

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA:

COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL PROGRAMA “DE BOCA EN BOCA” Y LOS
ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINA**

AUTORES:

KARLA JAZMÍN HERRERA RODRIGUEZ

EDGAR RAMIRO ZAMBRANO PALACIOS

TUTORA:

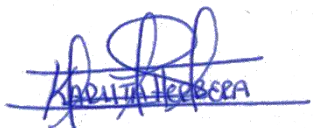
TANIA VILLALVA SALGUERO

QUITO, SEPTIEMBRE/ 2020

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Nosotros, Karla Jazmín Herrera Rodríguez con cédula de ciudadanía N° 172414231-8 y Edgar Ramiro Zambrano Palacios con cédula de ciudadanía N° 171884387-1, manifestamos nuestra voluntad y cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador; en virtud de que somos autores del trabajo de grado titulado: **ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL PROGRAMA “DE BOCA EN BOCA” Y LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINA**; mismo que ha sido desarrollado para optar el título de: Licenciado en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribimos este documento en el momento que hagamos entrega del trabajo final en digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Karla Jazmín Herrera Rodríguez

C.I 172414231-8

Quito, Septiembre/ 2020



Edgar Ramiro Zambrano Palacios

C.I 171884387-1

Quito, Septiembre/ 2020

DECLARATORIA DE COAUTORÍA DEL DOCENTE TUTOR/A

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el artículo académico, **“ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL PROGRAMA “DE BOCA EN BOCA” Y LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FEMENINA** realizado por Karla Jazmín Herrera Rodriguez y Edgar Ramiro Zambrano Palacios, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, septiembre/ 2020



Tania Francisca Villalva Salguero

Tutora de trabajo de investigación

C.I. 0502959224

Dedicatorias

A Dios por darme salud y permitirme culminar mis estudios, a mis padres por su apoyo incondicional, por su motivación constante, por haberme formado con reglas y sobre todo por darme tanto amor, a mis hermanos, a mi querida abuelita, a mi tía por ayudarme con el cuidado de mi hijo, a mi esposo porque a pesar de los momentos difíciles siempre ha sido comprensivo y me ha brindado su apoyo moral, gracias por ser mi compañero de vida, y en especial quiero dedicar este trabajo a mi hijo por ser mi fuente de inspiración y motivación, por ser mi motor para no rendirme y a mi mejor amigo Edgar, gracias por nunca dejarme sola, gracias por ser mi bastón en este camino.

Karla Herrera

Al culminar esta nueva etapa académica dedico mi trabajo a Dios por darme las fuerzas necesarias y la sabiduría para continuar con mis sueños, a mis padres por ser los pilares de mi vida porque pese a la distancia día a día se esforzaron para que yo salga adelante y no me faltara nada, a mis hermanos por sus consejos y aliento de no abandonar mi anhelo de ser profesional, a mis tíos por convertirse en mis segundos padres y darme la mano, a mis primos Jenny y Diego, a mis amigos por hacerme sentir como en familia junto a ellos y a mi amiga Karla Herrera, porque realizamos con esfuerzo este trabajo para culminar juntos esta carrera.

Edgar Zambrano

Agradecimiento

Gracias a la Universidad Politécnica Salesiana por acogernos en sus instalaciones y llenarnos de conocimientos, a nuestros docentes que desde el primer día fueron amigos y consejeros, en especial a la MSc. Tania Villalva que con sus conocimientos nos guió en el proceso de titulación de nuestra carrera.

Karla Jazmín Herrera Rodriguez

Edgar Ramiro Zambrano Palacios

Índice

1. Introducción	1
1.1 Discurso televisivo	1
1.2 Narrativa mediática	2
1.3 Prensa rosa, la farándula y el entretenimiento	3
1.3.1 La prensa Rosa en Ecuador	6
1.4 Concepción de belleza (Historia)	8
1.5 Medios de comunicación y la construcción de estereotipos	12
1.6 Caracterización del programa “de boca en boca”	14
1.6.1 “De boca en boca” y la belleza femenina.....	15
2. Metodología	17
3. Resultados	22
4. Conclusiones	32
5. Referencias	36
6. Anexos	40

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Programas de farándula en Ecuador</i>	7
Tabla 2 <i>Programas familiares con espacios de farándula</i>	8
Tabla 3 <i>Cuadro análisis diario del programa “De boca en boca”</i>	19
Tabla 4 <i>Cuadro análisis de segmento “Colita Farandulera”</i>	20

Índice de Anexos

Anexo 1/Análisis del programa – Diciembre	40
Anexo 2/ Análisis del programa – Enero.....	71
Anexo 3/ Análisis Colita farandulera.....	98
Anexo 4/ Análisis Colita farandulera.....	103
Anexo 5/ Análisis Colita farandulera.....	107
Anexo 6/ Análisis Colita farandulera.....	109
Anexo 7/ Análisis Colita farandulera.....	111

Resumen

Los medios de comunicación se focalizan en generar contenido diario para obtener rating, como estrategia de marketing crean segmentos para elevar la audiencia. En esta búsqueda del entretenimiento televisivo nace la farándula como un nuevo tipo de periodismo para entretener al espectador.

Quienes más ven estos programas de farándula son niños, jóvenes y señoras del hogar, pero, cuando existen segmentos en donde la mujer cumple el rol de modelo con poca ropa o en ropa interior, (esto pese a la prohibición de la Ley Orgánica de Comunicación Art.63), se unen los hombres con el objetivo de alimentar el morbo. Convirtiéndose la mujer en el eje de atracción principal, plasmándose así la ideología de cuerpo y poder.

La investigación se centra en el análisis de contenido del programa “De boca en boca”, mediante un estudio realizado a partir de la observación incorporando así el eje temático de narrativas audiovisuales y la línea investigativa de comunicación, lenguajes y estructuración de contenidos; para así comprender en qué medida este programa construye estereotipos de belleza femenina.

El programa analizado usa a la mujer como un *objeto* para llamar la atención de la audiencia; las presentadoras usan maquillaje exuberante y prendas de vestir que resaltan su cuerpo, los planos de cámaras se centran en estos aspectos *esenciales* resaltándolos en todo momento; esto se corroborara más durante el concurso denominado “Miss Colita Farandulera”, los planos se enfocan en sus glúteos, pechos, caderas, piernas y rostro; incrementado así los estereotipos de belleza femenina.

Palabras claves: mujer/ estereotipos/ cuerpo/ medios/ farándula.

Abstract

The media focus on generating daily content to obtain ratings, as a marketing strategy they create segments to increase the audience. In this search for television entertainment, entertainment is born as a new type of journalism to entertain the viewer.

Those who watch these entertainment programs the most are children, youth and ladies of the home, but, when there are segments where women fulfill the role of model with little clothing or underwear, (this despite the prohibition of the Organic Law of Communication Art.63), men unite in order to feed the morbid. Women becoming the main axis of attraction, thus shaping the ideology of body and power.

The research focuses on the content analysis of the "De boca en boca" program, through a study based on observation, thus incorporating the thematic axis of audiovisual narratives and the investigative line of communication, languages and content structuring; in order to understand to what extent this program builds stereotypes of feminine beauty.

The analyzed program uses the woman as an object to attract the attention of the audience; the presenters wear lush makeup and clothing that highlight their body, the camera shots focus on these essential aspects highlighting them at all times; This will be further confirmed during the contest called "Miss Colita Farandulera", the plans focus on her buttocks, breasts, hips, legs and face; thus increasing the stereotypes of feminine beauty.

Key words: woman / stereotypes / body / media / entertainment.

1. Introducción

1.1 Discurso televisivo

El origen de la televisión se da en el año 1870 cuando se descubre que con la variación de la conductividad eléctrica del elemento Selenio se puede hacer posible la transmisión de imágenes, en el año 1920 Vladimir K. Zworykin inventor americano desarrolla una máquina electrónica que es capaz proyectar 30 imágenes por segundo, en el año 1930 la BBC realiza la primera emisión en vivo.

La televisión es un medio de comunicación masivo, proporciona información y entretenimiento de manera mediática, es decir abarca a todas las masas; con la ayuda de la tecnología este sigue vigente y aporta interpretaciones de la realidad y gracias a la narrativa visual se puede construir ideas subjetivas mediante lo que ven, escuchan o leen.

La narratividad reviste cualquier contenido televisivo, organizando productos de distintos géneros y formatos, así como de distinta duración. Los programas ficcionales y también los documentales, informativos, deportivos y publicitarios organizan historias dividiendo a los personajes en héroes y villanos, en cenicientas y príncipes, en víctimas y salvadores, con conflictos, sorpresas y golpes de efecto. (Gordillo, 2009, pág. 11)

La televisión ha alcanzado en la sociedad un estado de mito como dice Barthes (1987) o más conocido como “metamedio” que es un instrumento que dirige conocimientos del mundo y la manera de conocer, este medio se ha incrustado en los imaginarios más profundos, el mensaje televisivo tiene poder sobre la realidad social, la importancia de esto está en el lenguaje que junta el código sonoro, lingüístico e icónico.

Sin duda la televisión tiene un precedente significativo, dado que en la cotidianidad en que estamos inmersos está llena de espectáculos, este tipo de entretenimiento tiene un poder de tal modo que se ha penetrado en nuestra cultura social todo esto debido a su percepción visual.

Para este tipo de entretenimiento los canales televisivos realizan prototipos que tengan relación con el Ratings según Imbert menciona que:

Las diferentes formas de la llamada “televerdad” o "reality show" (confesiones públicas, declaraciones amorosas, testimonios de escándalo, etc.) hacen participar a las personas de un auténtico "show" de los sentimientos: la mostración impúdica de las emociones y las pasiones es el nuevo espectáculo en una era de colapso de la comunicación. La mercantilización del dolor (emisiones documentales y argumentales donde prima la agresividad, la violencia y la desgracia) es otro modo de espectacularidad donde la información y su poder para conocer la realidad y para transformarla han sido sustituidos por el morbo, el cultivo de las emociones o la catarsis del espectador de televisión. (Imbert, 2015)

1.2 Narrativa mediática

La comunicación mediática según Lluís Duch (2010) es representada como mediación es decir, que permiten a los individuos el establecimiento de unas vinculaciones creativas con el pasado y que le permiten relacionarse con el presente y a su vez el ser humano construye la realidad (Morales, 2016, pág. 248).

La narración, entretenimiento y espectáculo es por hoy tradición y actualidad, las estrategias en las narrativas mediáticas no solo cuentan la representación sino el poder simbólico, es por ello que la narrativa mediática expresa dos fases comunicativas que son: la publicidad y el periodismo, así como los medios de televisión, radio y video.

En el año de 1835 hubo publicistas quienes notaron que era más entretenido leer noticias que columnas editoriales, es decir que un ser humano común prefería estar entretenido a que estar informado, en Estados Unidos en la década de 1830 los llamados “penny press” en adelante era periódicos baratos y concisos, cuyo concepto eran de noticias llamativas y a sangre fría, dado que allí la información era sobre crímenes y asesinatos, convirtiéndose así en la llamada prensa amarillista, así mismo los editores de dichas columnas se excusaban al decir que las personas prefieren leer más de siete columnas sobre un crimen que a leer un contenido bien estructurado; gracias a esto la prensa amarillista empezó a incrementar sus contenidos con este tipo de escritos.

La televisión como su nombre indica es ver desde lejos (tele), es decir, llevar ante los ojos de un público de espectadores cosas que puedan ver en cualquier sitio, desde cualquier lugar y distancia. Y el telespectador es más un animal vidente que un animal simbólico. Para él las cosas representadas en imágenes cuentan y pesan más que las cosas dichas con palabras. (Sartori, 1997, pág. 26)

Los medios de comunicación están regidos bajo un sistema económico (mercancía mediática), debido a esto los medios de producción están constantemente en una competencia con la finalidad de incrementar el rating y a su vez el capital económico.

1.3 Prensa rosa, la farándula y el entretenimiento

En el siglo XX, a inicios de los años 40, en España, surge una especie de género periodístico que en ese entonces era conocido con el nombre de crónica de salones, de allí nace el género periodístico catalogado hoy en día como prensa, en aquellas épocas se podían oír, rumores, chismes en reuniones que tenía en ese entonces la alta sociedad.

Es así como empiezan a surgir nuevas revistas que son especializadas en crónicas de salones, es decir en resaltar la vida de personas reconocidas en la sociedad española como: La Semana

Madrileña (1833-1855), Gente Conocida (1900-1903) o Vida Aristocrática (1919-1925). El fundador y director de ésta última fue el periodista Enrique Casal y Torrejimenó, que firmaba con el pseudónimo de León Boyd, y que también trabajó para El Heraldo de Madrid S.A, revistas que se definen por publicar la vida privada de los famosos, unos de sus objetivos es alcanzar el mayor rating en sus programas y llegar a un público pensado especialmente en mujeres.

En el periodismo actualmente a más de informar los sucesos que ocurren en la cotidianidad, se encuentra la *prensa rosa* que es un periodismo ligado a contar los hechos noticiosos, eventos o historias de los famosos, es más casual observar temas como rupturas amorosas, riñas entre personajes reconocidos del medio, giras, entre otros.

Es la prensa del espectáculo social es aquella que ahonda o se inserta en la vida de los demás, dando imagen de los más famosos y adinerados, en sus alegrías y penas, aireando la idea de que ellos también lloran. Son, sobre todo revistas que se miran y se comentan más que se leen. (Falcón, 1997, pág. 53)

Estos formatos televisivos tienen un propósito en particular que es *el entretenimiento*, a muchas de las personas les gusta ya que es una salida de despejar la mente y los lleva a otro mundo diferente de la realidad sobre las noticias reales que generan conmoción y preocupación

El término farándula etimológicamente se relaciona básicamente con quienes trabajan en teatro, ya que su objetivo principal es entretener al público y es lo que en general la farándula hace con sus telespectadores, mantener conectados a la audiencia a la expectativa de lo que sucederá con un tema de interés.

Esta cadena televisiva se ha convertido sin duda alguna en una rama informativa y de entretenimiento, basándose en la presunción de la imagen del famoso. Los programas de esta

índole venden al televidente sentimientos, y su vez mantienen al público entorpecido creándose una idea enmascarada de objetividad, sin embargo, algunos actores y periodistas expertos del tema se apegan a la idea de que la prensa rosa no tiene los mismos fundamentos que la especialización periodística. Según Pérez Curiel menciona que:

La apuesta de la televisión por los programas del corazón aumenta cada día. Sin embargo, un minucioso análisis sobre la multiplicación de este tipo de espacios, sobre su calidad, ética y veracidad, acerca de sus fuentes de información y de sus públicos, revela que hay PROGRAMAS ROSA con mayúsculas, frente a otros que ponen en evidencia la identidad de un sector rico y especializado en sus orígenes, que ha caído en el poder de la manipulación mediática, que vive por y para las audiencias. (Pérez C. , Enero, 2002, pág. 22)

La caracterización de los personajes que hacen prensa rosa tiene una peculiaridad que tiene que ver con la presencia física, la vestimenta, el rostro, entre otros. La información que emiten en los programas muchas de las veces son banales, no interesa la calidad de contenido y no poseen fuentes contrastadas, incluso la información a menudo es sacada por rumores dejando de lado la atención respectiva sobre códigos deontológicos aun cuando son responsables de ofrecer al telespectador información con ética.

La farándula se ha ido incrementando no solo en medios televisivo sino también en medios impresos, sin embargo, el contenido de la prensa rosa es más aplicable para el formato televisivo, aunque si bien es cierto la farándula tienen un poder de influencia frente a los medios de comunicación que rompe todos los estereotipos de modelo periodístico en sí.

El contenido de los programas de farándula son considerados como: *no constructivos para la sociedad*, ya que dicho formato se centra en comunicar sobre la vida privada de personas famosas ligadas al medio, de tal manera que lo único importante es obtener grandes beneficios económicos evadiendo sus responsabilidades.

Los medios de comunicación de masas actúan como sistema de transmisión de mensajes y símbolos para el ciudadano medio. Su función desde el mercantilismo es la de divertir, entretener e informar, así como inculcar a los individuos los valores, creencias y códigos de comportamiento que les harán integrarse en las estructuras institucionales de la sociedad. En un mundo en el que la riqueza está concentrada y en el que existen grandes conflictos de intereses de clase, el cumplimiento de tal papel requiere una propaganda sistemática. (Chomsky & Herman, 1990)

1.3.1 La prensa Rosa en Ecuador

En el Ecuador la cúspide de los programas de farándula empieza con una afiliación a estilos internacionales. En los años 90's la farándula llega al país partiendo en el canal actual RTS que en ese entonces se llamaba Telesistema transmitiendo el programa ¡Aló que tal América! desde el año 1988 hasta el año 2000, su contenido era en un principio ligado a concursos, sin embargo, poco tiempo después se va introduciendo la farándula a través de confidencias y comentarios de los presentadores del programa.

En el año 1997 en el canal de TC televisión nace un nuevo programa el cual fue descrito como el primer programa de farándula nombrado “La hora de Mariela” conducido por Mariela Viteri y Ángel Barahona. Para el año 2002 el renovado Canal Uno transmite el programa “Noche a noche con Marian”, conducido por Marian Sabaté, este programa se transmitía por las noche ya que su contenido farandulero tenían información y comentarios algo fuertes que hablan

básicamente sobre la vida privada de las figuras públicas del medio ecuatoriano, a eso se suma también el programa “Vamos con Todo” que ha sido el único programa que se ha mantenido en sintonía hasta la actualidad, así también otros programas de farándula se han ido incrementando con el tiempo, como: “Faranduleros” de Canal Uno; “De boca en Boca” de TC mi canal y el retirado programa de Teleamazonas “Jarabe de Pico”,

La farándula ha tenido tanto crecimiento en los últimos años que ciertos noticieros han introducido un espacio a la prensa rosa, tal es el caso de Ecuavisa que tiene un segmento de farándula nombrado “Gente”, así también Teleamazonas con “En Corto” y El Noticiero de TC mi Canal.

Esta prensa rosa o sensacionalista ha marcado en las opiniones y críticas de los telespectadores. Hoy, la prensa rosa que contiene información relevante sobre temas especializados en el espectáculo y la vida cotidiana de personajes mediáticos, se transforman a sensacionalistas y exagerados. (Loja N & Pillco P, 2019, págs. 38-39)

Existen muchos programas de farándula nacional que son transmitidos por redes sociales como YouTube, en la actualidad los que están al aire en la televisión ecuatoriana y que se dedican netamente a estos contenidos son:

Tabla 1

Programas de farándula en Ecuador

Programa	Canal	Horario
De Boca en Boca	Tc Mi Canal	15:00- 17:00 p.m
Faranduleros	Canal Uno	17:30-19:00 p.m
En Corto	Teleamazonas	14:00-14:15 p.m

Nota: Los horarios de transmisión pueden variar según criterios del canal.

