



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

TEMA:

**Diseño del podcast “Más allá de las pasarelas” como herramienta para
promover conocimientos sobre la industria del modelaje.**

AUTOR:

Suárez Núñez, Geanella Nayeli

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

TUTOR:

Velázquez Velázquez, Pablo Antonio

Guayaquil, Ecuador

14 febrero de 2025



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Suárez Núñez, Geanella Nayeli**, como requerimiento para la obtención del título de Licenciado en
Comunicación

Tutor (A)

f. _____

Velázquez Velázquez, Pablo Antonio

Director de la Carrera

f. _____

Cortez Galecio, Gustavo Alberto. Mgtr.

Guayaquil, a los 14 días del mes febrero del año 2025



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Suárez Núñez, Geanella Nayeli

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Diseño del podcast “Más allá de las pasarelas” como herramienta para promover conocimientos sobre la industria del modelaje** previo a la obtención del título de Licenciado de Comunicación, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 14 días del mes febrero del año 2025

AUTOR (A):

f. _____

Suárez Núñez, Geanella Nayeli



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Suárez Núñez, Geanella Nayeli

DECLARO QUE:

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Proyecto de Investigación: **Diseño del podcast “Más allá de las pasarelas” como herramienta para promover conocimientos sobre la industria del modelaje.** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 días del mes febrero del año 2025

AUTOR (A):

f. _____

Suárez Núñez, Geanella Nayeli



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN

REPORTE COMPILATIO

TEMA: Diseño del podcast “Más allá de las pasarelas” como herramienta para promover conocimientos sobre la industria del modelaje.



AUTOR (A): Geanella Nayeli Suárez Núñez

f. _____

Velázquez Velázquez, Pablo Antonio

Agradecimientos

A Dios por permitirme vivir cada etapa de mi vida, realizarla con esfuerzo, dedicación y sentir orgullo al culminarlas. Por brindarme la fuerza necesaria para levantarme los días que sentía que no valía la pena, por poner en mi camino personas que me hicieron ver lo contrario y ver la vida de manera maravillosa.

Gracias por darle la oportunidad a mi padre de ver a su última niña culminar su universidad.

A mis profesores que me ayudaron durante la formación de este camino hacia el desarrollo de una profesional.

A mis amigos que me ayudaron y aguantaron hasta altas horas de la madrugada mientras hacía el trabajo.

A mi familia que fue mi apoyo.

Lia, mi perrita, quien ha sido mi fiel compañía los días que he estado y me he sentido sola, siempre te tendré presente. Te amo.

Dedicatoria

Janina Suárez y Denisse Cervantes, mi hermana y mi eterna cuñada, quienes a lo largo de este camino me han apoyado emocionalmente para seguir adelante y no rendirme, sus palabras fueron parte de la confianza durante todo este tiempo. Lo hice y ustedes formaron y vivieron a mi lado toda esta aventura. Sin ustedes no tendría la fuerza ni voluntad de cumplir con todo lo que deseo. *Han estado conmigo y para mí desde el día cero.*

Adrián, Alejandro y Aaron, mis sobrinos, mis niños, mi razón de vida, mi motivo de ser. Si su tía pudo, ustedes también. Recuerden que la vida está llena de aventuras y siempre se aprende de cada una de ellas.

Mi madre y mi padre, sin ustedes, no hubiese terminado mis estudios. Señora Janeth y Don Suárez, lo hice.

*Esto es para ustedes. los amo. Gracias.
Lia, Rabito y Rambo esto también es para ustedes.*



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Velázquez Velázquez, Pablo Antonio

TUTOR

f. _____

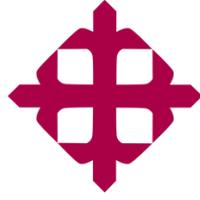
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

**COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA
CARRERA**

f. _____

OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN

CALIFICACIÓN

f _____

Velázquez Velázquez, Pablo Antonio

TUTOR

ÍNDICE GENERAL

Capítulo 1: Introducción	2
Planteamiento del problema	3
Preguntas de investigación.....	4
Objetivo general	4
Objetivos específicos	5
Justificación.....	5
Viabilidad.....	6
Resultados Esperados	6
Capítulo 2: Metodología	8
Enfoque.....	8
Metodología	8
Tratamiento de información	9
Grupo focal.....	9
Capítulo 3: Fundamentación profesional del PAP	20
Antecedentes teóricos y prácticos de la propuesta.....	20
¿Qué es un podcast?.....	20
Moda como industria.....	23
Estereotipos.....	27
Contexto del mercado	31
Público objetivo	32
Mapa de empatía	33
Preproducción	35
Concepto y temática.....	35
Estructura temática de los episodios	35
Elementos gráficos	36
Determinación de los participantes para el podcast:.....	38
Guion Técnico-Literario	41
Guion literario	47
Producción	57
Plan de rodaje	58
Postproducción.....	59
Montaje	59
Estrategia de comunicación.....	60
Lecciones aprendidas.....	62

Conclusiones y recomendaciones.....	64
Conclusiones.....	64
Recomendaciones.....	65
Bibliografía.....	66
Anexos.....	68

Resumen

La industria del modelaje históricamente ha estado ligada a estándares de belleza convencionales y percepciones estereotipadas sobre los modelos. Con la creación del podcast “Más allá de las pasarelas” se busca desmitificar estas creencias; mediante estudios, entrevistas y anécdotas, se da a conocer lo que hay detrás del modelaje, de esta manera informando a la audiencia y al público en general sobre lo que no se cuenta de la industria. El desarrollo de este proyecto lleva una metodología cualitativa, la cual permite considerar las opiniones del público de interés y analizar sus propuestas y valoraciones con respecto al tema.

Por otro lado, el proceso de investigación profundiza la evolución del modelaje, los estándares de belleza establecidos y sus cambios, los estereotipos, preparación, esfuerzo, impacto cultural del modelaje en la sociedad y cómo los medios también influyen en la percepción de la sociedad. Por último, se analiza cómo las diferentes plataformas ayudan a la difusión del tema, Spotify como medio de difusión auditivo con tema educativo, entretenido e informativo, e Instagram para la promoción del contenido.

Palabras claves: *moda, modelaje, modelo, estereotipos, podcast.*

Abstract

The modeling industry has historically been linked to conventional beauty standards and stereotypical perceptions about models. With the creation of the podcast “Más allá de las pasarelas” we seek to demystify these beliefs; through studies, interviews and anecdotes, we show what is behind the modeling, thus informing the audience and the general public about what is not told about the industry. The development of this project follows a qualitative methodology, which allows us to consider the opinions of the public of interest and analyze their proposals and evaluations regarding the subject.

On the other hand, the research process delves into the evolution of modeling, the established standards of beauty and its changes, stereotypes, preparation, effort, cultural impact of modeling in society and how the media also influences the perception of society. Finally, it analyzes how the different platforms help the dissemination of the topic, Spotify as an auditory media with educational, entertaining and informative theme, and Instagram for the promotion of the content.

Keywords: *fashion, modeling, model, stereotypes, podcast.*

Capítulo 1: Introducción

La industria del modelaje constantemente ha sido un reflejo y una influencia en la construcción de ideales y estándares de belleza en la sociedad. No obstante, este campo profesional continuamente se ha enfrentado a estereotipos que tienden a simplificar y reducir el valor y la complejidad del trabajo de las modelos. Por ende, frecuentemente, se percibe a las modelos como personas superficiales, y hasta “ignorantes”, olvidando que detrás de cada profesión en esta industria hay una preparación, esfuerzo y habilidades específicas, agregando que hay modelos que no solo se dedican a la industria, sino que también hacen méritos para más profesiones.

Cuando se habla de la industria del modelaje, comúnmente se piensa en mujeres altas, blancas, rubias y delgadas que caminan sobre una pasarela, posan para fotos o se lucen en videos; son los primeros pensamientos que vienen en nuestra mente. Sin embargo, el modelaje es mucho más que desfiles de pasarela o sesión fotográfica, el modelaje es pasión, arte, ejercicio y preparación.

No solo las mujeres altas pueden ser modelos, así como no cualquiera puede serlo. La industria del modelaje está rompiendo los estereotipos que se han establecido a lo largo de la historia, muchos de los cuales han sido reforzados por los medios de manera indirecta por los medios de comunicación. Sin embargo, en la actualidad, se ha podido observar que son los mismos medios junto con las plataformas sociales los que están contribuyendo en el alto de los estereotipos promoviendo una visión más inclusiva y diversa.

