¿Que percibe usted de la vestimenta femenina en las presentadoras de farándula ecuatoriana?

Que es muy
sexual y vulgar

10. ¿Usted nota alguna diferencia en la vestimenta de las presentadoras de farándula de acuerdo al canal televisivo? Por qué

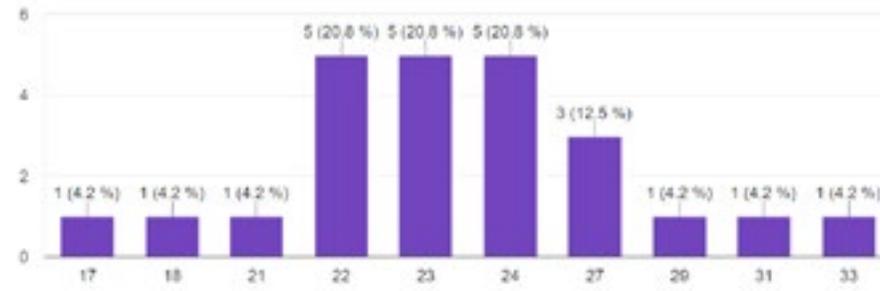
Si hay
En unos es más
chegante y otros
vulgares

11. ¿Qué puede decir usted sobre del cuerpo de las presentadoras de farándula ecuatoriana?

Lo natural es agradable
pero el exceso
de operación son
y es feo.

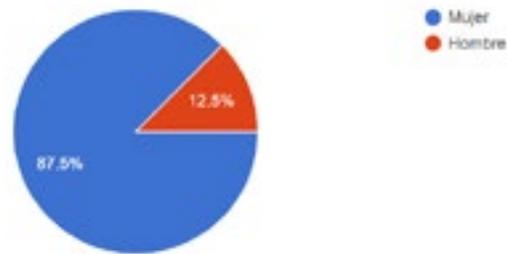
¿Que edad tiene usted?

24 respuestas



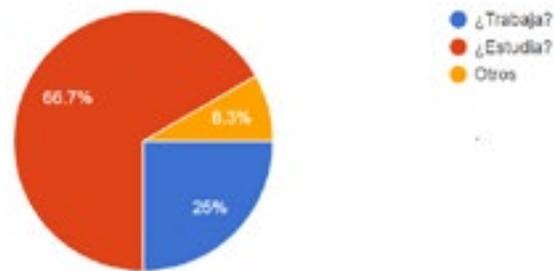
Sexo

24 respuestas



Usted...

24 respuestas



Anexo 3

¿Usted mira los programas de farándula ecuatorianos? Por qué

24 respuestas

No (3)
No mucho. A veces no hay que más ver
No por que en mi opinión no aportan nada positivo, veo TV lo mínimo posible
En ocasiones, porque existen horarios en donde los canales de televisión ecuatorianos solo transmiten programas de farándula
No, me parecen vulgares
No, no son de mi interés
Porque son programa entretenidos por su contenido
Si por el maquillaje y la vestimenta

No, por que no son d mi interés
No, me parece que no tienen un buen argumento
Si porque son entretenidos
No me agradan
A veces, cuando hay tiempo
No
No, xq no me parece que sea algo útil ni un aporte en educación a la ciudadanía
No los miro por que no me gustan sin embargo son programas conocidos
No, porque me parecen demasiado denigrante
Rara vez, si los miro es para observar la vestimenta de las presentadoras
A veces, pasan mucho en la tv

¿Que programas de farándula mira usted? Enumere

24 respuestas

Ninguno (5)
Ninguno (4)
En contacto (2)
Jaraba de pico
Vamos con todo
No he visto
Ninguno
Vamos con todo - faranduleros - bln - combate
Jarabe de pico

0
Vamos con todo
Vamos con todo, De boca en boca En contacto
A ninguna
La de teleamazonas después de las noticias hay uno.
No miro ninguno
ninguno

Nombre de 3 a 5 presentadoras de farándula ecuatorianas

24 respuestas

Mariela, paola farias, la bomba
Mariela Viteri, Marian Sabate, Flor Maria Palomeque
Adriana Sánchez Katherine Velastegui Paola Farias
Desconozco los nombres
Dora west gaby dias michela pincay

Gabriela guzmán- adriana sánchez - denisse Angulo - dora west - Paola Farias
Marina, dora,
Mariam Sabaté Paola Farias Carolina J
Gabriela Pazmiño Úrsula Estrengue
Paola Farias Gabriela Pasmíño La Bomba
Desconozco
Michela Pincha, Mariam Sabate
Paola Farias, Gabriela Pazmiño, Adriana Sanchez
No conosco
Marian sabate Dora West Adriana Sanchez

La bomba La caramelo El ccy Angelo baraona
Paola Farias Maria Fernanda Rios Dora West
Gabriela Pazmiño Adriana Sánchez Alejandra Jaramillo
Marian Sabate
No sé
Jhonathan estrada efrain ruales marian sabate
No conozco
michella pincay

¿Que opina del vestuario de las presentadoras de farándula?