Sin embargo, hay otros programas mañaneros de revista familiar que se dedican a incluir contenido de salud, moda y familia y dan un determinado espacio para la farándula como son:

Tabla 2

Programas familiares con espacios de farándula

Programa	Canal	Horario
Ya es medio Día	Canal Uno	12:00-13:30 p.m
En Contacto	Ecuavisa	10:30-13:00 p.m
Saboreando la mañana	Televiscentro	09:30-10:00 a.m
Café Tv	Ecuador Tv	08:00-10:00 a.m.
De casa en Casa	Tc Mi Canal	09:00-11:00 a.m.

Nota: Estos programa pueden variar el contenido según su productor.

En un inicio los programas realities fueron ideales para el nacimiento de “nuevas estrellas” desde la pantalla chica e incluso muchos de ellos hoy en día son presentadores o figuras publicas dentro de la televisión y programas ecuatorianos a quienes se les han denominado “chicos realities” nombrados por presentadores de la vieja escuela de programación farandulera, y son estos programas en los que se han germinado un cierto tipo de prensa rosa no solo por los personajes sino por la narrativa que en esta desarrollan.

1.4 Concepción de belleza (Historia)

Al igual que la moda, la evolución del canon de la belleza en la mujer ha tomado diferentes cambios con el pasar del tiempo, aquí se refleja cómo era tomado este concepto antes de los estereotipos que existen en el siglo XXI; ¿eran las mujeres de medidas perfectas, maquillaje exuberante y prendas ceñidas al cuerpo?

Los primeros referentes de belleza se encuentran en las pinturas del renacimiento conocido como el período de la búsqueda de la perfección, la belleza se relacionaba con el saber, y el ideal de este concepto fue tomado de la antigua Grecia donde extrajeron esta noción y la usaron en sus esculturas y pinturas, tomando a esta idea como bello. Kostan (2012) refiere a que “la noción de belleza está inextricablemente vinculada a la historia de la recepción, en general, de la cultura clásica” (págs. 12-14).

Durante el renacimiento (siglo XV), la belleza tenía una similitud a lo que se está viviendo en este siglo. Pareja (2010) describe que “el Renacimiento tiene un canon de belleza al mundo clásico, donde tenía su principal fuente estética” (págs. 5-10). Para entender este referente es necesario mencionar la pintura *El nacimiento de Venus* del pintor italiano Sandro Botticelli, donde se observa una mujer blanca y rubia con medias corporales perfectas, semejantes al ideal corpóreo del nuevo siglo.

El uso del corsé en aquellos tiempos marcó una tendencia de moda, usar esta prenda bien ajustada para moldear la cintura es sin duda el inicio de una ideología en donde llevar una cintura pequeña es bello ante los ojos de la sociedad.

El proceso de consolidación de la palabra belleza fue tomando más importancia con el tiempo, en el siglo XVI en la edad del Barroco, la apariencia y la coquetería iban de la mano:

De la cabeza a los pies, todo un batiburrillo de prendas ayudaba a realzar los encantos de la mujer y, en no pocos casos, a crearlos casi de la nada. De ahí al sarcasmo sobre moda tan festiva sólo mediaba un paso. (García P. M., 2004, págs. 165-170)

Es en esta época es donde nace la palabra “maquillaje”, los excesivos usos de: perfumes, lunares, pelucas (en hombres y mujeres), tacones, corsé entre otros. Fue el siglo donde la moda

tomó mayor impulso; como lo señala Martín García en su libro DE ESTÉTICA BARROCA: VESTIDO Y BELLEZA EN LA ESPAÑA DEL SIGLO DE ORO (2004); aparece la belleza artificial, en donde las mujeres tenían mayor reconocimiento por su apariencia más que por su nombre.

En el Rococó (XVII) las mujeres se destacan por ser delicadas y ligeras, pero sin apartarse de la sensualidad. Romero (2012) agrega que “el ideal de belleza vendría a trastocarse un poco, privilegiando la delicadeza de las poses y el rostro en cuerpos atados en corsés que ocultaban las curvas acentuadas” (págs. 22-25).

Durante este siglo, se enfatizó en aspectos que se pasaron por alto en los siglos anteriores, los gestos y el comportamiento elegante fueron incluidos en esta época, jugando un papel muy importante la mirada, por lo que la mayoría de pinturas de retratos del Rococó fueron pintados con ojos azules y la belleza de los cuerpos desnudos daban el acabado complementario para considerarlos como una verdadera obra.

Durante la época del Romanticismo (XVIII) los ideales de belleza se mantenían, pero los cambios se dieron en las pinturas. Eco describe que “se destacaba por la falta de ideales de belleza estética, era el periodo enmarcado por los ideales de política” (págs. 224-235). El papel de la mujer jugó un rol de sumisión y sufrimiento; la aparición de la tuberculosis como pandemia provocó que muchas féminas ocultaran su enfermedad con maquillajes, provocando la muerte de miles de mujeres.

En el siglo XVIII – XIX la mujer cambió los *hábitos* de belleza a *estereotipos necesarios* para poder estar bien. Stelles (2011) enfatiza en que “se construyó una imagen ideal de la mujer en la

que prevalecían los pechos prominentes, los hombros erguidos y el vientre enflaquecido” (págs. 9-19).

El siglo XX - XXI llega la estética, o más conocida como la ciencia de lo bello. Acerbi (2007) agrega que “El ser humano gusta de tener una presencia física armoniosa y equilibrada. Es natural el deseo de agradar a nuestros amigos; familiares o compañeros de trabajo” (págs. 49-52). Las cirugías empezaron a ser una buena alternativa para poder lucir bellas. De la noche a la mañana las mujeres podían cambiar cualquier parte de su cuerpo si no le agradaba.

La palabra “cirugía plástica” es algo común en estos tiempos; desde el punto de vista médico el término “plástica” proviene del griego -plastike- que significa “formar o apto para ser moldeado” por lo cual la belleza que se ve en la sociedad y por enfatizar más en los medios en algunos de los casos, es moldeada.

En pleno siglo XXI la tendencia por lucir *mejor* aún se mantiene e incluso ha trastocado hasta a los medios de comunicación; esta predisposición ha hecho que la mujer sea vista como objeto de atracción en sus estrategias de marketing para comercializar productos, e incluso como exigencias para permanecer en la palestra pública.

Uno de los programas que estereotipa el uso de la belleza femenina son los de farándula, que en el Ecuador son uno de los más sintonizados por el tipo de show mediático que se usa. Para tener mayor sintonía se usa como medio a la mujer con vestidos ajustados, figuras corporales perfectas y exuberante maquillaje, e incluso se crea segmentos para elegir a la mujer con los glúteos más grandes. Esto solo refleja como la tendencia del lucir bien ha evolucionado y se mantiene en la sociedad como algo necesario.

1.5 Medios de comunicación y la construcción de estereotipos

La comunicación es la esencia de la sociedad para poder intercambiar ideas, temas de discusión y generar opinión, este proceso comunicativo hace que el hombre se nutra de la información para la supervivencia; este transcurso dinámico ha sido un tema de estudio y de análisis para entender la influencia y el rol que realiza o tiene en la sociedad y su comportamiento en la misma; “la comunicación es la herramienta que usamos para: reproducir, mantener y transformar el significado de las cosas” (Arrugo, 2001, págs. 6-13).

El poder de los medios de comunicación es trascendente, a través de sus publicaciones digitales o escritos venden una realidad que a su vez puede ser ficticio con el fin de crear nuevos sentidos, gustos y sensaciones. Rincón (2006) refiere a que “La comunicación produce culturas mediáticas o red de significados colectivos de carácter público caracterizado por convertir a los medios de comunicación en nuevos territorios por los cuales viajar en la aventura de producir sentidos” (pág. 34).

Los medios de comunicación se enfocan en mantener la información precisa, se maneja la Agenda Setting para conservar a la audiencia conectada, la necesidad de lograr un rating elevado ha hecho que con el pasar del tiempo se vayan acoplando nuevos programas que incremente la audiencia o el público espectador; los segmentos de noticia, climas, hogar, deportes entre otros se han convertido en repetitivo y rutinario; a la necesidad de crear un tema de mayor consumismo nace la farándula.

La farándula surge como un segmento de programa en donde se cuestiona la vida de los personajes más relevante del mundo del espectáculo a nivel internacional, saber sobre sus futuras actuaciones en el medio, su vida social entre otros; en Latinoamérica se lo ha acoplado para dar a conocer la vida de los personajes del medio nacional e internacional.

En el artículo “La seducción de los programas de farándula” Souza hace referencia sobre cómo se vive en la actualidad los programas de farándula, señalando que “Es una experiencia reciente, una programación desinhibida, mercantilizada, socialmente negativa y éticamente ausente, cuyo único fin es de ganar audiencias para producir lucro” (págs., 5-17). Estos medios lo han llevado a otro extremo y no enfocan en contar su vida pública, sino que generan el problema y la controversia para tener contenido.

Esta manera innovadora de hacer noticia en el Ecuador está desapareciendo con el concepto real de -farándula-, aquel oficio que es para realzar la vida pública de las celebridades, sus conciertos, visitas, o cualquier otra índole que sea de interés para sus fanáticos.

El elemento fundamental de la farándula es el drama. Barbero (1992) señala que “el melodrama está arraigado especialmente en la cultura latinoamericana definiéndolo como mal gusto que se expresen una sensiblería en una exageración y vulgaridad” (págs. 60-64). Estos programas presentan las situaciones de estos personajes criollos, e incluso muchas de las veces son provocadas con el fin de aumentar el contenido del programa.

Las industrias culturales de masa son controladas por el poder del capital. Horkheimer & Adorno (1988) indican que “el sujeto de la industria es fácil de manipular y se convierte en un ser genérico, la ideología de la industria cultural es sin contenido, vaga y falta razonamiento” (págs. 18-23). Su visión pareciera estar enfocada en aumentar la productividad del medio, sin importar lo que tengan que hacer, y en esta pugna por mantenerse cómo líderes en sintonía buscan técnicas para atraer a la audiencia, la alternativa de la seducción y belleza se introducen en el campo mediático.

1.6 Caracterización del programa “de boca en boca”

En el año 2013 se abre un espacio para un segmento de farándula durante la emisión del programa informativo de *El Noticiero* llamado “de boca en boca” transmitido por TC Televisión Canal 10 con sede en Guayaquil, bajo la conducción María José Flores y años después se unió Marjorie Cevallos, durante este espacio se difundía información de los personajes del mundo del espectáculo y de los más relevantes a nivel nacional, se enfocaban en difundir sus conciertos, giras u otras actividades que realizaban.

El 01 de junio del 2015 TC Televisión lanza al aire el programa netamente de farándula llamado “de boca en boca”, sus conductores son: Miguel Cedeño (La cerecita del pastel), Lisette Cedeño (la psicóloga), Emilio Pinargote (fuera del programa), Silvana Torres (la veneno) y Mauricio Altamirano (El Cuy) y la reportera Alejandra Sánchez (la suka). Con este nuevo proyecto TC enfrentaba un gran reto, el de alcanzar una gran audiencia a nivel nacional de lunes a viernes en un horario de 13:30 a 15:00, mismo que fue cambiado con el tiempo.

Durante la trayectoria del programa “de boca en boca” han surgido varios cambios con el fin de incrementar la audiencia televisiva. Entre estos diversos segmentos creado por el productor Marlon Acosta, han sido polémica creada por los conductores del programa por lo cual han enfrentado ciertas demandas, como el caso del actor, David Reinoso, quien se lo involucró en una relación con un personaje mediático conocida bajo el seudónimo de la “Minnie Mouse¹”.

Los enfrentamientos entre personajes mediáticos nacionales en este programa es la característica principal. En el segmento “cara a cara con la cerecita” el conductor del programa,

¹David Reinoso presentó una denuncia a TC Televisión porque el canal habría incidido en la figura de “linchamiento mediático” en su contra vinculándolo sentimentalmente con Katty Basurto, popularmente conocida en la televisión nacional como la *Minnie Mouse*.

Miguel Cedeño, entrevista a sus invitados de una manera frontal con preguntas incómodas que han puesto molestos a sus entrevistados.

En febrero el programa emite un segmento llamado “colita farandulera” en donde un grupo de mujeres modelan en traje de baño mostrando sus cuerpos con medidas “perfectas” para poder llevarse el premio económico y ser reconocido como la fémima con el mejor cuerpo de la temporada, esta transmisión es hecha en un horario familiar y no se rige a los estatutos de 06:00 a 18:00 que requiere contenido sin sensacionalismo y sin escenas sexuales, según el Art 65 de la Ley Orgánica de Comunicación².

Uno de los puntos centrales del programa es el uso de estereotipos de belleza femenina que usan en las transmisiones; las presentadoras como regla general llevan vestidos apretados y cortos como una tendencia de moda y atracción, y esto no solo se aplica a las presentadoras sino también a las invitadas.

1.6.1 “De boca en boca” y la belleza femenina

La Real Academia Española (RAE) define un estereotipo como: “una imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas como representativa de un determinado colectivo”. La belleza de la mujer se lo ha tomado de la misma manera, el imaginario de perfecto encaja en aquellas mujeres, arraigado como una construcción cultural relacionando con las normas sociales, es decir el colectivo humanitario ha impuesto una ideología que con el pasar de los años ha tomado más importancia, en si ha desencadenado una relación entre cuerpo y sociedad.

2 Artículo 65, de Clasificación de audiencias y franjas horarias. A: Apta para todo público (Franja horaria de 06h00 a 18h00, para todas las edades). B: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta (Franja horaria de 18h00 a las 22h00, para edades de 0 a 18 años). C: Apta solo para personas adultas (Franja horaria de 22h00 a las 06h00, para mayores de 18 años)

En el siglo XXI se puede hablar del ‘rol del cuerpo’ en la sociedad “la identidad física es una dimensión que implica un proceso de apropiación del cuerpo transformado como reflejo de lo que somos” (Pérez. B, 2012, págs. 66-80). Esta transformación ha cambiado la noción del cuerpo a ideales sexuales misma que se ha adaptado de generación en generación.

El cuerpo en la sociedad se ha constituido en una racionalización y necesidad, aumentando los estándares, estereotipos y reglamentos de embellecer el cuerpo, tomando importancia a tal medida que la cultura moderna se ha adaptado a ella y se convierte en el objeto de poder. Con este cambio sobre el ideal de la corporeidad, los medios de comunicación movidos por el comercio adaptan estos patrones para generar y mover el mercado.

... existe un mercado de consumidores masivos que toma al cuerpo como su objetivo.

La publicidad moderna y el consumo contemporáneo se hallan mucho más organizados en derredor del cuerpo: su reproducción, su representación y sus procesos. El cuerpo es transformado en mercancía y pasar a ser el medio primordial para la manufactura y distribución de bienes. El mantenimiento del cuerpo y la sobrevivencia del cuerpo se han convertido en temas elementales. (Turner, 1989, págs. 16-17)

A este idea se une el programa “De boca en boca” siempre está buscando incentivar y crear nuevos programas para el aumento de la audiencia, y para esto la belleza y el cuerpo de la mujer es de mucha importancia creando segmentos de bailes, concurso de maquillaje, entre otros donde la apariencia física sigue siendo indispensable. Es decir este programa está arraigado a estándares de belleza creada por la sociedad como estrategia de venta e incremento de la audiencia.

2. Metodología

La metodología en la investigación comprende a todo el conjunto de elementos, pasos y técnicas que se utiliza para resolver la pregunta de investigación planteada, disipar la Hipótesis del tema y cumplir con los objetivos. Eramis (2003) afirma. “representa la manera de organizar el proceso de la investigación, controlar sus resultados y presentar posibles soluciones a un problema que conlleva la toma de decisiones” (págs. 16 - 45).

El análisis de contenido en la investigación científica comprende a la síntesis objetiva y composición de un tema propuesto; este procedimiento se basa en supuesto:

Se trata de una técnica que combina intrínsecamente, y de ahí su complejidad, la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los datos. Todo

contenido de un texto o una imagen pueden ser interpretados de una forma directa y manifiesta. (Andréu, 2018, pág. 2).

El enfoque de la investigación escogida para el tema “análisis de contenido del programa de boca en boca y estereotipos de belleza femenina” es el paradigma cualitativo porque “manifiestan una categoría o denominación única, si en un momento es un enunciado en otro no lo puede ser” (Avilés.V, 2010, págs. 125 - 126). Permitiendo obtener una concepción crítica del programa de farándula y comprender los rol de las mujeres en el mismo.

Se entiende por paradigma como “la expresión del modo que en un determinado momento tiene una comunidad científica de enfocar los problemas” (Noguero, 2002). Es decir de esta manera se entenderá de la noción y creencias del programa de farándula objeto de estudio, de las reacciones que se genera y posturas existentes.

La línea de investigación planteada para la orientación es: comunicación, lenguajes y estructuración de contenidos. El eje comunicacional permite analizar el contenido estructural del programa. La temática es de narrativas audiovisuales y el paradigma empleado será funcionalista. Cada uno de estos puntos permite establecer el tratamiento que da el medio de comunicación a las mujeres en el programa de farándula “de boca en boca”.

Las narrativas audiovisuales permiten entender el contexto televisivo y comprender las narrativas aplicadas en los programas. Castañeda (2018) define. “Las narrativas se fundamenta en los siguientes principios: La hipermedialidad, la convergencia, la digitalización, el modularidad, la automatización, la variabilidad, la propagabilidad y la interactividad" (pág. 118). Esto permite entender los roles de géneros y describir normativas en la televisión.

El paradigma interpretativo usa el método cualitativo porque es apropiado en la investigación comunicativa y social para interpretar contenidos. Giraldo, Naranjo, Tovar, & Córdova (2008) señalan que: “Es reconocida por su alto grado de instrumentalidad y pragmatismo, pues sus

autores no se limitaban a crear teorías, experimentaban con ellas y ofrecían recetas prácticas para que los mensajes de los medios consiguieran los efectos deseados” (pág. 36).

El tratamiento de la investigación se enfoca en los meses de: diciembre, enero y febrero del 2020. Cada día el programa emite su transmisión desde las 15:00 hasta las 17:30 por la señal de TC Televisión canal 10, la duración de programa es de dos horas y media al día por lo que se analizará un total de 60 horas comprendida en tres meses. Se realizó dos cuadros de análisis con categorías que ayudarán a interpretar el contenido del programa tomando como punto referente a la mujer.

Tabla 3

Cuadro análisis diario del programa “De boca en boca”

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Nombre de la presentadora	
FECHA DEL PROGRAMA:	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	
Comportamiento	

Posición de pantalla	
Tipo de publicidad/ Tono	
Tipo de comentario	

Adaptación Karla Herrera y Edgar Zambrano

Las categorías seleccionadas ayudarán a desglosar y de esta manera entender si el programa de farándula “de boca en boca” enmarca estereotipos de belleza femenina. Aguado (2004) señala que: “articula la estructura profunda de las cualificaciones y permite una caracterización modal básica de los sujetos y las acciones” (pág. 123).

