

UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:** *Los cánones de belleza impuestos en los medios de comunicación,  
canal TC 2021*

**Autora:** Alva Alejandra Acosta Solorzano

**Tutor:** Msc. Alejandra Campi Maldonado

Babahoyo – Ecuador

2021

## DEDICATORIA

*Dedico este trabajo a mis padres, por haber sido mi más grande apoyo en todo momento, nunca dudaron de mí y han sido mi mayor fortaleza, por supuesto también dedico este trabajo a mis docentes de mi facultad, los cuales me brindaron su sabiduría en cada etapa de mi vida estudiantil.*

## AGRADECIMIENTO

*Primero que nada, quiero agradecer a Dios, por haberme dado fuerzas para cada capítulo de mi vida, a mis padres por ser mi apoyo constante en cada momento que atravieso, a mi familia por siempre estar a mi lado, a mis docentes por su infinita sabiduría compartida conmigo y a mis compañeros por haber hecho de mi vida estudiantil una de las mejores etapas de mi vida. Gracias.*

## RESUMEN

La presente investigación se desarrolla con el objetivo de analizar los medios de comunicación ecuatoriana, tomando como muestra al segmento de noticias del canal TC, para establecer si existe una relación entre el canon de belleza establecido y la contratación en dicho medio de comunicación. Se analizará si en los medios de comunicación son inclusivos con sus protagonistas de pantalla o si se basan en una imagen para seleccionar a sus presentadores.

Este trabajo se sustenta en la aplicación de una metodología cualitativa, que busca analizar la aceptación de los televidentes por los personajes mostrados en pantalla, y una investigación previa del panorama general que existe sobre los cánones actuales y su relación con la televisión, tomando como principal referencia documentales, documentos en PDF, sitios web seguros y opiniones dichas por expertos del área. Con los resultados obtenidos de las investigaciones y metodologías se buscará esclarecer el panorama que se vive en la pantalla, si es inclusivo o selectivo.

Esta investigación ha permitido generar una aproximación hacia la realidad que se vive en pantalla y su manejo interno, al analizar cada segmento y establecer relaciones entre sus personajes se puede saber mucho de cómo es el ambiente interno de cada canal y si su objetivo es el profesionalismo antes que el populismo.

**Palabras clave:** Canon – Belleza – Medios de comunicación – Periodistas – Canal TC.

## INDICE GENERAL

Caratula.....	0
Dedicatoria.....	1
Agradecimiento.....	2
Autorización de la autoría intelectual.....	3
Certificado del tutor.....	4
Resumen.....	5-6
Resultados del trabajo de graduación.....	7
Informe final del sistema URKUND.....	8
Índice General.....	9
Introducción.....	10-11
Justificación.....	12
Objetivo.....	13
Sustento teórico.....	14-19
Técnicas aplicadas para la recolección de información.....	20
Resultados obtenidos.....	21.22
Conclusiones.....	23
Bibliografía.....	24-25
Anexos.....	26-29

## INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación tienen un alcance masivo “el poder que tienen los medios sobre el telespectador y la complejidad del mismo lleva a analizar el alcance real de los efectos que puede llegar a tener en determinada sociedad” (Deysi & José, 2017) por ello es importante analizar lo que estos nos están inculcando a través de su programación.

Los estereotipos de belleza impuestos por la misma sociedad son un problema al que poca relevancia se le ha dado, sin embargo, existen y afectan tanto a hombres como a mujeres pues limitan la selección imparcial para poder rendir en medios de comunicación visuales.

Junto con las costumbres que nos han venido transmitiendo desde la antigüedad nuestros ancestros, también nos han heredado prejuicios hacia ciertos grupos que poco a poco se han tratado de borrar de la mentalidad de las nuevas generaciones, no obstante, es una lucha constante a la que varios integrantes de distintas etnias se enfrentan.

La realidad es que existen varios prejuicios hacia ciertos grupos que han sido desvalorizados desde tiempos antiguos, estos son hechos históricos pues el hombre blanco se creía superior a todas las demás razas y por ello se fue influenciando el menosprecio hacia las demás, cuando actualmente existen indios con igual o más preparación en diferentes campos que “el hombre blanco”, o un “Afro” con mayor capacidad para ser un líder mundial.