24 respuestas

Bastante decente
Comercial
Bonito
Simple y con estilo
Mas o menos
—
Es un atuendo que aparte que está bien para su hora de transmisión, es una vestimenta apropiada para su silueta porque le ayuda a resaltar su figura.
En algunas es muy bonito

¿Le agrada a usted la vestimenta utilizada por las presentadoras de farándula? Nombre alguno y por qué.

24 respuestas

Mariela. Es muy discreta
No me disgusta
Adriana Sánchez tiene un bonito look
Algunas prendas resaltan su figura
Es muy tipicon

Me agrada la vestimenta utilizada por Adriana Sánchez ya que utiliza ropa muchas veces sale de lo común.
No sé pero hay algunos bonitos

No, muy sexistas
No, sumamente provocativa y vulgar
Si me parecen lindos los vestidos de las presentadoras
No lo sé
No
Gabriela Pazmiño, porque su manera de vestir es bastante sobria
No
No ninguno
Depende
En la mayoría no porque son en ciertos programas la vestimenta obscena
Me gusta el floreado, se ve moderno y elegante
No todos, hay algunas presentadoras que pasan de lo sexy a lo vulgar y presentadores con diseños exagerados
Depende, a veces sí, a veces no, este atuendo se ve bien a gusto personal
Ursula se viste bien t de acuerdo a su edad y temperamento
Ese vestido de flores se ve bueno, bonito y fácil de usar
no

¿Que percibe usted en la vestimenta femenina de las presentadoras de farándula ecuatoriana?

23 respuestas

Exhibe mucho
Falta de propuesta de diseño ecuatoriano de excelencia, estilismo y asesoría de images profesional
En ocasiones son correctos y otros totalmente fuera de lugar
Siempre vestidos de temporda
Muchos colores fuertes
A veces son muy exageradas
La combinación del color, además de los cortes de la prenda.
Cefida al cuerpo
Inadecuados
Vulgar
Son estilos provocativos
No lo sé
Se creen divas
En la mayoría de los casos suele ser bastante provocativa y un tanto vulgar
Sensualidad
no me parecen ya que no se maneja un estilo propio o fashionista sino solo se maneja moda muy comercial

Que no se visten de manera adecuada para la televisión
Utilizan prendas frescas acorde a su ciudad
Demasiado estampado
El atuendo que se muestra me parece cómodo, discreto, alegre
Algunas utilizan prendas no adecuadas para todo el publico
Buscan llamar la atención a sus cuerpos
recatada

¿Usted nota alguna diferencia en la vestimenta de las presentadoras de farándula de acuerdo al canal televisivo? Por qué

23 respuestas

No (2)
No se la verdad
Seguramente los más dirigidos a sectores populares se enfocan en sexualizar la imagen femenina (vulgar en ciertos casos)
Claro, sin duda tienes buenos asesores de imagen que vayan de acuerdo al programa y el horario en que transmitan
Todos son lo mismo
Muestra mucho
Por el público que lo ve
Realmente nó, ya que muchas veces ella se visten de acuerdo a la tiendas que le prestan ropa, y por ende muchas de esas prendas tienen similitudes en colores y corte que estén a la moda.
Si en algunos canales muestran más que otros
Si, depende la seriedad del canal
cada Presentador tiene un estilo diferente
Desconozco
No, casi todas salen enseñando todo
yo creo que eso depende mucho de la presentadora más no del canal
Si la unica diferencia esq depende el programa exhiben más sus atributos con atuendos reveladores
Depende el canal, entre mas "para pueblo" las vestimentas son más vulgares
No, en todos los programas es la misma vestimenta
No, casi todas salen enseñando todo
yo creo que eso depende mucho de la presentadora más no del canal
Si la unica diferencia esq depende el programa exhiben más sus atributos con atuendos reveladores
Depende el canal, entre mas "para pueblo" las vestimentas son más vulgares
No, en todos los programas es la misma vestimenta

Si existe diferencia en la vestimenta en los canales, en Contacto el estilo es elegante, fresco y no vulgar como en otros canales.

Si por ejemplo de teleamazonas siempre elegantes con colores divertidos sexys pero no vulgares, en cambio otros tienen color llamativos y vestimenta vulgar

No lo sé, no veo esos programas

Si mientras menos dinero el canal tiene menos ropa las presentadoras

clase

¿Qué puede decir usted sobre del cuerpo de las presentadoras de farándula ecuatoriana?