Tabla 4

Cuadro análisis de segmento “Colita Farandulera”

ANÁLISIS

Fecha:

Modelo/ Concursantes	Enfoques de cámara	Reto	Análisis general
1.- (Nombre)	Plano/s		
2.- (Nombre)	Plano/s		
3.- (Nombre)	Plano/s		

Adaptación Karla Herrera y Edgar Zambrano

Para complementar la orientación investigativa de este trabajo, se realizó entrevistas a personajes del medio televisivo sobre los estereotipos de belleza femenina en los programas de farándula nacional. La entrevista ayuda a obtener datos más precisos y disipar la hipótesis:

Es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia educativa; y depende en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma. (Espinoza & Tascano, 2015, pág. 49)

La entrevista se la realizó a Rocío Dunn, productora de televisión, fue una de las pionera en insertar la farándula en el Ecuador, en su historial laboral como directora consta los desaparecidos programas de “Aló que tal América” y “Noche a Noche con Maríán”, reconocidos a nivel nacional por ser un tipo de show mediático de entretenimiento y polémica de sus invitados, fueron uno de los programas más vistos en aquellos tiempos a nivel nacional.

La opinión de Rocío Dunn, aporta a la investigación de este producto en el ámbito histórico y comparativo, para saber qué diferencias existe entre la farándula antigua y la actual, el rol de la mujer en la televisión nacional, estándares de belleza o estereotipos en los programas y cuerpo y poder.

Estos datos son obtenidos mediante una entrevista semiestructurada. Folgueiras (2013) agrega “se decide de antemano qué tipo de información se requiere y en base a ello – de igual forma- se establece un guion de preguntas... lo que permite recoger información más rica y con más matices” (pág. 3). Este tipo de entrevista es flexible para crear otras según vaya respondiendo el entrevistado.

Para complementar la investigación se realizó una entrevista a la comunicadora Fabiola Veliz, presentadora del programa “Faranduleros” transmitido por Canal Uno; su trayectoria en el mundo televisivo empezó en el programa “Calle 7” como competidora, luego como actriz de comedia en

una novela de TC Mi Canal y finalmente como conductora de programas. La opinión sirvió para saber el rol de la mujer en la farándula y cómo se vive los estereotipos de belleza femenina en este tipo de show mediático.

3. Resultados

“De boca en boca” es un programa de farándula nacional, donde en cada emisión publican notas resaltando la vida de los personajes nacionales, e incluso en ocasiones son quienes generan polémica para aumentar el contenido televisivo. Durante sus cinco años en la televisión ecuatoriana han creado diferentes segmentos para aumentar el rating utilizando despliegue técnico y personajes como centro de atracción, en especial donde se involucre la belleza, estereotipando a la mujer como punto de atracción.

En el mundo televisivo el entretenimiento juega un rol importante para mantener la sintonía dentro de un medio de comunicación, según Foucault en su libro de “la teoría del entretenimiento” la sociedad se ha modernizado dando origen al hiper-consumo; Esto ha conseguido. Martínez (2011) especifica que se “modifica tan profundamente los estilos de vida y los gustos, las aspiraciones y las conductas de tantas personas en tan poco tiempo” (pág. 7). Es decir el cuerpo femenino se ha simbolizado con la modernidad dando origen la esfera de la división público privado.

En el programa objeto de estudio, como norma base para salir al aire es la *presencia física* de los presentadores e invitados convirtiéndose en una regla inquebrantable. Los estereotipos de belleza femenina es evidente; la seducción de la mujer es fundamental como punto de atracción. Garcia (2009) señala que “la sociedad enseña a las mujeres a medir el logro, la satisfacción y la importancia personal en términos de apariencia física, pero este mito fija cánones de belleza inalcanzables para la mayor parte de las mujeres” (págs. 14-25).

De los personajes seleccionados para la investigación, es evidente los estereotipos de belleza enmarcados dentro del programa, *Silvana Torres* y *Lisette Cedeño*, siempre lucen atuendos cortos, que, al inicio de cada programa las cámaras lo hacen resaltar ya que se usan planos de cámaras centrándose en sus: piernas, bustos, sonrisa y cintura; mismas que en la mayoría de veces quedan expuestas a simple vista por las dimensiones de sus vestuarios.

Además otro punto para añadir a la construcción de estereotipos de belleza que maneja el programa, es el uso del maquillaje; las presentadores cuando se refieren a temas de *look* y *fashion* recaen en que el maquillaje es la esencia del mujer, construyendo así un modelo a seguir a través de estereotipos; transformando un ideal de belleza y generando sensaciones de perfección de cuerpo y rostro a sus seguidoras, que en muchas de las veces son menores de edad debido al horario de transmisión.

Añadiendo otro ejemplo en donde se evidencia que este programa presenta estereotipos de belleza femenina, este creó un segmento llamado el “look de los famosos” en donde han invitado a personajes conocedores de moda, se presentan a famosos del medio nacional durante la premiación de un concurso de canto creado por el canal, se hace una *crítica* sobre cómo se han vestido y todos se centran en que la vestimenta debe resaltar el cuerpo y sobre todo de la mujer al igual que el maquillaje.

En relación a lo anterior, se resalta como el programa realiza un espacio para enfocarse en la manera de cómo vestir y recaen en el mismo punto; la mujer debe resaltar su figura en el vestido que usa, e incluso añaden que la presentadora *Lisette* usó un vestido que no hacía que sus bustos resalten, otras de las cosas que se enfocó es sobre el maquillaje, manifiestan en la necesidad de estar bien presentada para cualquier show, que es la *esencia* y *necesidad* de la mujer.

La televisión tiene la facilidad de manejar la conducta de las personas a través de lo que transmiten los medios, es decir incide en el público. Ferrer (1992) indica que “esta incidencia es de tal magnitud que, se refleja en una serie de rasgos actitudes y comportamientos de la sociedad, tomados de la propia televisión como fenómenos de la vida colectiva” (pág. 145).

Es evidente que con estas acciones haya un cambio de conducta en quienes ven este programa, se integra en su vida cotidiana y hace que se perciba diferente y anhela en convertirse en lo que ve en la TV, pero el gran error es que las niñas cambian sus juguetes por ropa y accesorios de belleza que la hacen ver “mejor”, las adolescentes ya no quieren el disco de su grupo favorito, son atraídas por la moda y el maquillaje que cubren una realidad totalmente diferente a la que viven.

Existen roles muy enmarcados en este programa, algo típico en casi todo los medios de comunicación. Por lo general siempre el hombre se muestra como una persona inexpresiva, de sonrisa contenida, gestos duros y poco participativo, a diferencia de la mujer que todo lo contrario es: expresiva, sonriente, gestos sensuales y delicados y modela. Esto hace que sea apta para algún tipo de publicidad, en sí es una forma de estereotipar a las personas.

Dentro del programa el presentador *Miguel Cedeño* tiene la posta a la hora de conducir, es el que más opina y comenta desde su postura e incluso él realiza más coberturas; las dos mujeres

en el programa ocupan un según plano, el de dar las menciones y generar comentarios relacionados desde su experiencia como mujeres.

A partir de los cuadros de análisis se demostró que el rol que desempeña la presentadora *Lisette Cedeño* es el de modelo de los producto publicitarios; por lo general siempre lo hace modelando, bailando o lo apega en una parte de su cuerpo, *Cedeño* solo realiza promoción de productos y comentarios, ya que no realiza coberturas ni notas debido a que es psicóloga y no un profesional de la comunicación.

La publicidad debe ser llamativa para que genere de interés para quien lo ve. García (2009) añade que “el eslogan es el recurso verbal de mayor carga semántica dentro del texto publicitario. Está muy sintetizado y la carga de significado que transporta lo convierte en vehículo frecuente de estereotipia” (págs. 19 - 22); En el programa esto es muy evidente cuando la presentadora *Lisette Cedeño* interactúa en la publicidad de pasteles “Dolupa”, sus gestos son seductores e incluso para probar el producto lo hace de una forma sensual y hasta un poco estimulante.

El objetivo de la publicidad en los programas de televisión es de atraer la atención de la audiencia, estimular las necesidades y el consumo, para Clemente Ferrer en su libro “La publicidad una teoría humanística de su estructura, método y técnica”, se necesita de estrategia de marketing al momento de vender un producto, se puede acudir a la propia experiencia de quien lo promociona. Es precisamente lo que realiza la presentadora *Silvana Torres*, las menciones de productos caseros de cocina, electrodomésticos y de cuidado de bebés son casi su exclusividad debido a su experiencia como ama de casa.

En uno de los programas la presentadora conocida como ‘La veneno’ se siente intimidada al recibir comentarios sobre su vestimenta, añadiendo que “no es nada sensual” además que la encargada de vestuario es la responsable del corto de su vestido, es decir, desde el punto de vista

crítico, se impone como regla general por parte del canal la vestimenta corta o ceñida a las presentadoras pese a la opinión que ellas tengan sobre el vestuario.

Las estrategias televisivas son usadas para completar el tiempo de duración del programa, en su mayoría se tratan de concursos donde participantes exponen sus dotes artísticos para ganar un determinado concurso. En el programa de boca en boca cada año crea un segmento

El segmento “colita farandulera 2020” se realiza en el mes de febrero como pretexto de la temporada carnavalera, este nace como estrategia de entretenimiento en el programa “De boca en boca” que consiste en seleccionar a la mujer con los glúteos más grande, un grupo de señoritas son seleccionadas, mismas que deben enfrentarse en varios retos para llegar a tener el tan apreciado premio o solo ser reconocida como la mujer con los mejores glúteos del país.

Para el análisis del concurso “colita farandulera” se realizó una tabla de análisis (Anexo 3) con diferentes categorías que ayudarán a desglosar los retos y su incidencia en los estereotipos de belleza femenina; se hizo una crítica de los planos usados y cómo se desarrolla este segmento mismo que ha generado controversias por el contenido erótico en un horario familiar.

Los códigos visuales o planos de cámara, ayudan a dar un realce y proximidad al *objeto* que se quiere presentar. Durante el segmento “colita farandulera” este *objeto* a resaltar son las *curvas* de las candidatas; cada una hace su presentación ante las cámaras, como regla general deben modelar por la pasarela y en traje de baño, uno de los planos que más se utiliza es el primerísimo primer plano mismo que es empleado para resaltar sus glúteos.

Según la LOC (Ley Orgánica de comunicación del Ecuador) en el artículo 65 sobre Clasificación de audiencias y franjas horarias, añade que se: “Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se

podrá difundir programación de clasificación "A": Apta para todo público". Al parecer en este programa no cumplen con lo estipulado en la ley, ya que en el segmento analizado usan imágenes no aptas para menores y lo hacen en un horario familiar.

Durante la segunda semana de febrero (Anexo 4) el programa crea el primer reto para las candidatas, ellas deben promocionar un producto seleccionado, como reglas del concurso se establece que deben estar en traje de baño y usar sus *dotes artísticas* para vender el producto, el jurado debe evaluar quien es la que mejor lo hizo.

Cada una hace su presentación, la lucha por ganar el reto y evitar ser eliminada es evidente, todas usan como estrategia la seducción. Al momento de hablar lo hacen un código sonoro o tono de voz muy delicado, el producto a promocionar es llevado casi siempre a su cuerpo, bailan con él, lo ven y posan; dan un rol importante a la atracción a través del cuerpo, es decir una vez más se evidencia la importancia de la corporeidad y belleza para poder obtener lo que anhelan y generar mayor atención.

Una sociedad se construye conforme avanza la modernidad. La televisión forma gran parte de esa construcción, personifica un anhelo o deseo y lo transmite como real, la mente es seducida a través de la vista y lo percibe como propio transformando un ideal o un tipo de cultura adaptando nuevas formas de vivir. Muchos programas que transmiten contenido donde la mujer es usada como objeto de belleza, cambian el ideal de las niñas y adolescentes, queriendo convertirse en lo que ven con el fin de ser el centro de atracción.

En las últimas semanas del concurso las postulantes al concurso "Colita farandulera" cuyo eslogan y promoción del segmento es "En busca de la mejor colita del país" se realizaron tres nuevos retos: pasarela extrema (modelar por una reducida pasarela), propia producción

(maquillarse y elegís vestuario personalmente) y traje típico (representar con un traje a la provincia que pertenecen).

En el reto de pasarela (Anexo 5), las candidatas hacen su modelaje en una tabla reducida, antes de iniciar el concurso el presentador añade que “será una pasarela muy candente, fuera de lo común y que todos están esperando en ver a las candidatas”, e incluso añade que los hombres desde sus hogares están muy pendiente; el comentario fue muy acertado, ya que en la participación de las candidatas la mayor parte de tomas se centraron en el enfoque de sus glúteos, abdomen y pechos.

Esto genera un cambio en la perspectiva de la sociedad, y abre la duda de que si la televisión puede educar a las generaciones futuras, según Foucault:

La histerización del cuerpo femenino implica un triple proceso de sujeción... la puesta en comunicación orgánica de éste con el cuerpo social, cuya fecundidad debe asegurar; con el espacio familiar, del que debe ser un elemento sustancial y funcional; y con la vida de los niños; que produce y debe garantizar. (Foucault, 2013, pág. 62)

En los dos últimos retos (Anexos 6 y 7) las candidatas ya no usaron sus ternos de baños, usaron vestidos largos que cubrían por completo sus cuerpos, la única diferencia es que estos retos tuvieron que competir por belleza, es decir, quien se maquillaba mejor. Se realizaba un primerísimo primer plano de sus rostros naturales, graban el proceso de cambio y el posterior resultado, los comentarios del jurados apuntaban a una sola cosa, la mujer perfecta es aquella que luce el mejor pintado, dejando aparte el concepto de “aceptarse como es” y de personalidad propia.

Partiendo del análisis de contenido que se le realizó al programa “de boca en boca” con los ejes o categorías de: planos de cámara, comportamiento, tipo de comentario y publicidad, de los meses de: diciembre, enero y febrero; se logró determinar que la mujer es usada según su corporeidad y conocimiento, es decir que: *Lisette Cedeño* es usada como el centro de atracción debido a su cuerpo y belleza y *Silvana Torres* cumple el rol de experiencia en el hogar.

¿Por qué *Lisette Cedeño* es usada como centro de atracción? Durante el análisis se descubrió que la presentadora no realiza coberturas ni crea notas periodísticas, asimismo de que no es una profesional de la comunicación; además cuando el programa inicia los comentarios por parte de sus compañeros alucen a su cuerpo y belleza como: “el postre del programa”, “mujerón” , “la psicóloga más sexy”, entre otros.

Cuando se hacen tomas o planos de cámara a las actividades que hace la presentadora *Cedeño* como: bailar, modelar, participar o resaltar su vestimenta, se centran en su silueta, caderas y pechos; para las menciones de comida es la escogida para realizarlo, por ejemplo en la publicidad de Pasteles “Dolupa” cada uno de sus gestos son muy notorios, según el lenguaje no verbal empleado por ella, es inevitable indicar que lo hace de una manera muy seductora e incluso se podría decir de morbo erótico.

Durante el análisis de este programa los resultados revelan la importancia que tiene el maquillaje, vestuario y cuerpo de los personajes femeninos; y esto resulta evidente debido a la gran cantidad de planos que se centran en enfocar sus escotes, siluetas y rostros; existe una conexión entre estos factores que comprueba que los estereotipos de belleza femenina están radicalizados en ciertos medios de comunicación.

Por lo general en cada emisión del programa “De boca en boca”, las tomas se centran en realizar un TILT de abajo hacia arriba de las presentadores y se concentran en sus caderas y bustos. En el segmento de “Colita farandulera” son aún más contundentes ya que se debe resaltar los glúteos de las candidatas es por ello que los planos se especifican en aquello, es decir que durante su emisión en las pantallas de los dispositivos de transmisión (TV – redes sociales) lo que se ve son grandes glúteos y pechos.

En las redes sociales del programa se publican las fotos y retos que realizan estas candidatas, los comentarios que generan estas publicaciones son ofensivas para el género femenino, ya que señalan a que las mujeres que salen en el programa solo excitan al público.

En la entrevista de Rocío Dunn se resalta un punto importante durante la pregunta sobre si existe una diferencia entre la farándula de antes con la actual, su respuesta añade que es evidente la discrepancia, “Anteriormente si se quería publicar contenido para público adulto debía ser a las 11 de la noche, aun así el tipo de contenido solo abarcaba imágenes para adultos, chismes y otro, pero nada fuera de control” (Dunn, 2020).

Además Rocío añade que en el gobierno del ex presidente Rafael Correa, la Ley Orgánica de Comunicación reguló el contenido televisivo dando un giro a la forma de hacer farándula, y que los programas actuales que emiten contenido no apto para menores en un horario al que no corresponde se están arriesgando a una posible futura multa o suspensión de actividades.

El poder del cuerpo en la industria televisiva sigue arraigado a la mujer. Los antiguos programas usaban modelos para generar atención, su rol era únicamente hacer presencia y bailar, no emitían comentario alguno al menos que se lo pidiesen; en la actualidad esto ha cambiado, las modelos son quienes ejercen el papel de presentadoras y son el centro atracción sus vestidos

ajustado, descotes, maquillajes y bailes sensuales hacen que sea llamativa para el show mediático.

Sobre el rol de la mujer en los programas de farándula y estereotipos de belleza, es enfática en indicar cómo se maneja este tema desde su experiencia “Si no hay carne no se vende, es lo importante así no tengan nada en el cerebro” (Dunn, 2020). Es a lo que se ha llegado en la actualidad con el objetivo de tener rating en un programa de televisión.

Es por ello que muchas de las presentadoras deciden hacerse cirugías debido al bajo autoestima que esto provoca en ellas, Dunn añade que en la actualidad la audiencia influye con sus comentarios negativos o positivos y quienes dirigen un programa necesitan de la presencia física para poder estar en la palestra pública ya que el apuntador indica lo que deben decir y hacer, el talento pasa a un segundo plano y se profundiza los estándares de belleza.

La entrevista a Fabiola Veliz encamina en la misma versión de Rocío Dunn con respecto a los estándares de belleza en un programa, ella indica que el tipo de vestuario va de acuerdo a lo que estipula el canal, la imagen es lo que vende dentro de la industria televisa y por ende deben someterse a cambios de look para dirigir un programa de televisión.