Por lo tanto, este cambio ha generado un desarrollo positivo en la industria, permitiendo que las mujeres con el deseo de ser modelo comiencen a desafiar las normas tradicionales, encontrando dentro de esta industria chicas de diversas tallas, posturas y colores. De igual manera, las redes sociales han abierto nuevas oportunidades para el desarrollo positivo, promoviendo la erradicación de antiguos estereotipos y estigmas.

Este proyecto tiene como objetivo informar a la audiencia sobre la industria del modelaje, buscando mostrar tanto sus aspectos positivos como negativos, pero sobre todo su realidad. Se abordarán los problemas que enfrentan las modelos, así como las soluciones que se han implementado para desafiar y destruir estereotipos. Además, se buscará desalentar la noción de que cualquiera puede convertirse en

modelo; la industria, al igual que cualquier profesión, requiere esfuerzo, preparación y compromiso.

De esta manera se ha decidido hacer un podcast porque brinda la facilidad de ser accesible en cualquier momento del día, permitiendo a los oyentes la posibilidad de aprender, escuchar, opinar y profundizar en los temas a su propio ritmo. Por lo tanto, al existir escasos podcasts enfocados en la exploración e investigación de la industria del modelaje, se ofrecerá la oportunidad para abordar aspectos poco conocidos o mal interpretados de dicha profesión

La idea principal del podcast es aproximar a la audiencia a un entendimiento más detallado de la industria. Hay que enfatizar que las verdaderas modelos no son personas “sin inteligencia”, sino profesiones comprometidas, de las cuales muchas han convertido el modelaje en una carrera seria y apasionada. Dentro de esta industria conviven tanto supermodelos de renombre mundial como modelos que recién inician su carrera en busca de empezar su camino, todas con historia y experiencias que desafían las percepciones tradicionales y los prejuicios.

Planteamiento del problema

“Quería desmitificar el concepto de ser perfecta, que en pocas palabras es un montón de mierda.”

Janice Dickinson (2004)

Durante décadas, se ha reforzado ideales de belleza inalcanzables, centrándose en la delgadez extrema, la juventud y la homogeneidad racial, impactando negativamente la autoestima de las modelos y la percepción de la sociedad sobre la belleza femenina. Tradicionalmente, el modelaje ha sido una industria limitada por estereotipos sobre la apariencia y la percepción de inteligencia de las mujeres.

Otro estereotipo muy arraigado asocia a los modelos con una percepción de falta de capacidad intelectual y académica, afirmando que son visibles sólo por su apariencia. Sin embargo, en los últimos años, la industria ha comenzado a cambiar significativamente. El modelaje está experimentando una mayor inclusión y diversidad impulsada por los movimientos sociales y el auge de las redes sociales.

Hoy en día la industria se ha comenzado a destacar por modelos de todas las razas, tamaños, edades y habilidades, y muchas utilizan sus plataformas digitales para desafiar los estereotipos de belleza y la percepción de que las modelos carecen de inteligencia o habilidad fuera de los desfiles de moda.

En esta situación, es necesario examinar hasta qué punto el modelaje ha evolucionado para evitar caer en los estereotipos acogidos por la sociedad, hasta qué punto se ha desarrollado para convertirse en un medio para que las mujeres “comunes” también sean consideradas como modelos pese a las grandes diferencias físicas con las modelos tradicionales.

Por lo tanto, el desarrollo de un podcast que hable sobre los estereotipos en la industria del modelaje contribuirá al desarrollo académico y social sobre la importancia de dismantelar conceptos preconcebidos, de esta manera generando un punto de vista diferente en la promoción de una visión más realista de la profesión y el crecimiento de la industria. En este caso, se hará el uso del podcasting como herramienta de comunicación, el podcast permite a los usuarios aprender y profundizar sus conocimientos en cualquier tipo de temática. Se considera una herramienta educativa muy cómoda, ya que permite adquirir conocimientos cuando y donde quieran, e incluso mientras realizan otras actividades (*Icesi Marketing Zone, 2022*). Por ende, el uso de este formato, más allá de ser accesible, ha llegado a demostrar ser un medio para crear un espacio de conocimiento donde se visibilicen experiencias y conocimientos, en este caso, los problemas, desafíos y el desarrollo de la industria del modelaje.