24 respuestas

Es muy esbelto y voluminoso

Generalmente súper voluptuoso por la razón de la pregunta anterior

Se tiene por lo general un solo enfoque, hacia mujeres delgadas, con partes atractivas voluminosas

Estilizados

Muy operadas

Plásticas

Las presentadoras por el mismo hecho que salen en pantalla, deben de cuidar su forma de verse, por ello muchas de ellas cuidan bastante su alimentación.

Tienen una linda figura que pueden exhibir las diferentes prendas.

Que no se operen los senos, no se trata de que se vean sus senos grandes sino de entretener a la gente con algo realmente bueno, y que los hombres no se excedan en llenarse de colores y accesorios en una sola parada, ellos también deben ser elegantes y no vulgares

En general puedo decir que son cuerpos irreales, modificados, muchos de ellos llevan mucha cirugía plástica más que ejercicio o una dieta saludable.

Todas siempre están esveltas

Es el típico cuerpo estilizado para la tv

operadas y vulgares

Tienen varias operaciones y otras hacen mucho ejercicio no todas son gorditas

No sé

Son tonificados

Las presentadoras de los canales ecuatorianos intentan cuidar su figura

Desconozco

Son operadas y extravagantes, no todas

que son muy bien trabajados

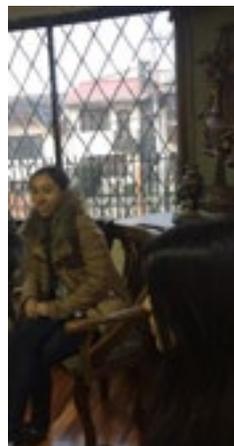
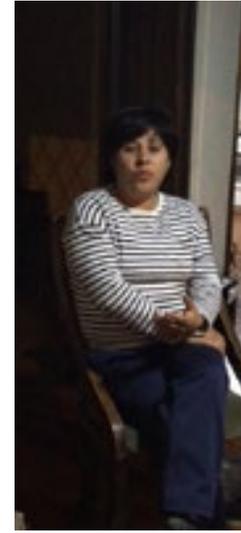
Que tienen un cuerpo perfecto

Demasiado voluptuosas y caen solo en el estereotipo sexy y provocador pero para el mercado que se maneja (guayaquil) es bastante aceptado a comparación de otras ciudades

Que son llenas de cirugía

Demasiada operación

Registro fotográfico del grupo focal



Anexo 4

Fabio Anludillo

Registro Tipológico

Este registro tipológico tiene la funcionalidad de registrar las características físicas y vestimentarias de las presentadoras de televisión de los programas de farándula ecuatoriano. El presente cuadro ayuda a encontrar la información necesaria para concluir con el análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión nacional.

Programa: *Tanba de Poo* Canal: *El Nueve*
 Presentadora: *Dora West* Fecha: *25/04/2017*
 Horario:

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodancia	Mejillas	Otros
Modificación corporal	Glúteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	

VESTUARIO

Silveta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Color	Otros
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si	No								
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				

Blusas	Transparencia	Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volumen	Color	Otros	
Brasler	Bralete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasler	Otros			
Faldas	A la rodilla	Encima rodilla	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	



Tomy Quibe Cabece

Registro Tipológico

Este registro tipológico tiene la funcionalidad de registrar las características físicas y vestimentarias de las presentadoras de televisión de los programas de farándula ecuatoriano. El presente cuadro ayuda a encontrar la información necesaria para concluir con el análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión nacional.

Programa: *Jade de P. Co.*
 Presentadora: *Dora West*
 Horario: *5pm a 6pm*

Canal: *Teleamazonas*
 Fecha:

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Glorica	Otros
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	

VESTUARIO

Silveta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Color	Otros
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si	No								
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeña	Espalda	Otros				

Blusas	Transparencia	Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volúmen	Color	Otros	
Brasier	Bralete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasier	Otros			
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	



LI dora west!

Caso F&B 10

Registro Tipológico

Este registro tipológico tiene la funcionalidad de registrar las características físicas y vestimentarias de las presentadoras de televisión de los programas de farándula ecuatoriano. El presente cuadro ayuda a encontrar la información necesaria para concluir con el análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión nacional.

Programa: *Unos de Pico* Canal:
 Presentadora: *Beda Torralba* Fecha:
 Horario:

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	

VESTUARIO

Siluetas	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Color	Otros
Pantalón	Capri	Jeon	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jeon	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si	No								
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				

Bleiss	Transparencia	Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volúmen	Color	Otros	
Brasier	Brasero	Transparencia	Omas	Copas	Sin brasier	Otros			
Faldas	A la rodilla	Encima rodil	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	



Taxiana Fariñas M.