Veliz añade que el rol de la mujer en los shows mediáticos es equitativo, es decir que existe una igualdad de género entre hombres y mujeres a la hora de conducir un programa, lo que define su protagonismo dentro de este es el *estilo* con el que lo hace, esta es la manera en cómo puede resaltar de entre los demás; además añade la libertad del cuerpo, cada persona es libre de exponer su cuerpo como desee y que este es efímero lo importante es la experiencia y sabiduría que se puede obtener al encontrarse activas en la palestra pública nacional.

Sobre la opinión referente a los programas de farándula que realizan segmentos en donde se exhibe a la mujer con poca ropa como es el caso de MIS COLITA FARANDULERA, agrega que el productor se rige por lo que pide el público, quienes ven este tipo de programas sensacionalistas o amarillistas son personas que prefieren un entretenimiento visual que no enriquece de manera intelectual pero sí el morbo e insiste en que es decisión y responsabilidad de la modelo que sale en pantalla sobre la exposición de su cuerpo.

En la pregunta sobre si cree que es conveniente que este tipo de programas y segmentos mencionados sea visto por menores de edad en una franja horaria de transmisión familiar responde que la televisión no fue creada para educar y que los únicos responsables son los padres de familia de controlar lo que sus hijos ven en la televisión.

4. Conclusiones

La televisión influye con facilidad en la sociedad, muchas ideologías de esta nueva era son producto de esa penetración, cambiando lo tradicional en algo moderno o completamente diferente. Las mujeres en la televisión y en especial en la farándula cumplen roles específicos, puede ser un *centro de atracción* a través de la seducción o hacer comentarios dando cabida al ideal de mujer es igual a chisme.

Los productores de televisión obedeciendo a las exigencias de la industria televisiva y al capitalismo, crean programas donde lo importante es ser el centro de atracción, generar rating y posesionarse como un medio de alta sintonía. Por lo cual, continúan con una de las mayores estrategias de marketing usadas en las últimas décadas, el uso de la *belleza femenina* creando estereotipos en este género.

La audiencia tiene un rol esencial al momento de crear un nuevo segmento en un programa, los medios de comunicación entienden los gustos y preferencias de los espectadores; es evidente que esta audiencia prefiere el sensacionalismo y amarillismo. La interacción por redes sociales abre un espacio de opinión para que el televidente exponga sus ideas de lo que quiere ver, entrando un proceso de votación para el contenido televisivo.

El programa “De boca en boca” genera una gran cantidad de notas llenas de polémica; además tienen invitados cada semana ya sea para promocionar nuevos temas musicales, hablar de sus vidas íntimas, entre otros; con el fin de generar más contenido y a su vez más audiencia. Además usan la estrategia de marketing ya mencionada, acuden a la belleza femenina como anclaje e incorporar a su audiencia un público de todas las edades y géneros posibles, es decir, ya no solo los jóvenes y señoras de casa ven el programa sino también los hombres, pero estos lo hacen solo en busca del morbo y erotismo.

En momentos de *entretenimiento* es decir, bailar o hacer algún reto entre los presentadores, las intervenciones de las chicas del programa son las más esperadas, los camarógrafos están a la espera de sus movimientos para resaltar sus vestuarios, curvas, piernas, bustos y rostros en planos de cámara, e incluso en el *opening* del programa la mujer juega un rol importante, da la bienvenida de forma sensual y es primordial enfocar su vestuario.

En el programa se resalta más los estereotipos de belleza femenina cuando hacen su segmento anual de la elección de la “Miss Colita Farandulera”, no es más que la selección de las chicas con los glúteos más grandes del país como excusa de la llegada de la época carnavalera. Este certamen es promocionado con semanas de anticipación durante todas las transmisiones de “De boca en boca”, añadiendo que llegará “el concurso preferido por los caballeros y que los dejará

con la boca abierta”, poniendo en evidencia como este programa usa a la mujer como objeto de seducción.

El uso del cuerpo y el poder es evidente en este segmento, las chicas son vistas como un objeto que alimenta el morbo de la audiencia; en las primeras presentaciones de las candidatas lo que se resalta en la cámara son sus glúteos, es decir en las pantallas de los televisores nacionales que sintonizan este canal solo se ve este tipo de imágenes en un horario familiar, además añadiendo que el programa es transmitido luego de otro que se caracteriza por su contenido netamente educativo para niños y adolescente.

Es inevitable señalar que lo más importante para los productores del programa es lo que puede provocar un concurso de mujeres en traje de baño, que a diferencia de otros certámenes este se caracteriza por buscar a la chica con los glúteos más grandes y que seduzcan a quien lo ve, es por ello que como reto debían vender un producto cualquiera usando la seducción; los estereotipos de belleza y corporeidad se resalta en este programa en sus transmisiones.

El programa naturaliza al cuerpo femenino, alimentando el morbo y continuando con la ideología de que la mujer solo puede ser vista como un objeto sexual sin pensamiento ni criterios propios, que es manipulada por la sociedad y que esta colectividad hace con ella lo que quiera, pese a que no se ve es lo que se ha creado, se crea y se creará en las futuras generaciones.

Comentarios como los que genera este programa en donde resalta lo importante que es el cuerpo, causa un cambio en las futuras generaciones, cambiando la forma de ver el mundo de muchas niñas y adolescente donde creen que el tener el cuerpo bien esculpido y el maquillaje se puede triunfar en la vida de una manera sencilla sin tener que explotar sus mentes en busca de conocimiento, cuando en realidad solo se construye una percepción de la mujer en la sociedad.

En la actualidad el talento y la actitud para estar en televisión nacional ha quedado en un segundo plano, el intelecto y la sabiduría en el ámbito comunicativo ha dado un giro completo y cambiado la forma de hacer televisión; la presencia física ha tomado mayor importancia en la industria televisiva, es decir cualquiera puede ser comunicador con la ayuda de un apuntador aunque no tenga idea de cómo hacerlo.

El uso de la mujer como centro de atracción se sigue manteniendo en los programas de Tv nacionales, pese a una regulación de los medios todavía se sigue mostrando en los programas de farándula a mujeres exuberante con medidas corporales perfectas, maquillaje, escotes, ropa interior entre otros, mostrando así que el género femenino es un objeto que atrae a la audiencia; esto alimenta la ideología de que la mujer mantiene un rol inferior al masculino y que resalta solo en momentos de seducción.

Se llega la conclusión de que este programa reduce la dignidad natural de la mujer a un objeto sin voluntad, que se rige por los estatutos de un canal, productor y que obedece a lo que la audiencia quiere. Con el pasar del tiempo se puede quitar la idea de que la mujer solo es el centro de atracción por su cuerpo, siempre y cuando se regule el contenido de estos programas y haya una equidad de género, no por lo físico sino por los conocimientos adquiridos.

5. Referencias

- Acaro, Y. (2018). *Repositorio Universidad Central* . Obtenido de Repositorio Universidad Central : <http://200.12.169.19:8080/bitstream/25000/17093/1/T-UCE-0009-CSO-078.pdf>
- Acerbi, N. (2007). Orígenes de la cirugía plástica . *Una mirada histórica: Estrellas y medicina*, 49-52.
- Aguado, J. M. (2004). *Introducción a las teorías de la información y comunicación*. Cataluña: Universidad de Murcia.
- Andréu, J. (Febrero de 2018). *Las técnicas de Análisis de Contenido: una revisión actualizada*. Recuperado el 16 de Febrero de 2020, de Mastor.cl: <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>

- Alvarado, V., & Sancho, K. (2011). *La belleza del cuerpo femenino. Costa Rica*, 9-21.
- Arrugo, M. (Diciembre de 2001). *A trabajar*. Obtenido de A trabajar web site:
<http://Ww2.Atrabajarpr.Com/?Folio=550875595&Bkt=9681&Gkwrf=Http%3a>
- Avilés, V., C. (2010). *Metodología de la investigación científica*. Ecuador: Sur Editores.
- Barbero, M. (1992). *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Bird, E. (2000). "Audience demands in a murderous market: Tabloidization in the U.S. Television news" . *Global debates over media standards, Lanham, Rowman and Littlefield Publishers*, 213-228.
- Casona, J. R. (2017). *NARRATIVA VISUAL: RECURSOS*. 3.
- Castañeda, Z. (2018). *Nuevas Narrativas Visuales* . España: F. Drago. Andocopias S. L.
- Chomsky , N., & Herman, E. (1990). *Los guardianes de la libertad. Grijalbo Mondadori*.
 Barcelona: Traducción de Carme Catells.
- Dunn, R. (28 de julio de 2020). Los estereotipos de belleza en la farándula ecuatoriana. (E. Zambrano, Entrevistador)
- Eco, U. (2004). *Historia de la Belleza*. Milán: RCS Libri.
- Eramis, S. B. (2003). La investigación científica: Teoría y metodología. *Unidad Académica de ciencias sociales*, 16-45.
- Espinoza, E., & Tascano, D. (2015). *Metodología de investigación educativa y técnica* . Machala: Ediciones UTMACH.

- Falcón, O. (1997). *El Imperio Rosa. En poder e influencia de la prensa del corazón*. Barcelona: CIMS.
- Ferrer, C. (1992). *LA PUBLICIDAD: UNA TEORÍA HUMANÍSTICA DE SU ESTRUCTURA, MÉTODO Y TÉCNICA*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid .
- Folgueiras, P. (s.f.). *Técnica de recogida de información: La entrevista*. Recuperado el 28 de 07 de 2020, de Técnica de recogida de información: La entrevista: pfolgueiras@ub.edu
- Foucault, M. (2013). *Histoire de la sexualité*. Paris: Gallimard.
- García, N. (2009). *GESTIÓN DEL REPOSITORIO DOCUMENTAL DE LA UNIVERSIDAD DE SALAMANCA*. Recuperado el 18 de junio de 2020, de La mujer en la publicidad: <https://gredos.usal.es/handle/10366/80263>
- García, P. M. (2004). *De estética barroca: vestido y belleza en la España del Siglo de Oro*. España: Ludica.
- Giraldo, C., Naranjo, S., Tovar, E., & Córdova, J. C. (2008). *Teorías de la comunicación* . Bogota: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo.
- Gordillo, I. (Junio de 2009). *Flacsoandes*. Obtenido de Flacsoandes: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/55168.pdf>
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (1988). *La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas* . Buenos Aires: Sudamericana.
- Imbert, G. (Enero de 2015). Obtenido de Departamento de periodismo y comunicación audiovisual:https://portal.uc3m.es/portal/page/portal/dpto_periodismo_comunicacion_audiovisual/com_audiovisual/personal/gerard_imbert

- Konstan, D. (2012). *El Concepto de belleza en el mundo antiguo y su recepción en Occidente*. México: Nova Tellus.
- Loja Nivicela, J. M., & Pillco Pillco, B. F. (2019). Análisis discursivo, desde un enfoque de género, de la representación del cuerpo. *UNIVERSIDAD DE CUENCA*, 38-39.
- Martínez, J. (1981). *Diccionario general del periodismo*. Madrid: Paraninfo, S.A.
- Martínez, J. (2011). Sociedad del entretenimiento. *Revista Luciérnaga*, 7.
- Morales, S. (Julio de 2016). COMUNICACIÓN MEDIÁTICA Y PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN: UNA. *Athenea digita- Ensayos*, 248.
- Noguero, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de educación XXI*, 167 - 179.
- Osorio, F. (1997). *El Imperio Rosa. En poder e influencia de la prensa del corazón*. Barcelona : CIMS.
- Pareja, R. (2010). El canon de belleza a través de la Historia. *Biblioteca virtual universal*, 5-10.
- Pedroso, R. (1994). “Elementos para una teoría del periodismo sensacionalista”. en. *Universidad de Guadalajara.*, 139-157.
- Pérez, A. (2005). El discurso televisivo: un lenguaje seductor que cuenta un mundo virtual. *Comunicar*, 198.
- Pérez, C. (Enero, 2002). La actualidad informativa del ¿corazón¿ desde la especialización periodística: El periodismo rosa de Contraportada (Canal Sur Televisión). 22.

Pérez. B, A. (2012). El cuerpo-objeto y la belleza-sujeto: construcción sociocultural frente al mercado conyugal. *Revista Omnia*, 66-80.

Rincón, O. (2006). *Narrativa mediática: o como se cuenta el entretenimiento*. Barcelona: Gedisa S.A .

Romero, E. (12 de marzo de 2012). *Edugoro*. Recuperado el 09 de 02 de 2020, de <http://www.edugoro.org/arte/wp-content/uploads/2015/04/arte-del-rococc3b3.pdf>

Sartori, G. (1997). *Homo videns. Lasociedad teledirigida* . Buenos Aires : Gius. Laterza & Figli Spa, Roma-Bari. Gius. Laterza & Figli Spa, Roma-Bari.

Souza, M. D. (2013). La seducción de los programas de farándula. *Consejo Nacional de Televisión*, 5-17.

Stelles.A, V. (2011). La belleza del cuerpo femenino. *Wímb lu*, 9-19.

Turner, B. (1989). *El cuerpo y la sociedad* . México: Basil Blackwell Publisher .

6. Anexos

Anexo 1/Análisis del programa – Diciembre

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 02 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido rojo ceñido al cuerpo que le cubre el pecho y de mangas larga, la parte inferior le llega un poco más arriba de las rodillas.

	<p>En el segmento ‘Look de los famosos’ la presentadora lleva un vestido con gran escote en la parte frontal en donde se puede observar gran parte de su busto.</p>
Comportamiento	<p>En el inicio del programa la presentadora señala que es el postre del programa y empieza a girar con movimientos sensuales.</p> <p>Durante el programa la presentadora muestra actos de baile sensuales y sus facciones acompañan la coreografía.</p>
Posición de pantalla	<p>El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa.</p> <p>Para presentar productos se usa plano medio.</p> <p>En la presentación del segmento ‘Look de los famosos’ se hace plano americano</p>
Tipo de publicidad/ Tono	<p>Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.</p> <p>Modela los guachitos de un sorteo, se enfoca el producto y el rostro de ella, no habla solo modela y realiza gestos.</p>
Tipo de comentario	<p>Ante fotos de un actor ecuatoriano añade que las mujeres no son morbosas solo observadoras y que en tal forma le encanta que dicho actor promocione ropa interior de esta forma y que ella ve mucho más allá del cuerpo, a la vez que colocan música de tono sensual.</p> <p>Durante el segmento ‘Look de los famosos’ uno de los jueces invitados añade que el vestido usado por ella hace que se le caiga un poco el busto a lo que ella añade que debería usar vestidos que le levanten ‘las chichis’.</p>

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Silvana Torres

FECHA DEL PROGRAMA: 02 de diciembre 2019

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Blusa negra con tira sobre un hombro que cubre su pecho, y un pantalón largo hasta la cintura.
Comportamiento	En el inicio del programa la presentadora señala que por ser el mes de diciembre no es hipócrita y que le dirá la verdad a quien sea de un tono un poco agresivo. Anuncia las entrevistas de manera tranquila.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un enfoque de plano medio en el inicio del programa. Para presentar notas hace un plano medio porque se encuentra junto a sus otros compañeros en una mesa.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural.
Tipo de comentario	Ante fotos de un actor ecuatoriano añade le gusta que muestre el cuerpo pero que la mujer es muy morbosa que existen algunas que le gustan los maridos casados y lo hace en tono de indirecta.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 03 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido ceñido al cuerpo con escote en el pecho hasta la altura de la rodilla.

Comportamiento	<p>En el inicio del programa la presentadora baila de manera sensual al compás de una música del mismo tono.</p> <p>Da la bienvenida a un artista invitado y añade temas de conversación muy emocionada por la visita del artista.</p> <p>Durante el programa baila de manera sensual mientras hay música, envía besos y guiña el ojo.</p>
Posición de pantalla	<p>El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa y acaba la entrada en un plano general.</p> <p>En cada presentación de notas el camarógrafo hace planos medios.</p> <p>En la publicidad del pan de pascua aparece en plano general y termina en un primer plano</p>
Tipo de publicidad/ Tono	<p>Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.</p> <p>En la publicidad del pan de pascua lo hace de manera natural, se su cuerpo se encuentra frontal.</p>
Tipo de comentario	<p>Durante el programa emite comentarios racionales en base a su experiencia y profesión como psicóloga hacia el videoclip navideño del canal. En todo el programa solo se habla de la época navideña.</p>

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Silvana Torres	
FECHA DEL PROGRAMA: 03 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido ceñido al cuerpo con escote en el pecho hasta la altura de la rodilla.
Comportamiento	En el inicio del programa la presentadora da la bienvenida de forma alegre sin baile

Posición de pantalla	<p>El camarógrafo hace un enfoque de plano general en el inicio del programa.</p> <p>Para presentar notas hace un plano medio al igual que en las promociones.</p> <p>Va de un plano general a un plano medio y termina en un plano detalle del producto.</p>
Tipo de publicidad/ Tono	<p>Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural.</p> <p>Silvana Torres da publicidad de tipo hogareñas, en la mención del producto ‘marimer’ se hace un plano general con el producto en las manos.</p> <p>La presentadora hace la mención de un pan de pascua con tono natural.</p>
Tipo de comentario	<p>Ante el reencuentro del grupo de baile ‘T’dominado’ realiza comentarios en donde indica la necesidad del cuerpo de estos bailarines y que la única integrante femenina del grupo debe de tener un cuerpo esbelto para la temporada carnavalera.</p> <p>En una polémica ella añade comentarios estructurados en forma de concejos para evitar la disputa entre los entrevistados.</p>

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 04 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido de lentejuelas con tiras y abertura en el busto, ceñido al cuerpo y le llega hasta un poco más arriba de las rodillas.