Preguntas de investigación

- ¿Qué estereotipos persisten dentro de la industria del modelaje y cómo afectan la percepción de la belleza femenina?
- ¿De qué manera los medios han afectado a la industria del modelaje?
- ¿Qué desafíos enfrentan las nuevas tendencias en la industria del modelaje?

Objetivo general

Crear un podcast que promueva una visión inclusiva y diversa del mundo de la moda, desafiando los estereotipos de cuerpo, raza y clase social.

Objetivos específicos

- Investigar los principales estereotipos y prejuicios asociados al mundo de la moda.
- Diseñar una narrativa que combine historias personales, datos e información relevante.
- Analizar el rol de los medios de comunicación y su papel en la perpetuación de estereotipos en el mundo de la moda.
- Desarrollar episodios temáticos que abordan historias de vida, iniciativas inclusivas y análisis críticos de la industria de la moda.

Justificación

El modelaje se ha visto como una industria ligada a estándares de belleza convencionales, normalmente, inalcanzables. Por lo tanto, las modelos fueron vistas como figuras estéticas simples y apagadas, asociadas con estereotipos que restaban su capacidad intelectual y diversidad. Este podcast busca dar a conocer la industria del modelaje, su desarrollo y como se ha ido rompiendo los estereotipos que se han desarrollado desde su comienzo, ofreciendo un espacio donde la audiencia pueda generar su propio criterio y un punto de vista diferente a lo que es la industria, donde pueda ver que las modelos no son carentes de conocimiento y los estándares de belleza ya no solo se basan en mujeres blancas, altas y rubias.

Actualmente, se ha visto un gran crecimiento ante la inclusión y representación de diferentes tipos de belleza. Modelos de todas las formas, tamaños y orígenes culturales utilizan su influencia para promover causas sociales, hablar sobre salud mental, generalmente causados por estereotipos tradicionales de belleza, y desafiar el statu quo.

Debido a la poca importancia y falta de información sobre la industria, se abordarán temas como los estigmas que rodean a las modelos, la percepción de que tienen poca preparación académica o intelectual, y cómo estas mujeres están redefiniendo lo que significa ser modelo en el siglo XXI.

Este podcast busca no solo dar a conocer lo que es la industria, sino profundizar lo que conlleva, la preparación, el estudio, la cultura de lo que es el mundo del modelaje. Al ser un método para que otros oigan, el poder del conocimiento y la palabra ayudará para que las nuevas generaciones dejen atrás estos estereotipos

negativos y las generaciones actuales interesadas en el tema, consideran los modelos y esa profesión ha ido evolucionando.

Viabilidad

En la actualidad, realizar un podcast para difundir ideas, conocimientos o puntos de vistas se ha convertido en una herramienta muy útil, puesto que se ha convertido en un método de entretenimiento e información para las personas interesadas en diferentes temas. Además, dicho formato permite trabajar de una manera más directa, generando un contenido más accesible, auténtico y cercano a la audiencia, esto mediante entrevistas e historias personales.

Dentro de esta industria existen pocos programas que hablen sobre la industria del modelaje como tal, pues, existe una confusión entre moda, modelaje y certamen de belleza. Este es uno de los aspectos que será tratado a lo largo del proyecto, destacando la importancia de reconocer la diferencia que hay dentro de la industria. Por lo tanto, esta propuesta resulta relevante en el contexto en el que nos encontramos.

La viabilidad técnica de la elaboración de este proyecto está garantizada gracias al apoyo del CPA (Centro de Producciones Audiovisuales) de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, donde se contará con los equipos necesarios, como micrófonos, parlantes y una cabina de grabación profesional.

Para la distribución del programa, se utilizará la plataforma Spotify, que, según datos de la propia marca, contaba con 381 millones de usuarios en 2021 (Lo Más Destacado Para Las Marcas Sobre Las Ganancias De Spotify En El Cuarto Trimestre De 2021 | Spotify Advertising, n.d.). La plataforma permitirá llegar a una audiencia amplia y diversa, facilitando la difusión del contenido. Además, se publicará en las redes sociales de la carrera la publicación y promoción de cada episodio.