Registro Tipológico

Este registro tipológico tiene la funcionalidad de registrar las características físicas y vestimentarias de las presentadoras de televisión de los programas de farándula ecuatoriano. El presente cuadro ayuda a encontrar la información necesaria para concluir con el análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión nacional.

Programa: *Jaque & Pico* Canal: *El Trece*
 Presentadora: *Pada Taxiana* Fecha: *22 de Abril 2018*
 Horario: *5pm 6pm*

Estatura	Pequeña	Mediana <input checked="" type="checkbox"/>	Alta		
Tez	Blanca	Morada <input checked="" type="checkbox"/>	Negra	Indígena	
Modificación facial	Labios <input checked="" type="checkbox"/>	Mentón	Ortodencia	Mejillas	Otros
Modificación corporal	Glúteos <input checked="" type="checkbox"/>	Cintura <input checked="" type="checkbox"/>	Busto <input checked="" type="checkbox"/>	M. Gástrica	Otros
Maquillaje	Sutil <input checked="" type="checkbox"/>	Exagerado			
Extensión corporal	Uñas <input checked="" type="checkbox"/>	Pestañas <input checked="" type="checkbox"/>	Tatuajes	Perforaciones	Otros
Manipulación capilar	Tintes <input checked="" type="checkbox"/>	Extensiones <input checked="" type="checkbox"/>	Peinado <input checked="" type="checkbox"/>	Otros	

VESTUARIO

Silüeta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual <input checked="" type="checkbox"/>	Informal	Holgado	Ajustado	Color	Otros
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual <input checked="" type="checkbox"/>	Elegante	Tela	Color	Otros	
Short	Ajustado <input checked="" type="checkbox"/>	Sensual <input checked="" type="checkbox"/>	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No								
Escote	Profundo	Hombros <input checked="" type="checkbox"/>	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				

Blusas	Transparencia	Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volumen	Color	Otros <input checked="" type="checkbox"/>	
Brasier	Brasero	Transparencia	Gomas	Copas <input checked="" type="checkbox"/>	Sin brasier	Otros			
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos <input checked="" type="checkbox"/>	Relojes	Puñeras <input checked="" type="checkbox"/>	Correa <input checked="" type="checkbox"/>	Otros	



ninera.farias

Registro Tipológico

Este registro tipológico tiene la funcionalidad de registrar las características físicas y vestimentarias de las presentadoras de televisión de los programas de farándula ecuatoriano. El presente cuadro ayuda a encontrar la información necesaria para concluir con el análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión nacional.

Programa: *Jarabe de Pico* Canal: *11*
 Presentadora: *Paola Farías* Fecha: *22 abril 2016*
 Horario: *5 PM*

Estatura	Pequeña	Mediana <input checked="" type="checkbox"/>	Alta		
Ten	Blanca	Mestiza <input checked="" type="checkbox"/>	Negra	Indígena	
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia <input checked="" type="checkbox"/>	Mejillas	Otros
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto <input checked="" type="checkbox"/>	M. Gástrica	Otros
Maquillaje	Sutil	Exagerado <input checked="" type="checkbox"/>			
Extensión corporal	Oñas	Pestañas <input checked="" type="checkbox"/>	Estatuajes	Perforaciones	Otros
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones <input checked="" type="checkbox"/>	Peinado	Otros	

VESTUARIO

Silveta	Reloj de A <input checked="" type="checkbox"/>	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual <input checked="" type="checkbox"/>	Informal	Holgado	Ajustado <input checked="" type="checkbox"/>	Color	Otros
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado <input checked="" type="checkbox"/>	Holgado	Sensual <input checked="" type="checkbox"/>	Elegante	Tela	Color	Otros	
Short	Ajustado <input checked="" type="checkbox"/>	Sensual <input checked="" type="checkbox"/>	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No								
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				

Blusas	Transparencia <input checked="" type="checkbox"/>	Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volumen	Color	Otros	
Brasier	Brasero	Transparencia	Gomas	Copas <input checked="" type="checkbox"/>	Sin brasier	Otros			
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada <input checked="" type="checkbox"/>	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras <input checked="" type="checkbox"/>	Correa	Otros	



Pablo Giron L.

Registro Tipológico

Este registro tipológico tiene la funcionalidad de registrar las características físicas y vestimentarias de las presentadoras de televisión de los programas de farándula ecuatoriano. El presente cuadro ayuda a encontrar la información necesaria para concluir con el análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión nacional.