Comportamiento	En el inicio del programa los compañeros del programa añaden que la presentadora se encuentra muy hermosa, ella baila de manera sensual y con una mirada seductora guiña un ojo a la vez que lanza un beso a la cámara.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa. Al inicio del programa el camarógrafo hace un plano detalle de su rostro. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come. Modela los guachitos de un sorteo, se enfoca el producto y el rostro de ella, no habla solo modela y realiza gestos.
Tipo de comentario	Ante los comentarios a una ex competidora de reality, la presentadora añade que las mujeres ante comentarios sobre su cuerpo, tienen la libertad de hacerse los ‘retoques’ quirúrgicos que quieran para estar bellas. Las fotos con poca ropa de un modelo afro ecuatoriano se muestran en una nota, mientras esto sucede los presentadores narran lo que suceden y añaden que la presentadora Lissette cierre la boca, ella comenta que le encanta el chocolate y que con gusto lo invitaría a su consultorio, sus comentarios hablan del cuerpo del modelo.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Silvana Torres	
FECHA DEL PROGRAMA: 04 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	La presentadora Silvana lleva una blusa dorada con mangas larga y

	descubierto en el pecho, lleva una falda ceñida al cuerpo y corta hasta la altura de la rodilla.
Comportamiento	En el inicio del programa ella anuncia que es el veneno del programa, muestra en todo el programa una actitud seria y en casos un poco agresiva en polémicas.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un plano general de la presentadora al inicio del programa. Se hacen planos americanos para anunciar notas. y presentar productos. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Silvana Torres da publicidad de tipo hogareñas, en la mención del producto 'marimer' se hace un plano general con el producto en las manos.
Tipo de comentario	Ante los comentarios a una ex competidora de reality, la presentadora añade que las mujeres no están gordas sino pasada de 'rica' además que el cuerpo no solo es importante sino también la inteligencia. Las fotos con poca ropa de un modelo afroecuatoriano se muestran en una nota, mientras esto sucede los presentadores narran y la presentadora añade que 'negro es negro' y que, aunque sea casada no es ciega y que es un color que le encanta.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Lissette Cedeño

FECHA DEL PROGRAMA: 05 de diciembre 2019

CATEGORÍA	ANÁLISIS
-----------	----------

Vestimenta	Vestido semi largo sin mangas y que cubre el busto, ceñido al cuerpo y que resalta su figura.
Comportamiento	En el inicio del programa el presentador Miguel Cedeño anuncia que está acompañado de dos ‘mujerones’ y menciona el nombre de Lissette ella se presenta bailando y se da la vuelta de manera sensual y baila de espalda al estilo de ‘twerking’. Durante todo el programa ella baila de manera sensual y lanza besos hacia la cámara.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa y se detiene por segundos en su derrier y acaba en un plano americano. Se hace plano detalle de su rostro. Para presentar productos se usa plano medio. En la presentación del segmento ‘look de los famosos’ se hace en plano general.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come. Modela los guachitos de un sorteo, se enfoca el producto y el rostro de ella, no habla solo modela y realiza gestos.
Tipo de comentario	Al inicio del programa añade que su compañera Silvana Torres lleva un atuendo muy atrevido y que no ‘lleva’ en referencia de ropa interior. En una nota hace una crítica a un personaje del medio añadiendo que debe usar maquillaje porque eso sirve para embellecer a la mujer y que es necesario. Durante el segmento ‘look de los famosos’ la presentadora hace comentarios pequeños de las vestimentas de ciertos talentos nacionales.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Silvana Torres

FECHA DEL PROGRAMA: 05 de diciembre 2019

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	La presentadora lleva una blusa manga larga con un gran escote en el pecho y una falda ceñida al cuerpo: de un lado llega hasta más arriba de la rodilla y en el otro lado aún más alta., dejando ver gran parte de su pierna.
Comportamiento	En el programa del 05 de diciembre, dice que el atuendo que ella luce fue idea de la diseñadora del canal y que ella no tiene nada sexy que es muy profesional, por lo que tiene una actitud divertida y a la vez seria.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT pero de abajo hacia arriba por dos ocasiones. Se hacen planos americanos para anunciar notas. y presentar productos. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Silvana Torres da publicidad de tipo hogareñas, en la mención del producto 'marimer' se hace un plano general con el producto en las manos. Anuncia productos de la línea de electrodomésticos en tono alegre.

Tipo de comentario	<p>Hace comentarios desde una visión crítica y seria al referirse a la hija de una actriz ecuatoriana, intenta apoyar la iniciativa en la actuación de la hija de Carolina Jaume.</p> <p>En una nota se pone a la defensa de un personaje del medio, añadiendo que no es necesario que la mujer use maquillaje porque debe mostrarse natural.</p>
---------------------------	---

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 06 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Enterizo de mangas largas y corto hasta un poco más arriba de las rodillas y con escote en el pecho y espalda.
Comportamiento	<p>En el inicio del programa ella baila de manera sensual y lanza besos hacia la cámara, añade que es viernes y que por eso hay que bailar.</p> <p>Durante la visita de un cantautor de reguetón en el programa ella es quien lo acompaña en el escenario, se muestra muy emocionada y baila durante su intervención.</p>
Posición de pantalla	<p>El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro primer plano.</p> <p>Para presentar productos se usa plano medio.</p>
Tipo de publicidad/ Tono	<p>Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.</p> <p>Modela los guachitos de un sorteo, se enfoca el producto y el rostro de ella, no habla solo modela y realiza gestos.</p>
Tipo de	Al inicio del programa comenta una nota sobre Alejandra Guzmán,

comentario	añadiendo que la imagen es lo más indispensable de la persona y que por eso debe de siempre estar arreglada, además añade que las personas que tienen la cara muy acabada no deben hacer cirugías en su rostro. En el programa del 06 de diciembre, las intervenciones de Lissette son para añadir comentarios de análisis psicológico.
-------------------	--

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Silvana Torres	
FECHA DEL PROGRAMA: 06 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Enterizo negro sin mangas de copa.
Comportamiento	Muestra un comportamiento serio, y al hablar de las notas lo hace con furor y en las menciones que en su mayoría son hogareñas lo hace con seguridad y animada.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un plano general de la presentadora y termina en un plano americano. Se hacen planos americanos para anunciar notas. y presentar productos. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Silvana Torres da publicidad de tipo hogareñas, en la mención del producto ‘marimer’ se hace un plano general con el producto en las manos. Anuncia productos de la línea de electrodomésticos en tono alegre.
Tipo de	Ante las críticas a Alejandra Guzmán, la presentadora comenta que las mujeres que ya exageran en las operaciones y añade que, aunque la

comentario	<p>imagen es importante en la mujer, pero que no exageren.</p> <p>La mayoría de sus comentarios son explosivas y de razonamiento lógicos en todo el programa.</p>
-------------------	---

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 09 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido negro de mangas larga y descote en la parte del pecho y espalda, corto hasta más arriba de las rodillas y ceñido al cuerpo.
Comportamiento	<p>En el inicio del programa da la bienvenida a la audiencia, da una vuelta de manera sensual, lanza besos y guiña el ojo.</p> <p>En todo el programa muestra actitudes divertidas, baila cuando se coloca canciones y lo hace de manera sensual lanzando besos.</p>
Posición de pantalla	<p>El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro primer plano.</p> <p>Para presentar productos se usa plano medio.</p>
Tipo de publicidad/ Tono	<p>Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.</p> <p>En la publicidad de la compañía DIRECTV, el producto se encuentra en las piernas de ella, mientras su compañera sostiene otra caja en sus manos.</p> <p>Modela los guachitos de un sorteo, se enfoca el producto y el rostro de ella, no habla solo modela y realiza gestos.</p>
Tipo de comentario	<p>Los comentarios son cortos, apoya la idea de un modelo ecuatoriano con tomarse fotos semidesnudo y aceptar la responsabilidad de sus actos.</p> <p>En las intervenciones de la presentadora sus comentarios son cortos y</p>

	solo apoyan las opiniones de sus compañeros.
--	--

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Silvana Torres	
FECHA DEL PROGRAMA: 09 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido verde hasta las rodillas ceñido al cuerpo sin mangas y con diseños en el pecho.
Comportamiento	Muestra un comportamiento serio, y al hablar de las notas lo hace con furor y en las menciones que en su mayoría son hogareñas lo hace con seguridad y animada.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un plano general de la presentadora y termina en un plano americano. Se hacen planos americanos para anunciar notas. y presentar productos. Para presentar productos se usa plano medio..
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. En la mención de DIRECTV tiene en sus manos un cartón del producto mientras baila y habla de los beneficios del producto.
Tipo de comentario	Los comentarios de la presentadora son en su mayoría eufóricos, muestra una actitud de seriedad y muy confiada de lo que dice.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	

FECHA DEL PROGRAMA: 10 de diciembre 2019

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido rojo de lentejuelas ceñido al cuerpo hasta más arriba de las rodillas, sin mangas con una sola tira sobre un hombro.
Comportamiento	En todo el programa muestra actitudes divertidas, baila cuando se colocan canciones y lo hace de manera sensual lanzando besos.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro primer plano. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come. En la publicidad de la compañía DIRECTV, el producto se encuentra en las piernas de ella y baila cerca del producto. Modela los guachitos de un sorteo, se enfoca el producto y el rostro de ella, no habla solo modela y realiza gestos.
Tipo de comentario	Sus comentarios se extienden al hablar de la representante del Ecuador en el Miss Universo, habla de la participación y realza la importancia de la belleza femenina en estos certámenes y que es necesario tener un excelente puesto. Durante la nota de la nueva miss universo añade que la belleza natural del cuerpo es esencial y que aún se mantiene estereotipos para la mujer en la sociedad e incluso discriminación.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Silvana Torres

FECHA DEL PROGRAMA: 10 de diciembre 2019

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido dorado de lentejuelas ceñido al cuerpo de tiras ceñido al cuerpo hasta más arriba del cuerpo.
Comportamiento	Muestra un comportamiento serio, y al hablar de las notas lo hace con furor y en las menciones que en su mayoría son hogareñas lo hace con seguridad y animada.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un plano general de la presentadora y termina en un plano americano. Se hacen planos americanos para anunciar notas. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Las menciones con relación de cuidados infantiles como el producto 'Nestogeno' los dice ella porque tiene un bebé, y lo hace en tono natural. En la mención de DIRECTV tiene el producto a sus pies y ella baila cerca de este.
Tipo de comentario	Los comentarios de la presentadora son en su mayoría eufóricos con respecto a críticas a la reina del Ecuador y su participación en el Miss Universo. Ante la elección de la nueva Miss Universo se muestra eufórica por las críticas recibidas; además añade que los certámenes de belleza son importantes al igual que el fútbol, porque es necesario que se premie el sacrificio del trabajo de la mujer en embellecer su cuerpo y rostro.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Lissette Cedeño

FECHA DEL PROGRAMA: 11 de diciembre 2019

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido en dos piezas de colores gris y negro. En la parte superior se encuentra sin mangas y con un gran escote frontal en donde resaltan sus pechos y le llega hasta más arriba de sus rodillas y va ceñido al cuerpo.
Comportamiento	En todo el programa muestra actitudes divertidas, baila cuando se coloca canciones y lo hace de manera sensual lanzando besos. Durante la presentación del segmento 'look de los famosos' se muestra muy natural y lo maneja con facilidad porque conoce del ámbito del buen vestir.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro primer plano. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come. En la publicidad de la compañía DIRECTV, el producto se encuentra en las piernas de ella y baila cerca del producto.
Tipo de comentario	Sus comentarios son largos en el segmento 'look de los famosos', habla con mucha fluidez al tratarse de temas de belleza y de vestir. Ante la nota de la recuperación de cáncer de un periodista ecuatoriano, añade comentarios de felicitaciones y felicidad por lo sucedido.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Silvana Torres

FECHA DEL PROGRAMA: 11 de diciembre 2019

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido dorado de lentejuelas ceñido al cuerpo mangas largas y con abertura en el pecho, ceñido al cuerpo.
Comportamiento	Muestra un comportamiento serio, y al hablar de las notas lo hace con entusiasmo y en las menciones que en su mayoría son hogareñas lo hace con seguridad y animada.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un plano general de la presentadora y termina en un plano americano. Se hacen planos americanos para anunciar notas. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Las menciones con relación de cuidados infantiles como el producto 'Nestogeno' los dice ella porque tiene un bebé, y lo hace en tono natural. Modela los guachitos de un sorteo, se enfoca el producto y el rostro de ella, no habla solo modela y realiza gestos.
Tipo de comentario	Los comentarios en el programa del 11 de diciembre son poco porque se extiende el segmento de 'Look de los famosos' con la conducción de su compañera Lissette Cedeño. Frente a otras notas se muestra contenta porque son positivas y fuera de polémica.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Lissette Cedeño

FECHA DEL PROGRAMA: 12 de diciembre 2019

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Enterizo de color morado ceñido al cuerpo con tiras y con abertura en el pecho.
Comportamiento	En todo el programa muestra actitudes divertidas, baila cuando se colocan canciones y lo hace de manera sensual lanzando besos.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro primer plano. Para presentar productos se usa plano medio. En momentos se hacen primer plano a su rostro para lanzar besos.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come. En la publicidad de la compañía DIRECTV, el producto se encuentra en las piernas de ella y baila cerca del producto.
Tipo de comentario	Sus comentarios son muy extendidos al hablar de la renuncia del título de belleza de una modelo, añade que las mujeres son bellas y nadie puede subestimar sus actitudes y que nadie puede obligar a aceptar propuestas que vayan en contra de sus principios.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Silvana Torres

FECHA DEL PROGRAMA: 12 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Blusa verde de mangas larga, con una falda larga desde más arriba del ombligo.
Comportamiento	Muestra un comportamiento serio, y al hablar de las notas lo hace con entusiasmo y en las menciones que en su mayoría son hogareñas lo hace con seguridad y animada.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un plano general de la presentadora y termina en un plano americano. Se hacen planos americanos para anunciar notas. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Las menciones con relación de cuidados infantiles como el producto 'Nestogeno' los dice ella porque tiene un bebé, y lo hace en tono natural.
Tipo de comentario	Los comentarios en el programa del 11 de diciembre son largos y eufóricos al hablar sobre la propuesta que negó una reina de belleza del país, enunciando que la mujer es un ser bello y que eso no es justificación para recibir propuestas.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 13 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido manga larga, ceñido al cuerpo con descote en el pecho y hasta

	la altura más arriba de las rodillas.
Comportamiento	En todo el programa muestra actitudes divertidas, baila cuando se coloca canciones y lo hace de manera sensual lanzando besos
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro primer plano. Para presentar productos se usa plano medio. En momentos se hacen primer plano a su rostro para lanzar besos. Plano general para anunciar premiaciones de un premio realizado en el programa.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come. En la publicidad de la compañía DIRECTV, el producto lo sostiene en las manos y baila junto a él. En la premiación de un sorteo hecho en el programa ella se encuentra modelando y bailando. Modela los guachitos de un sorteo, se enfoca el producto y el rostro de ella, no habla solo modela y realiza gestos.
Tipo de comentario	Los comentarios sobre la renuncia de la virreina del 'Ms Glob International' sobre propuestas indecente, añade que hay mujeres que hacen lo imposible para ganar el concurso e incluso tienen intimidación para ganar estos eventos, y que eso va en contra de los principios de la mujer. Hace comentarios de solidaridad al exponer personas del mundo del espectáculo que han sufrido cáncer y se han curado, expresándole la felicidad que siente por ellos.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Silvana Torres

FECHA DEL PROGRAMA: 13 de diciembre 2019

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido de color beige, descotado en la parte frontal va ceñido a su cuerpo y le llega hasta más arriba de las rodillas.
Comportamiento	Muestra un comportamiento serio, y al hablar de las notas lo hace con entusiasmo y en las menciones que en su mayoría son hogareñas lo hace con seguridad y animada. Como es viernes es característico del programa que se muestren felices por el fin de semana y baila en casi todo el programa.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un plano general de la presentadora y termina en un plano americano. Se hacen planos americanos para anunciar notas. Para presentar productos se usa plano medio
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Las menciones con relación de cuidados infantiles como el producto ‘Nestogeno’ los dice ella porque tiene un bebé, y lo hace en tono natural. Modela el producto de la compañía DIRECTV, lo sostiene en sus manos y baila junto a él. Durante la premiación de un sorteo baila y se muestra contenta.
Tipo de comentario	Los comentarios en el programa del día viernes se muestra descontenta por la renuncia de la virreina del ‘Ms Glob International’ y añade que existen ciertas mujeres de concursos de reinados que hacen lo imposible por ganar e incluso en tener relaciones con los organizadores de estos eventos. Hace comentarios eufóricos ante notas que hablan sobre discriminación.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Lissette Cedeño

FECHA DEL PROGRAMA: 19 de diciembre 2019

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Blusa manga larga ceñida al cuerpo de color morado con un gran descote en el pecho y una falda corta de lentejuelas corta hasta más arriba de las rodillas.
Comportamiento	En todo el programa muestra actitudes divertidas, baila cuando se coloca canciones y lo hace de manera sensual lanzando besos. Presenta una actitud de emoción porque realizó una sección musical. Al despedirse del programa posa como una reina de belleza y se despide lanzando besos.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro primer plano. Para presentar productos se usa plano medio. En momentos se hacen primer plano a su rostro para lanzar besos. Plano general para anunciar premiaciones de un premio realizado en el programa.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come. Voz en off en la publicidad de 'Moll el Fortín' con tono entusiasta.
Tipo de comentario	Sus comentarios en las notas son cortos y solo apoya o continúa con las acotaciones de sus compañeros. Envía comentarios de apoyo a una chica reality que está embarazada. Añade la importancia del maquillaje, vestimenta y accesorios de las mujeres para una entrevista con un medio, porque es necesario estar

	siempre arregladas.
--	---------------------

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Silvana Torres	
FECHA DEL PROGRAMA: 19 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido de color blanco, descotado en la parte frontal, va ceñido a su cuerpo y le llega hasta las rodillas.
Comportamiento	Muestra un comportamiento serio, y al hablar de las notas lo hace con entusiasmo y en las menciones que en su mayoría son hogareñas lo hace con seguridad y animada. Se muestra entusiasta por la llegada de la época navideña.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro primer plano. El camarógrafo hace un plano general de la presentadora y termina en un plano americano. Se hacen planos americanos para anunciar notas. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Silvana Torres da publicidad de tipo hogareñas, en la mención del producto ‘marimer’ se hace un plano general con el producto en las manos. Las menciones con relación de cuidados infantiles como el producto ‘Nestogeno’ los hace Silvana porque tiene un bebé, y lo hace en tono natural. (Voz en off).
Tipo de comentario	En las donde de tipo familiares en este caso en embarazos de personajes del espectáculo nacional sus comentarios son largos y emotivos ya que se encuentra muy familiarizada con este tipo de eventos. Se pone a la defensa de una periodista e indica la importancia de la

	belleza de la mujer ya que esto le permite estar en buena presencia para cualquier evento inoportuno.
--	---

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 20 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido negro sin mangas y con descote ceñido al cuerpo y hasta más arriba de las rodillas.
Comportamiento	Al inicio del programa ella baila de manera sensual y añade que es el fin de semana y hay que sentirlo y como se acerca la navidad hay que estar con actitud positiva. Da la bienvenida a los artistas invitados. Baila en todo el programa de manera sensual y lanza besos.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro primer plano. Plano general para anunciar premiaciones de un premio realizado en el programa. Para presentar productos se usa plano medio. En momentos se hacen primer plano a su rostro para lanzar besos.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come. Voz en off para dar la publicidad de la cadena de electrodoméstico de ‘créditos económicos’. Voz en off en la publicidad de ‘Moll el Fortín’ con tono entusiasta.
Tipo de comentario	Añade comentarios a favor de la decisión de una chica reality sobre su soltería, además indica que la mujer decide el tiempo en el que puede estar sola.