Cabe mencionar que “La imagen de belleza que se propone como ideal, se encuentra muy lejos de ser Saludable” (Torres, 2017) por lo tanto mantener un estatus de belleza que se propone como “correcto” es proponer una tortura, “los medios de comunicación y la publicidad difunden unos estándares de belleza imposibles de alcanzar” (Arrizabalo, 2015)

de este modo también el nivel económico hace acto de presencia puesto que solo las personas con un alto nivel de ingresos podrían costear el precio de la “perfección”, por lo tanto este “modelo de perfección” no solo nos divide estéticamente sino socialmente.

Por ello muchos medios de comunicación han creado campañas de inclusión que fomentan la igualdad y desean unificar a todas las razas, pero ¿Estarán siendo inclusivos en sus espacios televisivos? Bueno, eso se averiguará en esta investigación donde se analizará una sección de un medio de comunicación para revisar qué tan inclusivos están siendo.

## **JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación se realiza con la finalidad de analizar si existe un sistema de selección impulsado por el físico a la hora de escoger a aquellos que estarán presentando información en la televisión, debido a los constantes casos de racismo y desigualdad que existen en el Ecuador la intención de este trabajo es averiguar si en la pantalla existe algún tipo de discriminación que no estamos notando.

En este estudio se busca encontrar la verdad sobre lo que sucede en la selección del personal que labora en los medios de comunicación, dando un mayor enfoque en el área de noticias, para desvelar la duda existente de si el físico es prioridad ante los títulos y conocimientos adquiridos por los que desean laborar en el área de comunicación.

Dando una mirada al Ecuador se puede notar la variación cultural que existe, cada rincón de este país tiene características únicas y distintivas tanto en sus ciudades como en sus personajes. En Ecuador habitan cerca de 17 millones de personas con características únicas y distintivas, por ello resulta interesante analizar si esta variación también puede ser apreciada en sus medios de comunicación, sobre todo en los que tienen mayor alcance.

No es de olvidar que los medios de comunicación no solo tienen la labor de informar sino también de educar y expandir nuestro conocimiento, sin una variedad en pantalla estaríamos limitando nuestro ojo a solo un grupo de personas y no seríamos capaces de comprender el amplio país que habitamos, por ello es justo y necesario verificar si existe una inclusión en la pantalla o estamos dominados por un canon que prevalece en los medios.

## **PROBLEMA GENERAL**

¿Cuáles son los cánones de belleza impuestos en los medios de comunicación ecuatoriana, canal TC 2021?

## **PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- ¿Cuál es el canon de belleza actual?
- ¿Existen personas en el medio de comunicación Tc que pertenezcan a distintas etnias?
- ¿Se toma en cuenta el físico a la hora de proporcionar un espacio en la pantalla?

## **OBJETIVO GENERAL**

Determinar los cánones de belleza impuestos en los medios de comunicación ecuatoriana, canal TC 2021.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Investigar cuales son los cánones de belleza que existen en la actualidad
- Analizar la diversidad cultural en los presentadores que laboran en los medios de comunicación.
- Exponer el perfil de los presentadores de las noticias en TC

## **Sustento Teórico**

Un canon es, dentro del concepto que estamos tratando, un “modelo de características perfectas” (RAE, 2020), si hablamos del canon de belleza nos referimos a “el prototipo que reúne las características de lo que una sociedad considera convencionalmente como bello, atractivo, perfecto” (Casá, 2020) y es especialmente usado en los medios de comunicación, más en la televisión, donde los estereotipos gobiernan la pantalla.

Se sabe que la comunicación es, ante todo, un proceso de producción y consumo cultural, donde la variación hace más fácil la comprensión, visto desde esta perspectiva “la comunicación no es solo información, publicidad, marketing, sino también dialogo, relaciones, percepciones y representaciones de estereotipos, etc.” (Castañeda, 2018) Es una ventana al mundo, por la cual la sociedad percibe lo que se muestra en pantalla como lo que es aceptado a modo general dentro de la sociedad, es decir, tiene gran peso en la opinión pública.