Programa: *Jarabe de Pico* Canal: *Teleamazonas*
 Presentadora: *Paola Farias* Fecha: *Abril 22 - 2018*
 Horario: *5pm a 6pm*

Estatura	Pequeña <input checked="" type="checkbox"/>	Mediana	Alta		
Tez	Blanca	Mixta <input checked="" type="checkbox"/>	Negra	Indígena	
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
Modificación corporal	Glúteos	Cintura	Busto <input checked="" type="checkbox"/>	M. Gástrica	Otros
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas <input checked="" type="checkbox"/>	Tatuajes	Perforaciones	Otros
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado <input checked="" type="checkbox"/>	Otros	

VESTUARIO

Silüeta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo <input checked="" type="checkbox"/>	Pera	Triángulo Inv.					
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Color	Otros
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
Short	Ajustado	Sensual <input checked="" type="checkbox"/>	Elegante	Jean <input checked="" type="checkbox"/>	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No								
Escote	Profundo	Hombros	Corazón <input checked="" type="checkbox"/>	Pequeño	Espalda	Otros				

Bluas	Transparencia	Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volúmen	Color	Otros	
Brasier	Bralete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasier <input checked="" type="checkbox"/>	Otros			
Faldas	A la rodilla	Encima rodilla	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Sensiformal	Informal	Otros
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	



Fabrizio Arredondo

Registro Tipológico

Este registro tipológico tiene la funcionalidad de registrar las características físicas y vestimentarias de las presentadoras de televisión de los programas de farándula ecuatoriano. El presente cuadro ayuda a encontrar la información necesaria para concluir con el análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión nacional.

Programa: _____ Canal: _____
 Presentadora: _____ Fecha: _____
 Horario: _____

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
Tez	Blanca	Mixta	Negra	Indígena	
Modificación facial	Lubios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
Modificación corporal	Glúteos	Cintura	Busto	M. Glabílica	Otros
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	

VESTUARIO

Silüeta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Color	Otros
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si	No								
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				

Blinas	Transparencia	Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volumen	Color	Otros	
Brasier	Brailete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brailer	Otros			
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	



Tatiana Pirog

Registro Tipológico

Este registro tipológico tiene la funcionalidad de registrar las características físicas y vestimentarias de las presentadoras de televisión de los programas de farándula ecuatoriano. El presente cuadro ayuda a encontrar la información necesaria para concluir con el análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión nacional.

Programa: *De boca en boca* Canal: *TC*
 Presentadora: Fecha: *22 de Abril 2018*
 Horario: *3pm 5pm*

Estatura	Pequeña	Mediana <input checked="" type="checkbox"/>	Alta	
Tes	Blanca	Mestiza <input checked="" type="checkbox"/>	Negra	Indígena
Modificación facial	Labios <input checked="" type="checkbox"/>	Meñón	Ortodencia <input checked="" type="checkbox"/>	Mejillas
Modificación corporal	Glteos <input checked="" type="checkbox"/>	Cintura <input checked="" type="checkbox"/>	Busto <input checked="" type="checkbox"/>	M. Gástrica
Maquillaje	Sutil	Exagerado <input checked="" type="checkbox"/>		
Extensión corporal	Uñas <input checked="" type="checkbox"/>	Pestañas <input checked="" type="checkbox"/>	Tatajes	Perforaciones
Manipulación capilar	Tintes <input checked="" type="checkbox"/>	Extensiones <input checked="" type="checkbox"/>	Peinado <input checked="" type="checkbox"/>	Otros

VESTUARIO

Silveta	Reloj de A.	Rectángulo	Ovalo <input checked="" type="checkbox"/>	Pera	Triángulo Inv.				
Vestido	Maxi	Rodilla <input checked="" type="checkbox"/>	Encima rodilla	Elegante	Sensual <input checked="" type="checkbox"/>	Informal	Holgado	Ajustado	Color
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros	
Tacones	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No							
Escote	Profundo	Hombros <input checked="" type="checkbox"/>	Corazón	Pequeño	Espalda <input checked="" type="checkbox"/>	Otros			

Blusas	Transparencia	Mangas	Vuelos <input checked="" type="checkbox"/>	Estampados	Color	Volumen	Color	Otros
Braier	Bralete	Transparencia	Gomas	Capas	Sin braier	Otros		
Faldas	A la rodilla	Encima rodi.	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal
Accesorios	Collares	Anetes cortos	Anetes largos	Anillos	Relojes	Puberías	Correa	Otros



Andrés Rodas

Registro Tipológico

Este registro tipológico tiene la funcionalidad de registrar las características físicas y vestimentarias de las presentadoras de televisión de los programas de farándula ecuatoriano. El presente cuadro ayuda a encontrar la información necesaria para concluir con el análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión nacional.