	Hace comentarios positivos ante una nota sobre los matrimonios realizados en el 2019 por personajes del espectáculo nacional.
--	---

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Silvana Torres	
FECHA DEL PROGRAMA: 20 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido rojo con escote en el pecho sin mangas ceñido al cuerpo hasta las rodillas.
Comportamiento	Muestra un comportamiento serio, y al hablar de las notas lo hace con entusiasmo y en las menciones que en su mayoría son hogareñas lo hace con seguridad y animada. Se muestra entusiasta por la llegada de la época navideña.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro primer plano. El camarógrafo hace un plano general de la presentadora y termina en un plano americano. Se hacen planos americanos para anunciar notas. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural (voz en off). Silvana Torres da publicidad de tipo hogareñas, en la mención del producto ‘marimer’ se hace un plano general con el producto en las manos. Las menciones con relación de cuidados infantiles como el producto ‘Nestogeno’ los hace Silvana porque tiene un bebé, y lo hace en tono natural (voz en off).

Tipo de comentario	<p>Sobre las declaraciones de su soltería de un personaje del medio nacional apoya a la chica, diciendo que la mujer debe ser bella y por ende buscar un hombre cuando quisiera.</p> <p>Sus comentarios son extendidos al hablar de temas familiares, añade comentarios positivos ante las bodas ocurridas en el año 2019 de famosos nacionales.</p>
---------------------------	--

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 23 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	<p>Vestido rojo de lentejuelas con abertura en el pecho, ceñido al cuerpo y hasta más arriba de las rodillas.</p> <p>En una de las notas ella entrega juguetes con su compañero de programa y su nombre es ‘Mami Noela’ y luce el traje característico de la época, pero este tiene un gran escote en la parte frontal, va ceñido al cuerpo y es corto.</p>
Comportamiento	<p>Al inicio del programa ella baila de manera sensual y añade que está emocionada por el inicio de semana y por la llegada de la Navidad.</p> <p>Baila en todo el programa de manera sensual y lanza besos.</p>
Posición de pantalla	<p>El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro primer plano.</p> <p>Plano general para anunciar premiaciones de un premio realizado en el programa.</p> <p>Para presentar productos se usa plano medio.</p> <p>En momentos se hacen primer plano a su rostro para lanzar besos.</p>
Tipo de	<p>Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.</p>

publicidad/ Tono	Voz en off para dar la publicidad de la cadena de electrodoméstico de ‘créditos económicos’. Voz en off en la publicidad de ‘Moll el Fortín’ con tono entusiasta
Tipo de comentario	Debido a la época Navideña en todo el programa las notas publicadas son referentes a esta fecha y los comentarios son en su mayoría de amor, felicidad entre otros.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Silvana Torres	
FECHA DEL PROGRAMA: 23 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido blanco ceñido al cuerpo con descote en el pecho y hasta las rodillas.
Comportamiento	Muestra un comportamiento tierno debido a la época navideña, y al hablar de las notas lo hace con tono de felicidad y en las menciones que en su mayoría son hogareñas lo hace con seguridad y animada.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un plano general de la presentadora y termina en un plano americano. Se hacen planos americanos para anunciar notas. y presentar productos. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Silvana Torres da publicidad de tipo hogareñas, en la mención del producto ‘marimer’ se hace un plano general con el producto en las manos. Anuncia productos de la línea de electrodomésticos en tono alegre

Tipo de comentario	El programa del lunes 23 de diciembre la mayoría de sus notas son de carácter navideño, en donde salen personajes del espectáculo nacional para saber cómo van a festejar la Navidad, ella añade comentarios de felicidad y solo indica lo importante que es esta fecha.
---------------------------	--

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 24 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido rojo de lentejuelas manga larga sobre un brazo, cubierto el pecho y hasta más abajo de las rodillas.
Comportamiento	Al inicio del programa ella está de pie muy emocionada por la fecha Navideña, en todo el programa muestra una actitud un poco seria y emocionada. Da la bienvenida al grupo musical invitado y lo hace de manera entusiasmada.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace gran plano general de todos los talentos del programa y acaba en un plano americano. Plano general para anunciar premiaciones de un premio realizado en el programa. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Voz en off para dar la publicidad de la cadena de electrodoméstico de ‘créditos económicos’. Voz en off en la publicidad de ‘Moll el Fortín’ con tono entusiasta. ‘Voz en off’ de productos antibacteriales
Tipo de comentario	El programa del 24 de diciembre es un especial navideño, está dedicado en ver cómo disfrutaban el elenco del programa, por lo que los comentarios son emotivos.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Silvana Torres

FECHA DEL PROGRAMA: 24 de diciembre 2019

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido ceñido al cuerpo con descote en el pecho y hasta las rodillas.
Comportamiento	Muestra un comportamiento tierno debido a la época navideña, y al hablar de las notas lo hace con tono de felicidad y en las menciones que en su mayoría son hogareñas lo hace con seguridad y animada.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia riba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro plano americano. El camarógrafo hace un plano general de la presentadora para hablar de sus notas. Se hacen planos americanos para anunciar notas. y presentar productos. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Silvana Torres da publicidad de tipo hogareñas, en la mención del producto ‘marimer’ se hace un plano general con el producto en las manos. Anuncia productos de la línea de electrodomésticos en tono alegre.
Tipo de comentario	El 24 de diciembre es un programa destinado para saber en cómo disfrutan la navidad todos los que conforman el programa de ‘de boca en boca’, por lo que los comentarios son de cariño y estimación a todos los que protagonizan las notas.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Lissette Cedeño

FECHA DEL PROGRAMA: 26 de diciembre 2019

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido purpura ceñido al cuerpo, de copas con una altura hasta más arriba de las rodillas.
Comportamiento	Al inicio del programa ella está de pie, se muestra muy feliz porque es su cumpleaños, baila a cada momento. Hace una pasarela para cumplir el pedido de sus seguidores en instagram según el presentador Miguel Cedeño que quieren verla.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace gran plano general de la presentadora y se centra en un plano americano, para que vea su baile. Plano americano y primer plano para promocionar productos. Al momento de bailar se usa plano medio para resaltar la figura de la presentadora a la hora de bailar. Primer plano de su cintura.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles ‘Dolupa’, pero solo modela el producto mientras su compañero da las características del producto, ella solo baila y hace gestos, saca la lengua y lo come de manera muy sensual. Da las menciones de otros productos solo “voz en off”.
Tipo de comentario	El programa del 26 de diciembre es un programa especial por la navidad y por festejar el cumpleaños de ella. Sus comentarios son de agradecimientos porque se ha hecho un video especial para dedicárselo. Ante la llegada de una nueva actriz al canal, ella muestra que será muy buena su presencia por su participación en la nueva serie porque lo que se necesita es una mujer que resalte por su belleza y que ella es muy acertada para la serie.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Silvana Torres

FECHA DEL PROGRAMA: 26 de diciembre 2019

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido gris ceñido al cuerpo con un gran descote en el pecho y hasta más arriba de las rodillas.
Comportamiento	La presentadora muestra una actitud un poco agresiva, indicando que ya acabo la navidad y que no será hipócrita, no baila mucho en el programa a excepción cuando promociona un producto.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia riba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro plano americano. El camarógrafo hace un plano general de la presentadora para hablar de sus notas. Se hacen planos americanos para anunciar notas y presentar productos.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Silvana Torres da publicidad de tipo hogareñas, en la mención del producto ‘marimer’ se hace un plano general con el producto en las manos. Anuncia productos de la línea de electrodomésticos en tono alegre.
Tipo de comentario	Durante este programa la presentadora añade comentarios de cariño a su compañera Lissette Cedeño, añade que ella es una mujer que derrocha belleza, que es una mujer que siempre le gusta estar bella y que eso es bueno, además que admira que siempre está preparada para animar a la gente a través de la pantalla. Ante la note sobre un modelo ecuatoriano, indica que es un hombre como debe ser: huele rico, guapo y esbelto y que lo que el necesita es una mujer que esté acorde a su personalidad, es decir que sea guapa y bella.

Anexo 2/ Análisis del programa – Enero

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 02 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Blusa corta sin mangas color rojo, descotada en la parte del pecho y una falda apretada al cuerpo que le llega hasta 10 centímetros más arriba de la rodilla de color negro con estampados de flores de gran tamaño color rosado, cabello semirrecogido y lacio, aretes llamativos color rojo.
Comportamiento	Sube y baja su mirada como si estuviese coqueteando con la cámara y con una sonrisa extravagante.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa. Para presentar productos se usa plano medio. En la presentación del segmento ‘Look de los famosos’ se hace plano americano
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.
Tipo de comentario	Añade comentarios sobre cómo la mujer debe conservarse bella, añadiendo que es lo que se debe hacer, como lo ha hecho Mariela Viteri, a quien felicita por su cumpleaños y resalta la belleza de la mujer mediante las fotos de este personaje.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Silvana Torres	
FECHA DEL PROGRAMA: 02 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS

Vestimenta	Jumper con tonos lilas y estampados de flores amarillas por todo el vestido, con mangas cortas y la altura hasta 5 centímetros aproximadamente de sus rodillas.
Comportamiento	Tiene su mirada como de estar enojada y su mano en su mentón. Inicia el programa deseando un feliz año, y que además viene más preparada que nunca. Es muy seria, entusiasta por iniciar el año. No baila mucho, y cuando toca hacerlo lo hace frontal y poco sensual.
Posición de pantalla	En una toma de plano detalle con un movimiento de cámara desde la cabeza hasta el pecho detallando su mirada y sonrisa. Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural.
Tipo de publicidad/ Tono	En una toma de plano detalle con un movimiento de cámara desde la cabeza hasta el pecho detallando su mirada y sonrisa. Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural.
Tipo de comentario	Tras la polémica de dos profesionales de la moda ecuatoriana, ella resalta que ambos saben de su profesión y que tienen gran fama por siempre hacer lucir bien a las personas que es lo que más importa.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 03 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido apretado al cuerpo color verde militar sin mangas con tiras hasta el cuello, la altura del vestido es de 10 centímetros aproximadamente

	más arriba de la rodilla, cabello suelto lacio.
Comportamiento	Esta alegre y para demostrarlos tiene una gran sonrisa y levanta sus manos hacia arriba. Durante el programa baila de manera sensual mientras hay música, envía besos y guiña el ojo.
Posición de pantalla	En una toma de plano medio y paneos horizontales. El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa y acaba la entrada en un plano general. En cada presentación de notas el camarógrafo hace planos medios.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.
Tipo de comentario	Añade comentarios sobre conmemoración de la muerte de Sharon “La hechicera”, habla sobre la belleza de la mujer de cómo le gustaba estar siempre presentada, bien maquillada y de su cuerpo.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Silvana Torres

FECHA DEL PROGRAMA: 03 de enero del 2020

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido color verde militar, sin mangas y descubierta una manga en el hombro derecho en su totalidad, tiene una abertura que se abrocha con botones grandes color negro, la altura del vestido le llega hasta las rodillas. Cabello recogido en cola.
Comportamiento	Se nota una mirada seria, y no quiere decir nada hace una expresión con la mano sobre su boca como expresando que no dirá nada, y moviendo su cabeza de tal modo que parece decir que no a todo.

Posición de pantalla	<p>En una toma de plano detalle con un movimiento de cámara desde la cabeza hasta el pecho detallando su mirada y sonrisa.</p> <p>Para presentar notas hace un plano medio al igual que en las promociones.</p> <p>Va de un plano general a un plano medio y termina en un plano detalle del producto.</p>
Tipo de publicidad/ Tono	<p>En una toma de plano detalle con un movimiento de cámara desde la cabeza hasta el pecho detallando su mirada y sonrisa.</p> <p>Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural.</p>
Tipo de comentario	<p>Al igual que su compañera Lissette, resalta la belleza de la fallecida cantante, añade lo bella y esbelta que era es lo más importante y luego procede hablar de su talento como cantante.</p>

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 06 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	<p>Vestido color negro con encajes grandes de colores verdes y naranjas en la parte del pecho y en la parte baja del vestido, con mangas cortas, con la altura de hasta 5 centímetros aproximadamente, cabello semirrecogido y lacio.</p>
Comportamiento	<p>Sube y baja su mirada como si estuviese coqueteando con la cámara y con una sonrisa extravagante y su pierna izquierda delante con su mano puesta en ella posa para una foto guiñando el ojo.</p> <p>En el inicio del programa los compañeros del programa añaden que la presentadora se encuentra muy hermosa, ella baila de manera sensual y con una mirada seductora guiña un ojo a la vez que lanza un beso a la cámara.</p>

Posición de pantalla	<p>En una toma de plano medio y paneos horizontales.</p> <p>El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia riba de la presentadora en el inicio del programa y acaba la entrada en un plano general.</p> <p>En cada presentación de notas el camarógrafo hace planos medios.</p>
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.
Tipo de comentario	Añade comentarios de lógica durante el programa, con consejos personales debido a que ella es psicóloga.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Silvana Torres	
FECHA DEL PROGRAMA: 06 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Conjunto de una falda color mostaza con rayas de escarchas y la blusa en tirantes sin mangas del mismo color que la falda, la altura de la falda aproximadamente mide 5 centímetros más arriba de la rodilla, con el cabello recogido en cola.
Comportamiento	Se nota una mirada seria, y no quiere decir nada hace una expresión con la mano sobre su boca como expresando que no dirá nada, y moviendo su cabeza de tal modo que parece decir que no a todo.
Posición de pantalla	<p>El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia riba de la presentadora en el inicio del programa.</p> <p>Al inicio del programa el camarógrafo hace un plano detalle de su rostro.</p> <p>Para presentar productos se usa plano medio.</p>
Tipo de	En una toma de plano detalle con un movimiento de cámara desde la cabeza hasta el pecho detallando su mirada y sonrisa.

publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural.
Tipo de comentario	Realiza comentarios personales, sobre las notas emitidas que en este día fueron sobre rupturas amorosas, problemas entre talentos de otros medios y cumpleaños.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 07 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Bikini color negro de dos piezas, un pareo de color naranja que le cubre desde la cintura hasta los pies con una abertura en la esquina desde la cintura hasta los pies, cabello lacio y una cadena de flores grande.
Comportamiento	Sube y baja su mirada como si estuviese coqueteando con la cámara y con una sonrisa extravagante y su pierna izquierda delante con su mano puesta en ella posa para una foto guiñando el ojo. En el inicio del programa los compañeros del programa añaden que la presentadora se encuentra bella con el bikini que tiene, la hacen bailar y modelar y ella lo hace de una manera seductora.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace una toma de plano detalle con paneos horizontales desde sus pies hasta su cabeza. El camarógrafo hace un plano general de la presentadora al inicio del programa. Se hacen planos americanos para anunciar notas y presentar productos. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.

Tipo de comentario	Añade comentarios sobre la temporada carnalera, la época en donde las mujeres pueden presentar el cuerpo.
---------------------------	---

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Silvana Torres	
FECHA DEL PROGRAMA: 07 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Bikini de baño de dos piezas color rojo con un pareo color azul que lo lleva en sus manos una cadena de flores en su cuello y el cabello recogido, en su mano lleva una copa ya que festeja su cumpleaños.
Comportamiento	Durante este programa se encuentra alegre, divertida y emocionada por su cumpleaños.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia riba de la presentadora en el inicio del programa. Al inicio del programa el camarógrafo hace un plano detalle de su rostro. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	En una toma de plano detalle con un movimiento de cámara desde la cabeza hasta el pecho detallando su mirada y sonrisa. Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural.
Tipo de comentario	Realiza comentarios personales y de agradecimiento por el homenaje que le han hecho por su cumpleaños.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Lissette Cedeño

FECHA DEL PROGRAMA: 08 de enero del 2020

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido negro ceñido al cuerpo sin magas descubierto en la parte del pecho el vestido tiene unas rayas de forma ovalada color rosado, el cabello semirrecogido, y la altura del vestido es aproximadamente de 10 centímetros más arriba de sus rodillas.
Comportamiento	Sube y baja su cabeza mira hacia la cámara y hacia arriba sosteniéndose de su cintura. Baila durante el programa de manera sensual.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa y se detiene por segundos en su derrier y acaba en un plano americano. Se hace plano detalle de su rostro. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.
Tipo de comentario	Añade comentarios sobre la discordia que existe entre dos modelos ecuatorianas, añadiendo que son mujeres hermosas y bellas que es lo más importante y que además son profesionales. Sobre las decisiones de una modelo que ha tomado en su vida amorosa añade que es libre y lo importante es ser hermosa para seguir adelante, es decir que para triunfar hay que estar bella.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Silvana Torres

FECHA DEL PROGRAMA: 08 de enero del 2020

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido color mostaza con mangas largas, en la parte del pecho es ceñido al cuerpo y desde la cintura hasta los pies es holgado, cabello recogido con una trenza en su costado.
Comportamiento	Durante este programa se encuentra alegre, divertida y emocionada. Baila pero de una manera sonriente y frontal, muy seria y segura de su rol en el programa.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa. Al inicio del programa el camarógrafo hace un plano detalle de su rostro. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Silvana Torres da publicidad de tipo hogareñas, en la mención del producto 'marimer' se hace un plano general con el producto en las manos. Anuncia productos de la línea de electrodomésticos en tono alegre.
Tipo de comentario	Realiza comentarios personales sobre la situación sentimental de Sofia Caiche, añade que es una mujer guapa y hermosa, que ella decida en su vida sentimental. En el resto de comentarios lo hace de una forma eufórica y seria.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Lissette Cedeño

FECHA DEL PROGRAMA: 09 de enero del 2020

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido suelto sin mangas y descubierto en el pecho color negro con flores y hojas estampadas de color rojo amarillo y verde, cabello suelto y la altura del vestido aproximadamente de 5 centímetros más arriba de la rodilla.
Comportamiento	Sube y baja su cabeza mira hacia la cámara y hacia arriba sosteniéndose de su cintura. Baila durante el programa de manera sensual.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa y se detiene por segundos en su derrier y acaba en un plano americano. Se hace plano detalle de su rostro. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.
Tipo de comentario	Añade comentarios sobre algunas modelos ecuatorianas que se encuentran solteras y en proyectos, ella añade que son hermosas y que siempre van a tener la oportunidad de triunfar en lo que se propongan.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Silvana Torres

FECHA DEL PROGRAMA: 09 de enero del 2020

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido largo sin mangas de colores azul, plomo, con tonos naranjas y rojizos, con rayas, cabello recogido.