Resultados Esperados

Con la elaboración de este podcast se espera que se contribuya a romper con las percepciones erróneas sobre los modelos y el modelaje, enfocando en los estereotipos relacionados con la apariencia física, la falta de capacidad intelectual y la superficialidad. Además, se desea mostrar el modelaje como una profesión que, al

igual que otra, requiere de esfuerzo, preparación y dedicación, teniendo en cuenta el trabajo que también se realiza detrás de cámaras.

Se busca ofrecer información clara y veraz sobre la diferencia entre moda, modelaje y reinado de belleza, ayudando a aclarar conceptos, de esta manera generar mayor interés en la industria como un fenómeno cultural, económico y social. Por lo tanto, de esta manera se desea educar a la audiencia sobre los cambios en la industria, como el apogeo de las diferentes tallas, géneros y orígenes culturales promoviendo una percepción más inclusiva a diferencia de años anteriores.

Por último, pero no menos importante, motivar a los jóvenes interesados en la industria a ver esta opción como una profesión donde se le puede sacar provecho, entendiendo que el éxito de la industria requiere de preparación, trabajo y constancia. Que las nuevas generaciones formen parte de cuestionar y desafiar los estereotipos que la sociedad ha impuesto por varios años.

De esta manera, se espera que el podcast alcance un impacto medible, logrando una cantidad significativa de oyentes y reproducciones en Spotify, generando reacciones positivas e interés en la sociedad.

Capítulo 2: Metodología

Enfoque

Ciudadanía, medios y veeduría social: Se considera que la elaboración de este proyecto pertenece a la línea de Ciudadanía, medios y veeduría social porque el podcast servirá como herramienta para fomentar a profundidad el conocimiento sobre la industria del modelaje y así decodificar los estereotipos o estigmas que existen en este medio. De esta manera, a través de la difusión se permitirá a la sociedad contribuir con la deconstrucción de los estereotipos y estigmas que persisten en torno a las modelos y su labor.

Por lo tanto, el podcast no solo proporcionará una plataforma de conocimiento, sino que también fomentará a la reflexión y al análisis crítico sobre cómo los medios retratan el modelaje, al hacerlo, se buscará romper con la imagen superficial y limitada de la industria, mostrando cómo las modelos hoy en día realizan roles activos y significativos más allá que solo caminar en una pasarela o posar para fotos y videos.

Metodología

Para el desarrollo de este proyecto se ha optado por el enfoque cualitativo, este permite explorar, comprender y analizar de manera profunda las diversas percepciones sobre el modelaje y los medios de comunicación. De esta manera se podrá obtener un visión más analítica y detallada de las experiencias y opiniones relacionados al tema.

Por lo tanto, para conseguir este enfoque más analítico se realizarán entrevistas y grupos de opinión a personas específicas, de esta manera conocer su punto de vista y así mismo realizar un análisis crítico sobre sus pensamientos.

Para conseguir este enfoque más analítico, se realizarán entrevistas semiestructuradas y grupos de discusión con personas clave, tales como modelos, expertos en medios de comunicación y público general. Estas herramientas permitirán conocer diferentes puntos de vista, lo que facilitará el desarrollo de un análisis crítico de sus percepciones. De esta manera, se profundiza en cómo los estereotipos y las narrativas mediáticas influyen en la industria del modelaje y en la opinión pública.

Tratamiento de información

Por medio de entrevistas y grupos focales, se pretende entender la problemática central del proyecto: los medios de comunicación y el público en general perciben el modelaje de forma superficial, perpetuando estereotipos de cuerpo, raza y clase social. Por estos medios se busca acceder a las experiencias, perspectivas y conocimientos de los participantes en su contexto natural, permitiendo seleccionar y descartar información relevante para el proyecto

Grupo focal

Las colaboradoras del grupo focal son dos estudiantes de la academia de Modelaje y dos chicas que ya forman parte de una agencia, cuyas edades oscilan entre los 18 años hasta los 22 años. A continuación, se presentan las preguntas realizadas al grupo focal:

1. ¿Qué es lo primero que piensas cuando escuchas la palabra "modelo"?

Se menciona inicialmente la imagen estereotípica de una mujer alta, delgada, hermosa y preparada, destacando que este perfil se asocia con características como la confianza y la inteligencia, a pesar de que todavía existe el prejuicio de que las modelos carecen de esta última cualidad. La crítica a este estigma recalca que la belleza y la inteligencia no son mutuamente excluyentes. Además, se describe el papel social de las modelos como figuras que proyectan una imagen destinada a conectar con la sociedad y vender productos, señalando la importancia de que las modelos reflejen la diversidad del público al que se dirigen.