Programa: _____ Canal: _____
 Presentadora: _____ Fecha: _____
 Horario: _____

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
			<input checked="" type="checkbox"/>		
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
	<input checked="" type="checkbox"/>				
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
	<input checked="" type="checkbox"/>				
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
			<input checked="" type="checkbox"/>		
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
	<input checked="" type="checkbox"/>				
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	
			<input checked="" type="checkbox"/>		

VESTUARIO

Silveta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Color	Otros
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>								
Tacones	Si	No								
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>								
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				
			<input checked="" type="checkbox"/>							

Blusas	Transparencia	Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volumen	Color	Otros	
						<input checked="" type="checkbox"/>			
Brasier	Bralote	Transparencia	Gemas	Copas	Sin brasier	Otros			
					<input checked="" type="checkbox"/>				
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
	<input checked="" type="checkbox"/>								
Accesorios	Collaras	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Cornas	Otros	
								<input checked="" type="checkbox"/>	



CAROLINA SANCHEZ

Registro Tipológico

Este registro tipológico tiene la funcionalidad de registrar las características físicas y vestimentarias de las presentadoras de televisión de los programas de farándula ecuatoriano. El presente cuadro ayuda a encontrar la información necesaria para concluir con el análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión nacional.

Programa: _____ Canal: _____
 Presentadora: _____ Fecha: _____
 Horario: _____

Estatura	Pequeña <input checked="" type="checkbox"/>	Mediana	Alta		
Tez	Blanca <input checked="" type="checkbox"/>	Mestiza	Negra	Indígena	
Modificación facial	Labios <input checked="" type="checkbox"/>	Mestón <input checked="" type="checkbox"/>	Ortodoncia	Mejillas <input checked="" type="checkbox"/>	Otros <input checked="" type="checkbox"/>
Modificación corporal	Gluteos <input checked="" type="checkbox"/>	Cintura <input checked="" type="checkbox"/>	Busto <input checked="" type="checkbox"/>	M. Gástrica	Otros <input checked="" type="checkbox"/>
Maquillaje	Sutil <input checked="" type="checkbox"/>	Exagerado			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros <input checked="" type="checkbox"/>
Manipulación capilar	Tintes <input checked="" type="checkbox"/>	Extensiones <input checked="" type="checkbox"/>	Peinado <input checked="" type="checkbox"/>	Otros <input checked="" type="checkbox"/>	

VESTUARIO

Sileta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.					
Vestido	Maxi <input checked="" type="checkbox"/>	Rodilla <input checked="" type="checkbox"/>	Encima rodilla	Elegante <input checked="" type="checkbox"/>	Sensual <input checked="" type="checkbox"/>	Informal	Holgado	Ajustado	Color	Otros
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No								
Escote	Profundo <input checked="" type="checkbox"/>	Hombros <input checked="" type="checkbox"/>	Corazón <input checked="" type="checkbox"/>	Pequeño <input checked="" type="checkbox"/>	Espalda <input checked="" type="checkbox"/>	Otros <input checked="" type="checkbox"/>				

Blusas	Transparencia	Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volumen	Color	Otros
Brasler	Bralete <input checked="" type="checkbox"/>	Transparencia	Gomas	Copas <input checked="" type="checkbox"/>	Sin brasler	Otros <input checked="" type="checkbox"/>		
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal
Accesorios	Collares <input checked="" type="checkbox"/>	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos <input checked="" type="checkbox"/>	Relojes <input checked="" type="checkbox"/>	Pulseras <input checked="" type="checkbox"/>	Correa	Otros



marlansabalemoran

Tati Cabrera

Registro Tipológico

Este registro tipológico tiene la funcionalidad de registrar las características físicas y vestimentarias de las presentadoras de televisión de los programas de farándula ecuatoriano. El presente cuadro ayuda a encontrar la información necesaria para concluir con el análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión nacional.

Programa: *Jarabe de Pico* Casa: *Teleamazonas*
 Presentadora: *Marian Sabate* Fecha:
 Horario: *5-6*

Estatura	Pequeña <input checked="" type="checkbox"/>	Mediana	Alta			
Tez	Blanca	Mestiza <input checked="" type="checkbox"/>	Negra	Indígena		
Modificación facial	Labios <input checked="" type="checkbox"/>	Mentón <input checked="" type="checkbox"/>	Ortodoncia <input checked="" type="checkbox"/>	Mejillas <input checked="" type="checkbox"/>	Otros	
Modificación corporal	Gluteos <input checked="" type="checkbox"/>	Cintura <input checked="" type="checkbox"/>	Busto <input checked="" type="checkbox"/>	M. Gástrica <input checked="" type="checkbox"/>	Otros	<i>NO, PREGUNTA</i>
Maquillaje	Sutil <input checked="" type="checkbox"/>	Exagerado				
Extensión corporal	Uñas <input checked="" type="checkbox"/>	Pestañas <input checked="" type="checkbox"/>	Tatuajes	Perforaciones	Otros	
Manipulación capilar	Tintes <input checked="" type="checkbox"/>	Extensiones <input checked="" type="checkbox"/>	Peinado <input checked="" type="checkbox"/>	Otros		