Comportamiento	Muestra un comportamiento serio, y al hablar de las notas lo hace con entusiasmo y en las menciones que en su mayoría son hogareñas lo hace con seguridad y animada.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia riba de la presentadora en el inicio del programa. Al inicio del programa el camarógrafo hace un plano detalle de su rostro. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Anuncia productos de la línea de electrodomésticos en tono alegre.
Tipo de comentario	Realiza comentarios personales sobre la situación sentimental de algunas modelos del país, añade que los hombres no saben lo que pierden, que son unas mujeres hermosas y que ella van a triunfar porque son hermosas.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 10 de diciembre 2019	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Crop top color naranja le cubre hasta el busto con mangas súper cortas, y una falda color azul que le llega hasta la cintura, cabello recogido en cola y lacio.
Comportamiento	En el inicio del programa ella baila de manera sensual y lanza besos hacia la cámara, añade que es viernes y que por eso hay que bailar. Sube y baja su mirada como si estuviese coqueteando con la cámara y con una sonrisa extravagante
Posición de	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia riba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro primer plano.

pantalla	Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come. Voz en off para mencionar productos de electrodomésticos
Tipo de comentario	Ella habla sobre una polémica nacional, en donde involucran a una modelo diciendo que los glúteos de ella son operados, añadiendo que ella debe sentirse segura y que a simple vista son grandes pero que es natural y que es hermosa y de eso debe estar orgullosa.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Silvana Torres	
FECHA DEL PROGRAMA: 10 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido la parte de superior de color verde con estampados de flores rosadas y el inferior color rosado, cabello recogido en cola y lacio
Comportamiento	Muestra un comportamiento serio, y al hablar de las notas lo hace con entusiasmo y en las menciones que en su mayoría son hogareñas lo hace con seguridad y animada.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia riba de la presentadora en el inicio del programa. Al inicio del programa el camarógrafo hace un plano detalle de su rostro. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Anuncia productos de la línea de electrodomésticos en tono alegre. Las menciones con relación de cuidados infantiles como el producto ‘Nestogeno’ los hace Silvana porque tiene un bebé, y lo hace en tono

	natural. (Voz en off).
Tipo de comentario	Sobre las críticas recibidas a una modelo, ella le envía apoyo añadiendo que debe estar segura de sí misma y que solo la gente envidiosa habla mal, además que es una mujer hermosa y eso es evidente.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 13 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Jumper con pantalón a rayas color amarillo rojo y azul sin mangas y sujeto en el cuello, cabello semirrecogido lacio.
Comportamiento	Sube y baja su cabeza mira hacia la cámara y hacia arriba sosteniéndose de su cintura. Baila durante el programa de manera sensual. Entusiasmada porque es lunes e inicia una nueva semana.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro primer plano. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.
Tipo de comentario	Añade comentarios sobre el segmento de travesía playera y con ella la llegada de una modelo para este segmento, los comentarios son sobre la envidia que cualquiera mujer puede tener sobre este cuerpo, que todas quieren tener un cuerpo así con medidas perfectas.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Silvana Torres

FECHA DEL PROGRAMA: 13 de enero del 2020

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Blusa color gris con mangas largas y falda color rojo, con la altura de aproximadamente 10 centímetros más arriba de su rodilla.
Comportamiento	Muestra un comportamiento relajado y alegre por la llegada la época carnavalesca al país. Baila de manera muy normal y natural.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un plano general de la presentadora y termina en un plano americano. Se hacen planos americanos para anunciar notas. Para presentar productos se usa plano medio
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Anuncia productos de la línea de electrodomésticos en tono alegre. Modela el producto de la compañía DIRECTV, lo sostiene en sus manos y baila junto a él.
Tipo de comentario	Sobre la participación de una modelo en el segmento playero creado por el programa, añade comentarios sobre el cuerpo y la sensualidad de la modelo, y que es la envidia de muchas mujeres y que cualquiera quisiera ser enamorado de ella.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 14 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido ceñid al cuerpo con mangas cortas con la altura de aproximadamente 10 centímetros más alto de sus rodillas, cabello recogido hecho una dona.
Comportamiento	En el inicio del programa su compañero anuncia que está acompañado de dos mujeres regias y menciona el nombre de Lissette ella se presenta bailando y se da la vuelta de manera sensual. Durante todo el programa ella baila de manera sensual y lanza besos hacia la cámara.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia riba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro primer plano. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.
Tipo de comentario	La mayoría de notas publicadas se basan en rupturas amorosas de talentos nacionales, ella da su perspectiva desde el punto de vista profesional que se desempeña, es decir desde la psicología.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Silvana Torres	
FECHA DEL PROGRAMA: 14 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido color negro largo en el parte inferior descotado en la parte del pecho y sin mangas, cabello recogido hecho dona.
Comportamiento	Muestra un comportamiento relajado y alegre por la llegada la época

nto	carnavalera al país. Baila de manera muy normal y natural.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un plano general de la presentadora y termina en un plano americano. Se hacen planos americanos para anunciar notas. Para presentar productos se usa plano medio
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Anuncia productos de la línea de electrodomésticos en tono alegre. Modela el producto de la compañía DIRECTV, lo sostiene en sus manos y baila junto a él.
Tipo de comentario	Durante este programa hubieron notas sobre las relaciones sentimentales de algunos talentos nacionales, ellas se empeña en enviar mensajes de trato de pareja para evitar rupturas.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 15 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Top color naranja con estampas florales, descotado dejando notar gran parte de su pechonalidad, pantalón acampanado de los mismos tonos del top, cabello semirrecogido y lacio.
Comportamiento	En el inicio del programa su compañero anuncia que es época carnavalera y Lissette baila de manera sensual, el camarógrafo se acerca y ella baila. Durante todo el programa baila, lanza besos y cuando es momento de promocionar algo lo hace de manera seductora. Da la bienvenida a unos cantantes de vallenato halagándolos por sus canciones y baila.

Posición de pantalla	<p>El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia riba de la presentadora en el inicio del programa y acaba la entrada en un plano general.</p> <p>En cada presentación de notas el camarógrafo hace planos medios.</p> <p>En la publicidad del pan de pascua aparece en plano general y termina en un primer plano</p>
Tipo de publicidad/ Tono	<p>Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.</p> <p>Da las menciones de otros productos solo “voz en off”.</p>
Tipo de comentario	<p>Durante el regreso de una modelo ecuatoriana que estuvo de vacaciones en el extranjero, ella añade que se encuentra relajada y más guapa que nunca y que le va a ir bien en este nuevo año.</p> <p>Hace comentarios sobre el público que crítica a una pareja de esposos añadiendo que el chico involucrado es una persona simpática y atractivo y que solo hablan los que están envidiosos.</p>

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Silvana Torres	
FECHA DEL PROGRAMA: 15 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Jumper color gris descotado y sin mangas, con pantalón, cabello suelto.
Comportamiento	<p>Sentada en el sofá, mientras escucha una canción romántica se abraza así misma cerrando sus ojos y tratando de tararear la canción.</p> <p>Baila de manera muy normal y natural.</p>
Posición de pantalla	<p>El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia riba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro plano americano.</p> <p>El camarógrafo hace un plano general de la presentadora para hablar de sus notas.</p> <p>Se hacen planos americanos para anunciar notas y presentar productos.</p>

Tipo de publicidad/ Tono	<p>Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural.</p> <p>Anuncia productos de la línea de electrodomésticos en tono alegre.</p> <p>Modela el producto de la compañía DIRECTV, lo sostiene en sus manos y baila junto a él.</p>
Tipo de comentario	<p>Durante este programa hubieron notas sobre las relaciones sentimentales ella recalca lo importante que es comunicarse en una relación para evitar problemas.</p> <p>Sobre la soltería de una modelo ecuatoriana ella añade que es hermosa y que no tendrá pretendientes por montón por ser bella.</p>

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 16 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido azul ceñido al cuerpo descotado en parte el pecho y con mangas finas, cabello recogido hecho cola y lacio.
Comportamiento	Sube y baja su mirada como si estuviese coqueteando con la cámara y con una sonrisa extravagante y su pierna izquierda delante con su mano puesta en ella posa para una foto guiñando el ojo.
Posición de pantalla	<p>El camarógrafo hace una toma de plano detalle con paneos horizontales desde sus pies hasta su cabeza.</p> <p>El camarógrafo hace un plano general de la presentadora al inicio del programa.</p> <p>Se hacen planos americanos para anunciar notas y presentar productos.</p> <p>Para presentar productos se usa plano medio.</p>
Tipo de	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.

publicidad/ Tono	
Tipo de comentario	<p>Añade comentarios sobre un modelo que se encuentra fuera de cámaras resaltando que es guapo y que muy pronto tendrá suerte para estar nuevamente en la TV.</p> <p>Añade comentarios de apoyo a los personajes del medio que tuvieron bebés, están mal de salud, etc.</p>

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Silvana Torres	
FECHA DEL PROGRAMA: 16 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido color azul con manchas celestes, la altura aproximadamente del vestido es hasta cubrir sus rodillas, cabello recogido con cola y trenza.
Comportamiento	Muestra un comportamiento serio, y al hablar de las notas lo hace con furor y en las menciones que en su mayoría son hogareñas lo hace con seguridad y animada.
Posición de pantalla	<p>El camarógrafo hace un plano general de la presentadora y termina en un plano americano.</p> <p>Se hacen planos americanos para anunciar notas. y presentar productos.</p> <p>Para presentar productos se usa plano medio.</p>
Tipo de publicidad/ Tono	<p>Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural.</p> <p>Anuncia productos de la línea de electrodomésticos en tono alegre.</p> <p>Modela el producto de la compañía DIRECTV, lo sostiene en sus manos y baila junto a él.</p>
Tipo de comentario	Los comentarios de la presentadora son en su mayoría eufóricos, muestra una actitud de seriedad y muy confiada de lo que dice.

	Añade su solidaridad a famosos que están pasando por problemas.
--	---

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 17 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Bikini de baño de dos piezas la parte inferior color rosado y la parte superior color celeste. Con el cabello suelto y lacio.
Comportamiento	Sube y baja su mirada como si estuviese coqueteando con la cámara y con una sonrisa extravagante y su pierna izquierda delante con su mano puesta en ella posa para una foto guiñando el ojo. Modela de manera sensual su traje de baño. Baila en todo el programa y se encuentra emocionada por la promoción de su video playero.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace una toma de plano detalle con paneos horizontales desde sus pies hasta su cabeza. El camarógrafo hace un plano general de la presentadora al inicio del programa. Se hacen planos americanos para anunciar notas y presentar productos. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.
Tipo de comentario	Sus reacciones de agradecimiento por el video playero que realizo, mismo en donde ella sale de una manera muy sensual y provocativa, además sale con poca ropa en todo el videoclip.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Silvana Torres

FECHA DEL PROGRAMA: 17 de enero del 2020

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Bikini de baño dos piezas color mostaza, con un kimono color blanco cubierto hasta más arriba de sus rodillas, cabello recogido hecha una trenza.
Comportamiento	Modela para la cámara con una sonrisa coqueta, se da una vuelta para que la cámara le enfoque todo su bikini de baño dejando mostrar su parte trasera. Baila de manera muy normal y natural.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro plano americano. El camarógrafo hace un plano general de la presentadora para hablar de sus notas. Se hacen planos americanos para anunciar notas y presentar productos.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Anuncia productos de la línea de electrodomésticos en tono alegre. Modela el producto de la compañía DIRECTV, lo sostiene en sus manos y baila junto a él.
Tipo de comentario	Durante este programa se publicó el video playero de su compañera Lissette añadiendo que más de uno ha quedado con la boca abierta al ver la sensualidad y belleza de la presentadora. Además habla sobre el provocativo video de una modelo en redes, añadiendo que con el cuerpo que ella tiene puede hacer lo que quiere porque es libre y solo la gente envidiosa la crítica.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Lissette Cedeño

FECHA DEL PROGRAMA: 20 de enero del 2020

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido color amarillo ceñido al cuerpo sin mangas con la altura aproximadamente de 10 centímetros más arriba de sus rosillas, cabello suelto y lacio.
Comportamiento	Modela para la cámara con una sonrisa coqueta, se da una vuelta para que la cámara le enfoque. En el inicio del programa los compañeros del programa añaden que la presentadora se encuentra muy hermosa, ella baila de manera sensual y con una mirada seductora guiña un ojo a la vez que lanza un beso a la cámara.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace una toma de plano detalle con paneos horizontales desde sus pies hasta su cabeza. El camarógrafo hace un plano general de la presentadora al inicio del programa. Se hacen planos americanos para anunciar notas y presentar productos. Para presentar productos se usa plano medio.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.
Tipo de comentario	Sus comentarios en las notas son cortos y solo apoya o continúa con las acotaciones de sus compañeros. Añade la importancia del maquillaje, vestimenta y accesorios de las mujeres para una entrevista con un medio en especial cuando son cantantes, porque es necesario estar siempre arregladas.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Silvana Torres

FECHA DEL PROGRAMA: 20 de enero del 2020

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido color azul hasta las rodillas sin mangas, con el cabello recogido y hecho trenza.
Comportamiento	Modela para la cámara con un toque de sensualidad, y mostrando su belleza. Baila de manera muy normal y natural.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia arriba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro plano americano. El camarógrafo hace un plano general de la presentadora para hablar de sus notas. Se hacen planos americanos para anunciar notas y presentar productos.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Anuncia productos de la línea de electrodomésticos en tono alegre. Modela el producto de la compañía DIRECTV, lo sostiene en sus manos y baila junto a él.
Tipo de comentario	Sus comentarios son eufóricos y centrados a defender desde una postura de lo correcto y cómo deben de proceder las cosas.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Lissette Cedeño

FECHA DEL PROGRAMA: 21 de enero del 2020

CATEGORÍA	ANÁLISIS
------------------	-----------------

Vestimenta	Jumper de pantalón color naranja con estampados de flores alargadas de diferentes colores, cabello recogido hecho cola, lacio.
Comportamiento	Modela para la cámara con una sonrisa coqueta, se da una vuelta para que la cámara le enfoque. Sentada en la silla frente al escritorio la cámara le enfoca sonrío y con su mano realiza un gesto de no creer lo que están diciendo los amigos.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia riba de la presentadora en el inicio del programa, se centra en su rostro primer plano. Para presentar productos se usa plano medio. En momentos se hacen primer plano a su rostro para lanzar besos.
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.
Tipo de comentario	Sus comentarios en las notas son cortos y solo apoya o continúa con las acotaciones de sus compañeros. Añade el buen cuerpo que tiene una modelo que participa en el segmento “travesía playera” además indica que con ese cuerpo a más de uno sacón un suspiro por su belleza y su cuerpo.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

CONDUCTORA: Silvana Torres

FECHA DEL PROGRAMA: 21 de enero del 2020

CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	La presentadora Silvana lleva una blusa dorada con mangas larga y descubierto en el pecho, lleva una falda ceñida al cuerpo y corta hasta la altura de la rodilla.
Comportamiento	En el inicio del programa ella anuncia que es el veneno del programa, muestra en todo el programa una actitud seria y en casos un poco agresiva en polémicas.

	Sentada en la silla frente al escritorio la cámara le enfoca sonrío y con su mano realiza un gesto de no creer lo que están diciendo los amigos.
Posición de pantalla	El camarógrafo hace un plano general de la presentadora al inicio del programa. Se hacen planos americanos para anunciar notas. y presentar productos. Para presentar productos se usa plano medio
Tipo de publicidad/ Tono	Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural. Silvana Torres da publicidad de tipo hogareñas, en la mención del producto ‘marimer’ se hace un plano general con el producto en las manos.
Tipo de comentario	Añade comentarios sobre la llegada de una modelo al reality playero, añadiendo que la participante tiene un cuerpo como debe ser, bien perfeccionado.

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Lissette Cedeño	
FECHA DEL PROGRAMA: 22 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Vestido rojo ceñido al cuerpo, cubierto hasta el cuello, sin mangas, cubriendo hasta 10 cm más arriba de la rodilla, dejando notar sus rodillas y la parte superior de las piernas.
Comportamiento	Sube y baja su cabeza mira hacia la cámara y hacia arriba sosteniéndose de su cintura. Baila durante el programa de manera sensual. Da la bienvenida a una agrupación de chicos de forma muy emocionada y contenta. Baila de manera sensual.

Posición de pantalla	<p>El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia riba de la presentadora en el inicio del programa y se detiene por segundos en su derrier y acaba en un plano americano.</p> <p>Se hace plano detalle de su rostro.</p> <p>Para presentar productos se usa plano medio.</p>
Tipo de publicidad/ Tono	<p>Da la mención de pasteles DOLUPA, de manera sensual saca la lengua y con tono seductor menciona las características del producto y lo come.</p> <p>En la mención de la empresa DIRECTV el producto está en cerca de sus piernas, mientras ella da las características.</p> <p>Voz en off de productos electrodomésticos.</p>
Tipo de comentario	<p>Añade comentarios sobre el cambio de look de una modelo que ha recibido críticas, añadiendo que es una mujer hermosa y que lo importante es eso y que todo lo que ella haga le quedará bien.</p> <p>Habla de consejos para parejas, amor, entre otros.</p>

ANÁLISIS DE CONTENIDO	
CONDUCTORA: Silvana Torres	
FECHA DEL PROGRAMA: 22 de enero del 2020	
CATEGORÍA	ANÁLISIS
Vestimenta	Blusa gris con mangas largas y una falda de color negro que esta aproximadamente 10 centímetros más arriba de sus rodillas, cabello recogido, y hecho trenza.
Comportamiento	Durante este programa se encuentra alegre, divertida y emocionada. Baila pero de una manera sonriente y frontal, muy seria y segura de su rol en el programa.
Posición de pantalla	<p>El camarógrafo les hace un plano americano y poco a poco les hace un acercamiento y les hace una toma de perfil en plano americano.</p> <p>El camarógrafo hace un TILT de abajo hacia riba de la presentadora en el inicio del programa.</p>

	<p>Al inicio del programa el camarógrafo hace un plano detalle de su rostro.</p> <p>Para presentar productos se usa plano medio.</p>
<p>Tipo de publicidad/ Tono</p>	<p>Da la mención productos de cocina, primero desde un plano en donde sale ella y luego el camarógrafo se enfoca solo en el producto, lo hace con un tono de voz natural.</p> <p>Silvana Torres da publicidad de tipo hogareñas, en la mención del producto ‘marimer’ se hace un plano general con el producto en las manos.</p> <p>Anuncia productos de la línea de electrodomésticos en tono alegre.</p>
<p>Tipo de comentario</p>	<p>Realiza comentarios sobre el look de una modelo, añade que la mujer que es hermosa todo le queda bien.</p> <p>Durante el programa habla sobre las relaciones de los personajes del medio, sus intervenciones son eufóricas y serias al momento de hablar.</p>