La televisión es uno de los principales medios de comunicación masiva “se ha convertido gradualmente en el medio de comunicación más influyente en el desarrollo de diferentes patrones de comportamiento de las audiencias” (ESCOBAR, 2006), tiene una gran repercusión en la vida de las personas, tanto hombres y mujeres se han visto afectados por lo que ven en la pantalla, por ello, “es innegable el creciente impacto que genera (...) muy especialmente en su función de transmisores y propagadores de imágenes asociadas a los cánones estéticos” (Novoa Valdebenito, 2006) lo que lleva a la audiencia a idealizar lo que se ve en pantalla y a tratar de encajar dentro de ese canon ideal a como dé lugar.

Los cánones de belleza han venido evolucionando con el pasar de los años, “el estar delgada es uno de los cánones de belleza de la mujer actual” (García & Algarra, s.f.) esta idea se ha venido asentando en la mentalidad femenina después de la primera guerra mundial “y particularmente desde 1960” (Bazán & Miño, 2015, pág. 4) a partir de esos tiempos la idea de una cintura estrecha y piernas finas ha venido arraigándose en la mentalidad humana como símbolo de belleza, y se ha visto reflejada en los diferentes rostros que dominan la pantalla pública.

La imagen femenina es la que más cambios ha experimentado en la historia “hemos pasado de venerar cuerpos regordetes y pieles de porcelana a querer tener la más oscura de las teces cubriendo nada más que un montón de huesos” (Rivera, 2013) esto según Carmen Herrero Aguado, (2005): puede provocar “riesgos graves para su salud -dietas, cirugías- en busca de una belleza imposible”, las medidas 90, 60, 90 son medicamente peligrosas pues no es un buen equilibrio para el cuerpo y la extrema delgadez tampoco es sana para todos los cuerpos, pues cada quien tiene una complexión única.

La belleza masculina no ha cambiado tanto como la femenina, “ya en la antigüedad se consideraba hermoso que los hombres lucieran cuerpos torneados y musculosos y las barbas pobladas, al igual que sucede en la actualidad” (FERNÁNDEZ, 2018), sin embargo, este canon ha llevado a cientos de hombre a tomar proteínas en exceso que pueden ser dañinas para su organismo con tal de alcanzar el ideal que se espera de ellos.

Investigaciones realizadas por investigadores del Instituto de Neurociencia de la Universidad de Newcastle (Reino Unido) han logrado determinar que “la televisión tiene una relación directa con el ideal de belleza femenina asociado a una extrema delgadez”

(EUROPA PRESS, 2016) esto se comprobó en una investigación en Nicaragua, dando como resultado que cuanto mayor es el consumo de televisión mayor es la preferencia por la delgadez, lo que los llevo a la siguiente conclusión: “la televisión es un factor de riesgo de insatisfacción corporal” (EUROPA PRESS, 2016) pues como ya se ha mencionado con anterioridad, lo que vemos en pantalla influye en nuestro pensamiento y vida diaria por lo cual “es indudable el rol que juegan los medios en la generación de una imagen a la que no todos podemos llegar y que eso nos genera infelicidad y frustración” (CURCI, 2011)

Realmente no somos conscientes de que nuestra figura está mal hasta que alguien o algo más nos lo hacen notar, cuando somos niños solemos ignorar totalmente nuestra imagen personal y no notamos la constante competencia que existe a nuestro alrededor para ser el más destacado, es cuando escuchamos las críticas en nuestro entorno que empezamos a hacer distinciones sobre cada cosa que miramos, y así comenzamos a ser consciente de los cánones que nos rodean, casi siempre en ese punto suele comenzar el moldaje personal para encajar en este canon.

Pero la realidad es que no todos nacemos dentro del estereotipo que la sociedad mantiene como ideal, y es ahí cuando empiezan los problemas de inconformidad que normalmente atacan a los más jóvenes, aquellos de mentalidad frágil y moldeable, la juventud es la que más suele ser afectada debido a su poca madures y miedo al rechazo grupal, por ello es indispensable fomentar la inclusión y la aceptación.

En base a todo lo que se ha mencionado se puede decir que el canon de belleza actual “se basa en aparentar juventud y tener una figura firme” (BellezaIDEAL, 2019) es por ello que actualmente tanto hombres y mujeres pasan muchas horas de sus días en un gimnasio y

quieren seguir dietas para mantener un físico delgado. Aunque no hay nada de malo en cuidar la apariencia física, de hecho, es algo muy bueno, el problema radica cuando se vuelve una obsesión, por eso es necesario ser conscientes de que la belleza es subjetiva.