2. ¿Crees que el modelaje es una profesión que requiere preparación y habilidades específicas? ¿Por qué?

Se menciona que el modelaje no debería ser visto como un simple hobby, ya que requiere una preparación continua para adaptarse a las tendencias y demandas del mercado, que cambian constantemente. Además de cuidar la apariencia física, las modelos deben trabajar en su oratoria, adquirir conocimientos en idiomas y desarrollar inteligencia emocional para manejar críticas y presiones tanto de las empresas como del público.

3. ¿Piensas que la sociedad valora el esfuerzo detrás del modelaje o lo percibe como algo superficial?

Las participantes abordan la percepción común de que el modelaje es una actividad superficial, señalando que esta visión simplista no reconoce el esfuerzo y la complejidad detrás de la profesión. Se argumenta que la sociedad tiende a reducir el modelaje a una cuestión de "caras bonitas" y exhibición física, ignorando el trabajo exhaustivo que implica. Se subraya que esta percepción está alimentada por estereotipos arraigados, lo que lleva a muchas personas a creer que cualquiera puede ser modelo. Sin embargo, el modelo debe dominar aspectos técnicos como la postura, el movimiento de los brazos, el control del abdomen y otros detalles que exigen disciplina y práctica constante.

4. ¿Qué opinas sobre la inclusión de modelos de diferentes tallas, géneros y orígenes en la actualidad?

Se destacan los avances logrados en cuanto a la representación de diferentes tallas, géneros y orígenes. Se reconoce que en épocas pasadas las personas de color, por ejemplo, eran excluidas, pero ahora están ganando protagonismo en la industria, lo cual es percibido como un cambio positivo y necesario. Esta inclusión permite que las marcas conecten mejor con sus consumidores, quienes pueden verse reflejados en modelos que representan la diversidad real de la sociedad, mostrando que no solo las personas con medidas consideradas perfectas pueden aspirar a usar y disfrutar de lo que las marcas ofrecen.

5. ¿Crees que las modelos enfrentan prejuicios relacionados con su intelecto o capacidad profesional?

Se menciona que muchas personas asumen que el modelaje no requiere capacidades intelectuales, catalogando como una actividad que no demanda un pensamiento crítico o una formación sólida. Esto a menudo deriva en comentarios despectivos hacia las modelos, considerándolas incapaces de desempeñar carreras "serias" o académicamente exigentes. Se menciona que algunas utilizan el modelaje como un medio para financiar sus estudios o desarrollar otras habilidades profesionales, como diseño de productos o confección. Sin embargo, estos logros suelen ser ignorados debido a las ideas preconcebidas sobre la profesión.

6. ¿Cómo crees que los estereotipos afectan a las personas interesadas en la industria del modelaje?

Estos estereotipos pueden generar inseguridades y desmotivación en personas con características diferentes, como alguien de baja estatura, piel morena u ojos oscuros, quienes podrían sentirse inadecuadas en un entorno donde estas ideas predominan. Se menciona que estos estereotipos no sólo imponen estándares físicos poco realistas, sino que también impactan negativamente la salud mental de quienes desean incursionar en el modelaje. Las participantes subrayan que el éxito en el modelaje no depende exclusivamente de cumplir con los estándares tradicionales, sino de lo que la persona proyecta. Más allá de la apariencia, factores como la actitud, la seguridad en sí misma y la capacidad de transmitir emociones a través de la cámara son esenciales.

7. ¿Qué impacto crees que tienen los medios de comunicación en perpetuar o romper los estereotipos del modelaje?

Por un lado, se menciona cómo los medios pueden ser una herramienta poderosa para romper estereotipos y fomentar la inclusión. Al visibilizar modelos con características diversas, como tallas plus, razas variadas y diferentes tipos de cuerpos, los medios contribuyen a cambiar la narrativa tradicional del modelaje. Esto inspira a más personas a considerar el modelaje como una posibilidad y fomenta una percepción más inclusiva y positiva de la profesión.