VESTUARIO

Silveta	Reloj de A. <input checked="" type="checkbox"/>	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo inv.					
Vestido	Maxi <input checked="" type="checkbox"/>	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Color	Otros
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros	<i>NO</i>	
Tacones	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No							<i>NO</i>	
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				

Blusas	Transparencia	Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volumen	Color	Otros	
Brasler	Brasleto	Transparencia	Gomas	Copos	Sin brasler	Otros		<input checked="" type="checkbox"/>	
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Cornos <input checked="" type="checkbox"/>	Otros	



Registro Tipológico

Este registro tipológico tiene la funcionalidad de registrar las características físicas y vestimentarias de las presentadoras de televisión de los programas de farándula ecuatoriano. El presente cuadro ayuda a encontrar la información necesaria para concluir con el análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión nacional.

Programa: *Jarabe de Pico*
 Presentadora: *MARA SOBATE*
 Horario:

Canal: *teleamazonas*
 Fecha: *22 / abril / 2018*

Estatura	Pequeña <input checked="" type="checkbox"/>	Mediana	Alta	
Tez	Blanca <input checked="" type="checkbox"/>	Mestiza	Negra	Indígena
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia <input checked="" type="checkbox"/>	Mejillas
Modificación corporal	Gluteos <input checked="" type="checkbox"/>	Cintura <input checked="" type="checkbox"/>	Busto <input checked="" type="checkbox"/>	M. Gástrica <input checked="" type="checkbox"/>
Maquillaje	Sutil <input checked="" type="checkbox"/>	Exagerado		
Extensión corporal	Uñas <input checked="" type="checkbox"/>	Pestañas <input checked="" type="checkbox"/>	Tatuajes	Perforaciones
Manipulación capilar	Tintes <input checked="" type="checkbox"/>	Extensiones	Peinado <input checked="" type="checkbox"/>	Otros

VESTUARIO

Silüeta	Reloj de A	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo Inv.				
Vestido	Midi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal <input checked="" type="checkbox"/>	Holgado	Ajustado	Color
Pantalón	Capri	Jeans <input checked="" type="checkbox"/>	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jeans	Informal	Tela	Color	Otros	
Tacones	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No							
Escote	Profundo	Hombros	Corazón <input checked="" type="checkbox"/>	Pequeño	Espalda	Otros			

Blusas	Transparencia	Mangas	Viveles	Estreñados	Color <input checked="" type="checkbox"/>	Volumen	Color	Otros
Brasiler	Bralete <input checked="" type="checkbox"/>	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasiler	Otros		
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal
Accesorios	Collares <input checked="" type="checkbox"/>	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos <input checked="" type="checkbox"/>	Relojes	Pulseras <input checked="" type="checkbox"/>	Correa	Otros



Como Esbo

Registro Tipológico

Este registro tipológico tiene la funcionalidad de registrar las características físicas y vestimentarias de las presentadoras de televisión de los programas de farándula ecuatoriano. El presente cuadro ayuda a encontrar la información necesaria para concluir con el análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión nacional.

Programa: *Jorjhe de Piz* Canal:
 Presentadora: *María Sabat* Fecha:
 Horario:

Estatua	Pequeña	Mediana	Alta		
Tez	Blanca	Mexica	Negra	Indígena	
Modificación facial	Labios	Menton	Otodoncia	Mejillas	Otros
Modificación corporal	Gluteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	

VESTUARIO

Siluetas	Reloj de A.	Rectángulo	Ovalo	Para	Triángulo Inv.					
Vestido	Maxi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Color	Otros
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si	No								
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				

Blusas	Transparencia	Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volumen	Color	Otros	
Brasler	Braslete	Transparencia	Gomas	Copas	Sin brasler	Otros			
Faldas	A la rodilla	Encima rodi	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	



maríasabatfemorán

Andrés Rodas

Registro Tipológico

Este registro tipológico tiene la funcionalidad de registrar las características físicas y vestimentarias de las presentadoras de televisión de los programas de farándula ecuatoriano. El presente cuadro ayuda a encontrar la información necesaria para concluir con el análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión nacional.