En la actualidad muchos se esfuerzan para vencer estos cánones impuestos en nuestra memoria, empezando por la televisión, donde algunos medios están tratando de crear una imagen más inclusiva, pues “es un hecho que la industria televisiva está manejada por un grupo de personas muy similares” (Westhoff, 2018) hecho que se ha visto reflejado en los principales canales televisivos, por suerte esto está cambiando.

Actualmente existen programas radiales y televisivos donde la participación de distintas etnias es notable, se puede apreciar la variedad humana que existe al ser expuestos en la pantalla, aunque por lo general aun no es muy común observar dicha variedad en los noticieros estelares de mayor alcance del país, contrario a los noticieros menores propios de una zona específica, donde poco a poco va desarrollándose la contratación de un personal más variado con el que los residentes se puedan sentir identificados.

En América latina la extrema delgadez, a diferencia de en otros continentes, no es el ideal de belleza que predomina en la sociedad, sino que se percibe como mas atractivas a aquellas mujeres que gocen de curvas definidas en su cuerpo, altas, de tez canela o blanca y cabellos alargados rubios o castaños, “la mujer sudamericana debería estar en buena forma pero sin ser delgada para poder lucir su feminidad a través de sus curvas” (Rojo, 2021), en el caso de los hombres aquellos con musculatura, blancos y altos son considerados los más resaltantes.

Este canon lleva a muchos latinos a pasar horas en los gimnasios tratando de alcanzar el estándar que se espera que cada latino cumpla, no solo por la misma sociedad que los rodea,

sino que son características que a nivel mundial muchos esperan que esta población tenga, puesto que es lo usual que si se le pregunta a un extranjero como imagina que son físicamente los latinoamericanos den las características antes expuestas, y si en el extranjero eres presentado como perteneciente a algún país latino y no cumples los rasgos que se esperan poseas automáticamente recibes miradas de extrañeza. Lo cual no es culpa de nadie, simplemente es el canon que ya se impuso en la mentalidad de las personas a nivel mundial.

Actualmente en América latina se está proponiendo la eliminación de cánones y se trata de resaltar la belleza natural, dejando de lado los estándares de belleza impartidos desde hace más de 200 años. Existen muchas campañas que promueven el amor propio y se le esta tratando de dar prioridad a la persona y no al físico en los espacios públicos.

De hecho, para asegurarse que los medios de comunicación ejerzan su labor como mediadores de la información con responsabilidad existe el IVDM (Índice de Vulneración de Derechos en los Medios) que es “una herramienta para analizar los contenidos mediáticos cuyo objetivo es aportar una perspectiva técnica y crítica, sostenida en datos cuantitativos y cualitativos, con criterios de análisis que eviten la discrecionalidad” (LABCYD, 2014), abarca diferentes cláusulas que los medios deben tener en cuenta para realizar su labor con eficacia.

En el IVDM se habla sobre la estereotipación que, según este, es: “Identificar a una persona o colectivo de manera permanente con base en una imagen, una idea preconcebida o una representación distorsionada, rígida, simplificada y generalizada de algunos de sus rasgos o actitudes.” (LABCYD, 2014, pág. 26) en este mismo punto se menciona que la estereotipación se refiere a “representar cualquier tipo de cualidad o condición física,

psicológica, étnica, de origen, etaria, orientación sexual como un estándar superior” dejando en claro que el hecho de tener un canon establecido que es usado de forma constante en un medio de televisivo es una violación directo al índice de vulneración donde se prohíbe la estereotipación en las pantallas.

Pero si se habla de leyes que no son tomadas con el debido respeto y seguidas acorde a lo establecido nos expandiríamos a un tema mucho más amplio, pero es importante saber que el país tiene cláusulas que velan por el bienestar y la inclusión en los medios de comunicación, por lo tanto, depende más que nada de los ciudadanos hacer valer lo que este impuesto como ley.

## **Técnicas de investigación**

Para realizar la siguiente investigación se usó una metodología con enfoque cualitativo, lo cual significa que no está basada en datos numéricos o tablas de valores, su análisis se basa en la comprensión interpretativa basada en la observación de los sujetos a ser estudiados.