Sin embargo, también se aborda el lado negativo del impacto mediático. Los medios, especialmente aquellos más sensacionalistas, se enfocan en aspectos superficiales, como la apariencia física o la vida personal de las modelos, para generar contenido polémico. Estas críticas pueden dañar la autoestima y la imagen pública de las modelos, afectando tanto su carrera como su bienestar emocional.

8. ¿Qué medidas consideras importantes para combatir los estereotipos en esta industria?

Una de las propuestas más relevantes es promover la transparencia sobre el proceso detrás del modelaje. Esto incluye iniciativas como abrir las puertas de agencias de modelos al público para mostrar cómo se forman y preparan los talentos, permitiendo que la sociedad entienda el nivel de profesionalismo y trabajo que implica esta carrera. También se menciona la importancia de que las modelos compartan su experiencia personal y profesional, destacando sus logros académicos o en otros ámbitos

laborales, lo que puede ayudar a desmontar los prejuicios de que las modelos carecen de intelecto o capacidades profesionales.

Además, se reconoce el papel de las redes sociales y los medios de comunicación como herramientas clave para cambiar estas percepciones. Al visibilizar a modelos como personas reales, con inseguridades, emociones y vidas profesionales fuera del modelaje, se puede humanizar esta profesión y acercarla al público.

9. ¿Qué temas relacionados con el modelaje te gustaría escuchar en un podcast?

Se destaca la importancia de conocer los sacrificios, esfuerzos y momentos difíciles que enfrentan las modelos en su camino al éxito. Escuchar sobre las motivaciones personales y la persistencia necesaria para superar rechazos y adversidades ofrece un mensaje inspirador y humano. Estas historias permiten al oyente conectar con las emociones y experiencias de las modelos, mostrando que, a pesar de los miedos e inseguridades, es posible alcanzar los sueños con determinación y valentía.

Este tipo de contenido también podría incluir consejos sobre cómo fortalecer el amor propio y trabajar en la aceptación de las inseguridades, aspectos fundamentales para lograr tanto un desarrollo personal como profesional.

10. ¿Qué tipo de contenido prefieres en un podcast: entrevistas, historias personales, análisis de temas o algo más?

Por un lado, las entrevistas se presentan como una opción atractiva, ya que permiten conocer de cerca las experiencias y opiniones de diferentes personas, especialmente si provienen del mundo del modelaje. Este formato puede ofrecer una visión íntima y auténtica, ayudando a desmitificar conceptos erróneos sobre esta industria.

Los debates, por otro lado, son valorados por su capacidad para confrontar ideas y presentar diferentes perspectivas. En particular, se sugiere un debate entre alguien que está inmerso en el modelaje y otra persona que desconoce el sector. Esto ofrecería una oportunidad para explorar cómo se percibe la industria desde dentro y desde fuera, fomentando un entendimiento más amplio y equilibrado.

De acuerdo con los resultados del grupo focal, se identificaron las siguientes fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas:

Figura 1. Matriz FODA



Desarrollo de entrevistas

Tabla 1.

Perfil de Sofía Comte

SOFIA COMTE	
	<ul style="list-style-type: none">● 22 años.● Cursando su último semestre en Comunicación Organizacional.● Ha trabajado en diferentes empresas/marcas como relacionista pública.● Encargada de las diferentes publicaciones en redes sociales.● Creadora de contenido.

Sofía Comte, estudiante de Comunicación con mención en Comunicación Organizacional, comparte su perspectiva sobre la industria del modelaje, basada en su experiencia como creadora de contenido y relacionista pública. Sofía considera que la industria del modelaje está evolucionando, rompiendo con los estándares rígidos del pasado. Aunque antes se requería que las modelos fueran delgadas y con rasgos específicos, actualmente hay más diversidad en pasarelas y campañas publicitarias. Menciona a Victoria's Secret como un ejemplo de marca que ha adoptado mayor inclusión, presentando modelos de tallas grandes y con discapacidades.

Afirma que el modelaje se está volviendo más inclusivo, aunque todavía hay estereotipos persistentes. Comenta que muchas personas en redes sociales buscan mejorar su apariencia con tratamientos estéticos, lo que evidencia que los estándares de belleza siguen influyendo en la autoestima. Sin embargo, resalta la importancia de

aceptarse y conectar con la audiencia siendo auténtico. Desde su experiencia como creadora de contenido, reconoce que el modelaje puede ayudar a fortalecer la autoestima, pero también puede generar inseguridades debido a la presión por cumplir con ciertos estándares. Comenta que ha considerado procedimientos estéticos, pero reflexiona sobre la importancia de la autenticidad y el amor propio.