Programa: _____ Canal: _____
 Presentadora: _____ Fecha: _____
 Horario: _____

Estatura	Pequeña	Mediana	Alta		
Tez	Blanca	Mestiza	Negra	Indígena	
Modificación facial	Labios	Mentón	Ortodoncia	Mejillas	Otros
Modificación corporal	Glteos	Cintura	Busto	M. Gástrica	Otros
Maquillaje	Sutil	Exagerado			
Extensión corporal	Uñas	Pestañas	Tatuajes	Perforaciones	Otros
Manipulación capilar	Tintes	Extensiones	Peinado	Otros	

VESTUARIO

Silüeta	Reloj de A.	Rectángulo	Óvalo	Pera	Triángulo inv.					
Vestido	Masi	Rodilla	Encima rodilla	Elegante	Sensual	Informal	Holgado	Ajustado	Color	Otros
Pantalón	Capri	Jean	Ajustado	Holgado	Sensual	Elegante	Tela	Color	Otros	
Short	Ajustado	Sensual	Elegante	Jean	Informal	Tela	Color	Otros		
Tacones	Si	No								
Escote	Profundo	Hombros	Corazón	Pequeño	Espalda	Otros				

Buzos	Transparencia	Mangas	Vuelos	Estampados	Color	Volumen	Color	Otros	
Brasler	Brasler	Transparencia	Gomas	Copón	Sin brasler	Otros			
Faldas	A la rodilla	Encima rod.	Abajo rodilla	Ajustada	Holgada	Elegante	Semiformal	Informal	Otros
Accesorios	Collares	Aretes cortos	Aretes largos	Anillos	Relojes	Pulseras	Correa	Otros	



Anexo 5



Oficio No. 168-18. FD-UDA
Cuenca, 7 de mayo de 2018

Ingeniera
Grecia Salgado
Jefe de Marketing de TC-Televisión
Su despacho.-

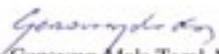
De mi consideración:

Por medio de la presente, solicito a usted comedidamente, se sirva considerar la solicitud de la estudiante *JUANA VALERIA FARFÁN QUINTUÑA*, con CI: 0105955108, alumna de la carrera de Diseño Textil y Moda, para que se le facilite la información correspondiente al rating del programa de farándula "DE BOCA EN BOCA" que se transmite en su prestigioso canal desde hace algunos años; datos que serán recopilados con la finalidad de desarrollar su trabajo de fin de carrera con el tema "Análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión ecuatoriana".

Cabe indicar que la información entregada será utilizada únicamente con fines académicos.

Agradezco anticipadamente la atención brindada a la presente y su gentil colaboración para con nuestros estudiantes.

Atentamente,


Dña. Genoveva Malo Toral, Mgt.
DECANA DE LA FACULTAD DE DISEÑO,
ARQUITECTURA Y ARTE

GMT/lma
Contacto: Juana_farfan1412@hotmail.com / Telf: 0983253720

Anexo 6



Oficio No. 169-18. FD-UDA
Cuenca, 7 de mayo de 2018

Ingeniero
Charles González
Jefe de Marketing de RTS-Canal de Televisión
Su despacho.-

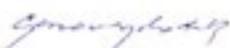
De mi consideración:

Por medio de la presente, solicito a usted comedidamente, se sirva considerar la solicitud de la estudiante *JUANA VALERIA FARFÁN QUINTUÑA*, con CI: 0105955108, alumna de la carrera de Diseño Textil y Moda, para que se le facilite la información correspondiente al rating del programa de farándula "VAMOS CON TODO" que se transmite en su prestigioso canal desde hace algunos años; datos que serán recopilados con la finalidad de desarrollar su trabajo de fin de carrera con el tema "Análisis de los códigos comunicacionales del vestir en la televisión ecuatoriana".

Cabe indicar que la información entregada será utilizada únicamente con fines académicos.

Agradezco anticipadamente la atención brindada a la presente y su gentil colaboración para con nuestros estudiantes.

Atentamente,


Dk. Genoveva Malo Toral, Mgl.
DECANA DE LA FACULTAD DE DISEÑO,
ARQUITECTURA Y ARTE

GMT/ma
Contacto: Juana_farfan1412@hotmail.com / Telf: 0983253720

Anexo 7

Abstract

Title: Communicational Codes of Clothing on Ecuadorian Television

Case-study: Entertainment programs with the highest national rating

Abstract

The data collection on the communication dress codes of Ecuadorian entertainment programs indicated that there is an incorrect use of the codes, detrimental to their programming in a way that generated dislike on the part of the viewer.

Given this, the following research project was proposed for what was intended to contribute to the correct dress management used by television presenters through an in-depth field analysis and bibliographic support in order to reflect that the communication codes must be used correctly according to the television station and its content.

Keywords: analysis, communication, wardrobe, society, communication codes, female body, sensuality, television show, fashion, symbol

Juana Valeria Farfán Quintuña

Student code: 70491

Silvia Narváez, Dsnr, MG.

Project Director



Translated by:
Arden Jasso