Se realizó fichas de observación con la intención de analizar los rasgos físicos que predominan en el medio de comunicación, para esto se observó a los principales presentadores de la noticia 3era emisión canal TC, usando esto como referencia para tener una idea general de lo que el medio busca en sus presentadores, y tomando como ejemplo a un miembro del personal para hacer un comparativo con un presentador de un medio extranjero y poder analizar si el método de selección en TC es personal o tiene referencias globales.

También se hizo uso del método de observación visual para analizar el medio de comunicación canal Tc junto con los otros medios de comunicación que existen en el Ecuador, esto con la intención de dar un vistazo más profundo en el manejo de los medios de comunicación.

## RESULTADOS

Según lo analizado en las fichas de observación (véase anexo 1) se puede verificar que el modelo de personas que se presentan frente a la pantalla es bastante similar, pero también se ha dejado constancia de que cada uno tiene un amplio recorrido académico, cada una de las personas mostradas con anterioridad son poseedoras de un título que certifica sus saberes y, por lo tanto, está claro que pueden estar ejerciendo en la pantalla televisiva.

Si bien es cierto que estos canales no tienen variedad visual en su elenco de noticias, es más, se podría decir que parecen ser muy lineales al escoger a sus presentadores en TC pues todos tiene características similares (Anexo 2) al igual que RTVE (Anexo 3) que muestra un grupo bastante semejante de personas.

También se puede decir que, según lo observado, el canal TC televisión no expone su código deontológico en su página, no como RTS o GamaVisión que si lo hacen. TC televisión expone “Directrices de autorregulación de comunicación” que sirven para ver como se maneja el medio en el área técnica, más no te da una idea de las cualidades que buscan en sus colaboradores. En RTS y GamaVisión se expone su código deontológico en el que se menciona que buscan colaboradores de buenos valores y respetuosos con todos en su entorno, si bien es cierto, no habla sobre las cualidades físicas que buscan en sus miembros sino sobre la moral que esperan de ellos.

También se observó la aceptación que tienen los presentadores de TC televisión por parte de los televidentes y es bastante buena, el programa del noticiero que es subido a las plataformas online tiene muy buenos comentarios y en general no existen casos donde un espectador se haya sentido inconforme a gran escala por los que son mostrados en pantalla.

Aunque si bien es cierto se evidencia una baja variación cultural en su pantalla esto no parece ser un gran problema para los televidentes, quienes denuncian con mucha escases este tipo de situaciones.

Por lo tanto, se puede corroborar que algunos medios de comunicación manejan una “preferencia” para escoger sus rostros principales de la pantalla, pero que esto no significa que su calidad de profesionales sea baja, pues cada uno de ellos maneja un currículum aceptable donde se muestran sus estudios realizados para ejercer el cargo que ocupan.

## CONCLUSIÓN

Con todo lo expuesto con anterioridad podemos concluir en que físicamente hablando la mayoría de reporteros y periodistas en general que laboran en las instalaciones de TC televisión tienen características que los hacen similares entre sí, no tienen una gran variación étnica en su personal y por lo general parece que se basan en el modelo referencial que es de agrado público para escoger su personal, se mantienen siguiendo el canon de belleza que este impuesto actualmente.

No obstante, esto no significa que su personal no este capacitado para laboral en el medio de comunicación, pues según el análisis hecho de sus trabajadores estos tienen las capacidades necesarias para ejercer su labor, poseen sus títulos profesionales, sus logros académicos y personales, su aprobación de los televidentes y demás cualidades que los hacen destacar como profesionales merecedores del puesto.

Los televidentes no parecen mostrar incomodidad o desagrado hacia dichos profesionales por lo tanto se concluye que a nivel de calidad televisiva están muy bien, pero si hablamos de inclusión entonces están un poco errados los responsables del canal al no variar en los empleados que contratan, sin embargo, esto puede ser debido al rating que desean mantener en la televisión, pero sin duda alguna podemos decir que si existe un canon de belleza en el canal de TC y que este ha sido marcado por la misma aceptación de la sociedad.