Anexo 3/ Análisis Colita farandulera

ANÁLISIS DE SEGMENTO COLITA FARANDULERA			
Fecha: Semana del 10 al 14 de febrero			
Modelo	Enfoques de cámara	Reto/Especificar	Análisis general
<p>Karla Durán</p> <p>Figura N° 1</p>	<p>Plano general del cuerpo completo.</p> <p>Plano americano hasta las rodillas.</p> <p>Plano medio hasta la cintura.</p> <p>Plano medio corto hasta el pecho.</p> <p>Primer plano de sus glúteos y senos.</p> <p>Primerísimo primer plano de su rostro.</p>	<p>Presentación de la candidata al concurso ‘Miss Colita Farandulera’.</p>	<p>Durante la presentación de las modelos, lo indispensable es que deben presentarse en traje de baño, son presentadas una por una y deben de desfilan por el set del programa.</p> <p>Los principales enfoques de cámara son de sus glúteos. Al momento de presentarse añaden sus datos generales y la mayoría resaltan las dimensiones de su cuerpo y el por qué va a ganar el reto de colita farandulera.</p> <p>Desde el inicio del concurso se resalta la importancia de los estereotipos de belleza; cada una de las chicas del concurso resalta lo importante del cuerpo y maquillaje al igual que el presentador.</p> <p>El jurado que evaluará a cada una de las chicas indica que serán exigentes en la presencia de ellas, tiene que siempre estar bien presentadas.</p>
<p>Daniela Ayovi</p> <p>Figura N° 2</p>	<p>Plano general del cuerpo completo.</p> <p>Plano americano hasta las rodillas.</p> <p>Plano medio hasta la cintura.</p> <p>Plano medio corto hasta el pecho.</p> <p>Primer plano de sus glúteos y senos.</p> <p>Primerísimo primer plano de su rostro.</p>	<p>Presentación de la candidata al concurso ‘Miss Colita Farandulera’.</p>	<p>Durante la presentación de las modelos, lo indispensable es que deben presentarse en traje de baño, son presentadas una por una y deben de desfilan por el set del programa.</p> <p>Los principales enfoques de cámara son de sus glúteos. Al momento de presentarse añaden sus datos generales y la mayoría resaltan las dimensiones de su cuerpo y el por qué va a ganar el reto de colita farandulera.</p> <p>Desde el inicio del concurso se resalta la importancia de los estereotipos de belleza; cada una de las chicas del concurso resalta lo importante del cuerpo y maquillaje al igual que el presentador.</p> <p>El jurado que evaluará a cada una de las chicas indica que serán exigentes en la presencia de ellas, tiene que siempre estar bien presentadas.</p>
<p>Genesis Cedeño</p> <p>Figura N° 3</p>	<p>Plano general del cuerpo completo.</p> <p>Plano americano hasta las rodillas.</p> <p>Plano medio hasta la cintura.</p> <p>Plano medio corto hasta el pecho.</p> <p>Primer plano de sus glúteos y senos.</p> <p>Primerísimo primer plano de su</p>	<p>Presentación de la candidata al concurso ‘Miss Colita Farandulera’.</p>	<p>Durante la presentación de las modelos, lo indispensable es que deben presentarse en traje de baño, son presentadas una por una y deben de desfilan por el set del programa.</p> <p>Los principales enfoques de cámara son de sus glúteos. Al momento de presentarse añaden sus datos generales y la mayoría resaltan las dimensiones de su cuerpo y el por qué va a ganar el reto de colita farandulera.</p> <p>Desde el inicio del concurso se resalta la importancia de los estereotipos de belleza; cada una de las chicas del concurso resalta lo importante del cuerpo y maquillaje al igual que el presentador.</p> <p>El jurado que evaluará a cada una de las chicas indica que serán exigentes en la presencia de ellas, tiene que siempre estar bien presentadas.</p>

	rostro.		
Josselyn Andrade <i>Figura</i> <i>N° 4</i>	<p>Plano general del cuerpo completo.</p> <p>Plano americano hasta las rodillas.</p> <p>Plano medio hasta la cintura.</p> <p>Plano medio corto hasta el pecho.</p> <p>Primer plano de sus glúteos y senos.</p> <p>Primerísimo primer plano de su rostro.</p>	Presentación de la candidata al concurso ‘Miss Colita Farandulera’.	
Linda Moran <i>Figura</i> <i>N° 5</i>	<p>Plano general del cuerpo completo.</p> <p>Plano americano hasta las rodillas.</p> <p>Plano medio hasta la cintura.</p> <p>Plano medio corto hasta el pecho.</p> <p>Primer plano de sus glúteos y senos.</p> <p>Primerísimo primer plano de su rostro.</p>	Presentación de la candidata al concurso ‘Miss Colita Farandulera’.	
Gabriela San Andrés <i>Figura</i> <i>N° 6</i>	<p>Plano general del cuerpo completo.</p> <p>Plano americano hasta las rodillas.</p> <p>Plano medio hasta la cintura.</p> <p>Plano medio corto hasta el pecho.</p> <p>Primer plano de sus glúteos y senos.</p> <p>Primerísimo primer plano de su rostro.</p>	Presentación de la candidata al concurso ‘Miss Colita Farandulera’.	
Denisse Yagual	Plano general del cuerpo completo.	Presentación de la candidata al	

<p>Figura N° 7</p>	<p>Plano americano hasta las rodillas. Plano medio hasta la cintura. Plano medio corto hasta el pecho. Primer plano de sus glúteos y senos. Primerísimo primer plano de su rostro.</p>	<p>concurso ‘Miss Colita Farandulera’.</p>	
<p>Madeleine Delgado Figura N° 8</p>	<p>Plano general del cuerpo completo. Plano americano hasta las rodillas. Plano medio hasta la cintura. Plano medio corto hasta el pecho. Primer plano de sus glúteos y senos. Primerísimo primer plano de su rostro.</p>	<p>Presentación de la candidata al concurso ‘Miss Colita Farandulera’.</p>	
<p>Yadiuxy Barcos Figura N° 9</p>	<p>Plano general del cuerpo completo. Plano americano hasta las rodillas. Plano medio hasta la cintura. Plano medio corto hasta el pecho. Primer plano de sus glúteos y senos. Primerísimo primer plano de su rostro.</p>	<p>Presentación de la candidata al concurso ‘Miss Colita Farandulera’.</p>	
<p>Bibian Carrión Figura N° 10</p>	<p>Plano general del cuerpo completo. Plano americano hasta las rodillas. Primer plano de sus glúteos y senos.</p>	<p>Presentación de la candidata al concurso ‘Miss Colita Farandulera’.</p>	

	Primerísimo primer plano de su rostro.		
Jurely Chica Figura N° 11	Plano general del cuerpo completo. Plano americano hasta las rodillas. Primer plano de sus glúteos y senos. Primerísimo primer plano de su rostro.	Presentación de la candidata al concurso 'Miss Colita Farandulera'	



Figura N° 1/Anexo 3



Figura N° 2/Anexo 3



Figura N° 3/Anexo 3



Figura N° 4/Anexo 3



Figura N° 5/Anexo 3



Figura N°/Anexo 3



Figura N° 7/Anexo 3



Figura N° 8/Anexo 3



Figura N° 9/Anexo 3



Figura N° 10/Anexo 3



Figura N° 11/Anexo 3

Anexo 4/ Análisis Colita farandulera

ANÁLISIS DE SEGMENTO COLITA FARANDULERA			
Fecha: Semana del 17 al 21 de febrero			
Modelo	Enfoques de cámara	Reto	Análisis general
Karla Durán	<ul style="list-style-type: none"> • Plano general de la modelo. • Plano americano del dorso superior y piernas. • Primer plano de sus glúteos. 	Promoción de un producto. <i>Figura N° 1</i>	La concursante tiene el producto en sus manos, en este caso es una toalla, con un tono seductor promociona el producto y lo pasa por su cuerpo de una manera seductiva.
Denisse Yagual	<ul style="list-style-type: none"> • Plano general de la modelo. • Plano americano del dorso superior y piernas. • Primer plano de sus glúteos. 	Promoción de un producto. <i>Figura N° 2</i>	La modelo tiene en sus manos un sombrero y las promociona, se pone nerviosa durante la exposición y finaliza la presentación con un modelaje sensual.
Jurely Chica	<ul style="list-style-type: none"> • Plano general de la modelo. • Plano americano del dorso superior y piernas. • Primer plano de sus glúteos. 	Promoción de un producto. <i>Figura N° 3</i>	Durante la exposición ella se muestra muy segura al momento de hablar, su tono de voz es natural y se mueve de manera sensual con el producto.
Madeleine Delgado	<ul style="list-style-type: none"> • Plano general de la modelo. • Plano americano del dorso superior y piernas. • Primer plano de sus glúteos. 	Promoción de un producto. <i>Figura N° 4</i>	En la presentación de Madeleine, ella debe de promocionar una prenda de traje de baño. Desliza el producto por todo su cuerpo y en especial por el dorso inferior, añadiendo que si quieren lucir “fashion y bella”

			deben comprar ese producto.
Josselyn Andrade	<ul style="list-style-type: none"> • Plano general de la modelo. • Plano americano del dorso superior y piernas. • Primer plano de sus glúteos. 	Promoción de un producto. Figura N° 5	La modelo debe promocionar una cartera, lo hace de manera natural y con nerviosismo, solo juega con las cámaras y se retira con modelaje sensual.
Linda Moran	<ul style="list-style-type: none"> • Plano general de la modelo. • Plano americano del dorso superior y piernas. • Primer plano de sus glúteos. 	Promoción de un producto. Figura N° 6	Linda Moran, presenta el producto de unas zapatillas, lo hace con un tono natural, al igual que las otras candidatas y como obligación se presenta en traje de baño.
Bibian Carrión	<ul style="list-style-type: none"> • Plano general de la modelo. • Plano americano del dorso superior y piernas. • Primer plano de sus glúteos. 	Promoción de un producto. Figura N° 7	La candidata modela con el producto en sus manos y empieza la exposición, el tono de voz es sensual y en su diálogo añade que para ser bella el color de piel perfecto es un bronceado.
Génesis Cedeño	<ul style="list-style-type: none"> • Plano general de la modelo. • Plano americano del dorso superior y piernas. • Primer plano de sus glúteos. 	Promoción de un producto. Figura N° 8	Génesis se muestra muy segura al momento de hablar de su producto mismo que es un terno de baño, muestra su cuerpo de perfil y modela con la prenda en sus manos, en todo momento es sensual.
Yadiuxi	<ul style="list-style-type: none"> • Plano general de la 	Promoción de	Yadiuxi muestra una actitud

Barcos	<p>modelo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plano americano del dorso superior y piernas. • Primer plano de sus glúteos. 	<p>un producto</p> <p>Figura N° 9</p>	<p>relajada al momento de hablar de la gorra que oferta, para llamar la atención mueve su cuerpo de manera sensual, hace poses donde resalta sus caderas y pechos.</p>
Daniela Ayovi	<ul style="list-style-type: none"> • Plano general de la modelo. • Plano americano del dorso superior y piernas. • Primer plano de sus glúteos. 	<p>Promoción de un producto</p> <p>Figura N° 10</p>	<p>La concursante promociona una tabla de surf y que la igual que todas las candidatas lo hace en traje de baño, habla del producto mientras hace poses cerca de ella, al culminar su presentación se pone de manera sensual para acabar la propaganda.</p>
Gabriela San Andres	<ul style="list-style-type: none"> • Plano general de la modelo. • Plano americano del dorso superior y piernas. • Primer plano de sus glúteos. 	<p>Promoción de un producto</p> <p>Figura N° 11</p>	<p>La candidata promociona una falda hawaiana, lo hace con tono natural, no hace poses, se enfoca en el producto y lo modela.</p>



Figura N° 1/Anexo 4



Figura N° 2/Anexo 4



Figura N° 3/Anexo 4



Figura N° 4/Anexo 4



Figura N° 5/Anexo 4



Figura N° 6/Anexo 4



Figura N° 7/Anexo 4



Figura N° 8/Anexo 4



Figura N° 9/Anexo 4



Figura N° 10/Anexo 4



Figura N° 11/Anexo 4

Anexo 5/ Análisis Colita farandulera

ANÁLISIS DE SEGMENTO COLITA FARANDULERA			
Fecha: Semana del 24 al 28 de febrero			
Modelo/s	Enfoques de cámara	Reto	Análisis general
<p>1.-Karla Durán</p> <p>2.-Daniela Ayovi</p> <p>3.-Génesis Cedeño</p> <p>4.-Josselyn Andrade</p> <p>5.-Linda Moran</p> <p>6.-Gabriela San Andrés</p> <p>7.-Denisse Yagual</p> <p>8.-Madeleine Delgado</p> <p>9.-Yadiuxy Barcos</p> <p>10.-Bibian Carrión</p> <p>11.-Jurely Chica</p>	<p>Plano general: Al anunciar la presentación de una candidata se hace un plano general de la aspirante del certamen, mientras ellas realizan una pequeña presentación se usa este plano en todas las candidatas.</p> <p>Plano americano: En el recorrido de la pasarela se aplica este plano y hacerle un seguimiento haciendo un juego de cámara.</p> <p>Plano medio: Mientras están en la pasarela en el momento de regresar al punto donde iniciaron su recorrido de modelaje se usa este plano para enfocar sus piernas y glúteos. En algunos de los casos al dar la vuelta se enfoca sus pechos.</p>	<p>Modelar sobre una pasarela de 20cm de ancho.</p> <p><i>Anexo 1</i></p> <p><i>Anexo 2</i></p> <p><i>Anexo 3</i></p> <p><i>Anexo 4</i></p>	<p>Cada una de las chicas es llamada una por una a la pasarela, y en el momento de modelar todas llevan bikinis contruidos en dos piezas: brasier y tanga. Cada una de ellas lo hace de manera sensual mientras sus datos son publicados.</p> <p>El jurado al momento de opinar sobre la participación de las chicas indica que “Hubo mucha belleza y profesionalismo en la pasarela” pero que no deben olvidar que la elección es de la colita farandulera por lo cual deben destacarse en eso.</p> <p>Además se añadió opinión sobre la sección de fotos realizada a las concursantes añadiendo que fueron muy sensuales y que eso es importante, la belleza de la mujer debe siempre resaltarse en un buen peinado, maquillaje y cuerpo bien trabajado.</p>



Figura N° 1/Anexo 5

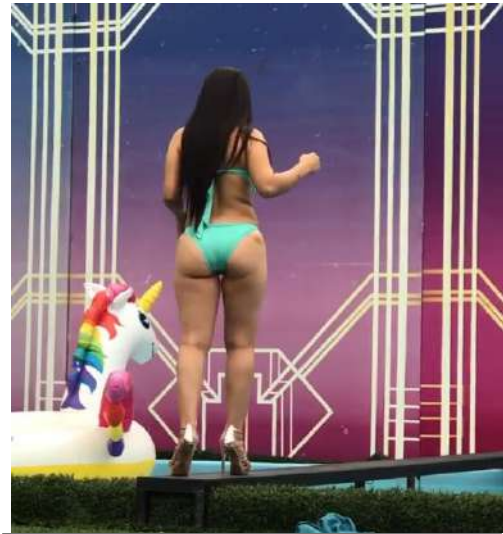


Figura N° 2/Anexo 5



Figura N° 3/Anexo 5



Figura N° 4/Anexo 5

Anexo 6/ Análisis Colita farandulera

ANÁLISIS DE SEGMENTO COLITA FARANDULERA			
Fecha: Semana del 02 al 06 de marzo			
Modelo/s	Enfoques de cámara	Reto	Análisis general
<p>1.-Karla Durán</p> <p>2.-Daniela Ayovi</p> <p>3.-Génesis Cedeño</p> <p>4.-Josselyn Andrade</p> <p>5.-Linda Moran</p> <p>6.-Gabriela San Andrés</p> <p>7.-Denisse Yagual</p> <p>8.-Madeleine Delgado</p> <p>9.-Yadiuxy Barcos</p> <p>10.-Bibian Carrión</p> <p>11.-Jurely Chica</p>	<p>Plano general: Las candidatas sentadas frente a un espejo y con instrumentos de maquillaje. También se utiliza este plano para grabar su desfile por la pasarela.</p> <p>Primerísimo primer plano: Se hacen esta toma para grabar a las chicas mientras se maquillan y cuando son evaluadas por el jurado.</p> <p>Plano detalle: Cuando las chicas se maquillan usan esta toma para ver cómo se desarrollan.</p>	<p>Durante la semana del 02 al 06 de marzo las candidatas deben de “producirse” ellas mismas es decir, maquillarse y elegir el vestuario que usarán en el reto.</p> <p><i>Anexo 1</i></p> <p><i>Anexo 2</i></p> <p><i>Anexo 3</i></p> <p><i>Anexo 4</i></p>	<p>-Los jueces al iniciar el programa añaden que serán muy enfáticos al momento de evaluar su maquillaje ya que es necesario estar bien presentadas para poder avanzar en el concurso.</p> <p>-Cada una de las candidatas tiene un maquillaje exuberante; el jurado indica que este es un programa y que por lo mismo deben ir a la par, es decir no pueden salir en el programa mostrando un rostro simple y apagado, lo que se necesita es resaltar la belleza de la mujer, y esto se complementa con el look y los cosméticos que se usa.</p> <p>-En la mayoría de comentarios se llega a la conclusión de que: si no se está bien pintada no es bonita.</p>



Figura N° 1/Anexo 6



Figura N° 2/Anexo 6



Figura N° 3/Anexo 6



Figura N° 4/Anexo 6

Anexo 7/ Análisis Colita farandulera

ANÁLISIS DE SEGMENTO COLITA FARANDULERA			
Fecha: Semana del 09 al 13 de marzo			
Modelo/s	Enfoques de cámara	Reto	Análisis general
<p>1.-Karla Durán</p> <p>2.-Daniela Ayovi</p> <p>3.-Génesis Cedeño</p> <p>4.-Josselyn Andrade</p> <p>5.-Linda Moran</p> <p>6.-Gabriela San Andrés</p> <p>7.-Denisse Yagual</p> <p>8.-Madeleine Delgado</p> <p>9.-Yadiuxy Barcos</p> <p>10.-Bibian Carrión</p> <p>11.-Jurely Chica</p>	<p>Plano general: De cada una de las candidatas en la pasarela luciendo trajes que representan de la provincia a la que pertenecen.</p> <p>Primerísimo plano: Se utiliza este plano para enmarcar los detalles que lleva el traje.</p> <p>Plano detalle: Para captar la sonrisa y gestos de las candidatas y analizar con más detenimiento los accesorios de la participante.</p>	<p>Modelaje de traje típico.</p>	<p>Desde la apertura del concurso todos los retos las candidatas han tenido que presentarse en traje de baño, esta vez sus cuerpos están completamente vestido.</p> <p>En la presentación de cada una de las chicas, el jurado se enfoca en evaluar el maquillaje añadiendo que tiene que ir en compás con el traje, la necesidad de estar bien presentada juega un papel importante en el concurso.</p> <p>En toda la semana solo se enfocaron en los puntos mencionados, en resaltar maquillaje, modela, poses y dialecto.</p>