## BIBLIOGRAFIA

- Aguado, C. H. (2005). *Mujer y medios de comunicación: Riesgos para la salud*. Obtenido de file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-MujerYMediosDeComunicacion-1376077.pdf
- Arrizabalo, P. P. (4 de abril de 2015). *Los medios de comunicación y “el cuerpo perfecto”*. Obtenido de lahuelladigital: <http://www.lahuelladigital.com/los-medios-de-comunicacion-y-el-cuerpo-perfecto/>
- Bazán, C. I., & Miño, R. (Junio de 2015). *La Imagen Corporal En Los Medios De Comunicacion Masiva*. Obtenido de file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LalmagenCorporalEnLosMediosDeComunicacionMasiva-5645337.pdf
- BellezaIDEAL. (27 de Noviembre de 2019). *El canon de belleza griego y el actual*. Obtenido de [belleza.ideal](https://belleza.ideal.es/2019/11/el-canon-de-belleza-griego-y-el-actual/?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F): <https://belleza.ideal.es/2019/11/el-canon-de-belleza-griego-y-el-actual/?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>
- Casá, J. (4 de noviembre de 2020). *El canon de belleza, un estereotipo para romper*. Obtenido de unidiversidad: <https://www.unidiversidad.com.ar/el-canon-de-belleza-un-estereotipo-para-romper>
- Castañeda, M. (21 de Marzo de 2018). *Discriminación étnico-racial en medios de comunicación*. Obtenido de [issuu](https://issuu.com/calandriaperu/docs/discriminacion-medios-de-comunicaci): <https://issuu.com/calandriaperu/docs/discriminacion-medios-de-comunicaci>
- CURCI, E. (2011). *Cuerpos irreales, difusión de cánones de belleza en los medios de comunicación*. (M. C. Larrea, Entrevistador) Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos89/cuerpos-irreales-difusion-canones-belleza/cuerpos-irreales-difusion-canones-belleza2.shtml>
- Deysi, B. U., & José, J. M. (2017). *Análisis de la incidencia de los programas de estética en la construcción de estereotipos*. Obtenido de repositorio: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1710/1/T-ULVR-1523.pdf>
- ESCOBAR, M. S. (17 de Julio de 2006). *LOS EFECTOS DE LA TELEVISIÓN SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LAS AUDIENCIAS JÓVENES DESDE LA PERSPECTIVA DE LA CONVERGENCIA Y DE LAS PRÁCTICAS CULTURALES*. Obtenido de [scielo](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672006000200002): [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-92672006000200002](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672006000200002)
- EUROPA PRESS. (23 de febrero de 2016). *La televisión moldea los ideales de belleza femenina hacia la delgadez*. Obtenido de [infosalus](https://www.infosalus.com/mujer/noticia-televison-moldea-ideales-belleza-femenina-delgadez-20160223175311.html): <https://www.infosalus.com/mujer/noticia-televison-moldea-ideales-belleza-femenina-delgadez-20160223175311.html>
- FERNÁNDEZ, S. (28 de Junio de 2018). *Cánones de belleza masculina – Evolución*. Obtenido de [elattelier](https://www.elattelier.com/evolucion-masculina-de-canones-de-belleza/): <https://www.elattelier.com/evolucion-masculina-de-canones-de-belleza/>

- García, M. R., & Algarra, J. R. (s.f.). *LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN*. Obtenido de rabida:  
[http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/10857/La\\_influencia\\_de\\_los\\_medios.pdf?sequence=2](http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/10857/La_influencia_de_los_medios.pdf?sequence=2)
- LABCYD. (2014). *ÍNDICE DE VULNERACION DE DERECHOS EN LOS MEDIOS*. Obtenido de cpccs:  
[https://www.cpccs.gob.ec/docs/niceditUploads/tempo/1402502163IVDM\\_2014.pdf](https://www.cpccs.gob.ec/docs/niceditUploads/tempo/1402502163IVDM_2014.pdf)
- Novoa Valdebenito, J. (2006). *Los medios de comunicación y su influencia en los estándares de belleza*. Obtenido de repositorio.unab: <http://repositorio.unab.cl/xmlui/handle/ria/9038>
- RAE. (2020). *Real Academia Española*. Obtenido de dle.rae.es: <https://dle.rae.es/canon>
- Rivera, N. (16 de Mayo de 2013). *La evolución del canon de belleza femenino a través de los tiempos*. Obtenido de yorokobu: <https://www.yorokobu.es/canon-de-belleza-femenino/>
- Rojo, A. (04 de Julio de 2021). *Belleza: los cánones en diferentes países y culturas del mundo*. Obtenido de periodistadigital:  
<https://www.periodistadigital.com/magazine/belleza/20190627/canones-belleza-diferentes-paises-culturas-mundo-video-689403900132/>
- Torres, L. L. (2017). *eprints*. Obtenido de UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID:  
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/47905/1/T39985.pdf>
- Westhoff, R. (21 de Noviembre de 2018). *La TV es cada vez más inclusiva y estos estudios lo demuestran (aunque nos falta)*. Obtenido de eldefinido:  
<https://eldefinido.cl/actualidad/mundo/9302/La-TV-es-cada-vez-mas-inclusiva-y-estos-estudios-lo-demuestran-aunque-nos-falta/>

## ANEXOS

### Anexo – 1: Fichas de Observación

Personajes	Tez	Ojos	Cabello	Contextura	Título	Fotografía
<b>Andrés Jungbluth</b>	<b>Blanca</b>	<b>Cafés</b>	<b>Negro</b>	<b>Mesomorfo</b>	<b>Licenciado en comunicación</b>	
<b>Gisella Bayona</b>	<b>Blanca</b>	<b>Cafés</b>	<b>Castaño claro</b>	<b>Mesomorfo</b>	<b>Periodismo multimedios</b>	
<b>Rocio Cedeño</b>	<b>Blanca</b>	<b>Cafés</b>	<b>Castaño Claro</b>	<b>Mesomorfo</b>	<b>Licenciada en Comunicación</b>	
<b>Lisette Cedeño</b>	<b>Blanca</b>	<b>Cafés</b>	<b>Negro</b>	<b>Mesomorfo</b>	<b>Licenciada en comunicación e ingeniera en marketing</b>	
<b>Mauricio Ayora</b>	<b>Blanca</b>	<b>Cafés</b>	<b>No</b>	<b>Endomorfo</b>	<b>Licenciado en comunicación social</b>	

## FICHA DE OBSERVACIÓN

NOTICIERO NOCTURNO CANAL TC

PRESENTADOR DE NOTICIAS

EDAD: 53 años

SEXO: Femenino

ESTADO CIVIL: Casada

ETNIA: Desconocida

TEZ: Blanca

CARACTERISTICAS FISICAS: Es una mujer de facciones finas, tez blanca, cabello castaño claro, ojos marrones, estatura promedio (1,60 – 1,65) y contextura mesomorfo.

TITULO: Licenciada en comunicación

LOGROS ACADEMICOS: Graduada de la UTPL, modalidad a distancia, como licenciada en comunicación.

LOGROS PERSONALES: Posee una fundación familiar llamada “Sonrisas del cielo” y fue candidata a miss Ecuador en el año de 1986.

ESTILO AL VESTIR: Viste formal, casi siempre se la ve usando un bléiser o una blusa mangas largas junto con un pantalón de tela.



RTVE TELEDIARIO

PROGRAMA INFORMATIVO DE TELEVISION ESPAÑOLA

PRESENTADORA DE NOTICIAS

EDAD: 59 años

SEXO: Femenino

ESTADO CIVIL: Casada

ETNIA: Desconocida

TEZ: Blanca

CARACTERISTICAS FISICAS: Es una mujer de tez blanca y cabello castaño su contextura es endomorfo, su altura es 1.68 m. y sus ojos son cafés.

TITULO: Licenciada en pedagogía, posee dos años de estudio en la carrera de comunicación, pero no la ha culminado.

LOGROS ACADEMICOS: Graduada en la Universidad de Deusto

LOGROS PERSONALES: Se desempeña como presentadora de televisión en el programa de noticias Telediario, ha ganado varios premios, los cuales son:

- Premio Antena de Oro (1999)
- Premio Micrófono de Oro (2005)
- Distinción Lan Onari del Gobierno Vasco (2011)
- Premio Ondas (2015)

ESTILO AL VESTIR: es una mujer que demuestra mucha elegancia y formalidad al vestir, su estilo más común son blusas mangas largas y pantalones de vestir, aunque también gusta de usar vestidos y faldas.



## Anexo – 2: Imagen TC



Foto tomada de: <https://mobile.twitter.com/LeoFloresMoreno/status/1377375065118023690>

## Anexo – 3: imagen RTVE



Foto tomada de: <https://www.rtve.es/television/20160901/television-espanola-estrena-nueva-temporada-informativos-2016-2017/1394200.shtml> }