Observa que en los medios tradicionales los modelos siguen cumpliendo ciertos estándares de belleza. En redes sociales, aunque hay más diversidad, todavía persisten críticas y presiones estéticas. Destaca a Judith, una modelo dominicana, como un ejemplo de influencer y modelo que ha logrado reconocimiento global. También menciona a Lele Pons, quien ha intentado mostrar una imagen más realista de la evolución del cuerpo femenino, pero ha recibido críticas por ello. Sofía opina que el modelaje sigue siendo un mundo donde la apariencia es clave. Explica que, para colaborar con ciertas marcas, los modelos deben ajustarse a los estándares de la industria. Sin embargo, enfatiza que la originalidad y la autenticidad deberían ser más valoradas en la selección de modelos y creadores de contenido.

Cree que la sociedad critica mucho a la industria del modelaje, especialmente debido a estereotipos negativos. Menciona el caso de modelos que han sido objeto de rumores y desinformación, como la idea de que han tenido que hacer favores para avanzar en su carrera. También recuerda el caso de Cheslie Kryst, ex Miss USA, quien se suicidó, lo que evidencia la presión psicológica que pueden enfrentar las modelos. Afirma que el modelaje tiene una gran influencia en la percepción de la belleza, especialmente en los jóvenes. Aunque los medios y la industria están intentando romper con los estereotipos tradicionales, todavía existen barreras. Critica que en la televisión ecuatoriana y en otros países muchas oportunidades siguen dependiendo de cumplir con estándares físicos específicos, dejando de lado el talento.

Tabla 2.

Perfil de Ariela Andrade:

ARIELA ANDRADE:	
	<ul style="list-style-type: none">● 18 años.● Estudiante de comunicación.

Ariela Andrade, estudiante de periodismo, comparte su perspectiva sobre la industria del modelaje en la actualidad. Considera que la imagen del modelaje ha cambiado y se ha distorsionado, ya que muchas personas se autodenominan modelos solo por ser influencers o saber posar, restándole seriedad a la profesión. Ariel cree que la percepción del modelaje ha cambiado en los últimos años, y menciona que, debido a rumores y polémicas, algunas personas ven a las modelos de forma negativa. También señala que la industria ya no es considerada tanto una profesión, sino más bien un pasatiempo.

Sostiene que el modelaje aún no es inclusivo, ya que los estándares de ser delgada y alta siguen vigentes, aunque algunas marcas intentan diversificar. Su principal preocupación sobre los estándares de belleza es que muchas personas intentan alcanzar cuerpos idealizados, lo que puede llevar a problemas mentales y de alimentación. En la televisión y redes sociales, Ariel observa que las modelos suelen

ser influencers, cantantes o figuras ya conocidas, pero no ve una representación exclusiva del modelaje. También destaca que los estándares de belleza no han cambiado significativamente, pues la mayoría de los modelos que ve en redes siguen siendo delgadas, altas y, en su mayoría, blancas. Aunque reconoce que la representación de modelos afro ha aumentado, menciona que aún no hay una inclusión real para mujeres con cuerpos más diversos.

Ariela cree que la sociedad aún ve el modelaje de forma superficial y que muchos lo asocian con un mundo “turbio” debido a polémicas y rumores. También señala que muchas personas no consideran el modelaje como un trabajo serio o una profesión que pueda garantizar estabilidad económica. Considera que el modelaje tiene un fuerte impacto en la autoestima de las personas, ya que muchas se comparan con los modelos y desarrollan complejos. Menciona que esto le ha pasado incluso a ella misma, al ver modelos en redes y desear tener ciertas características físicas.

Ariela ha escuchado tanto historias positivas como negativas. Relata el caso de una modelo de Esmeraldas, Nathalie Quiñones, que comenzó desde abajo y logró reconocimiento internacional en Nueva York y París. Por otro lado, también ha oído rumores sobre abuso y acoso en la industria, especialmente dentro de concursos de belleza y agencias de modelaje. Opina que la percepción social del modelaje varía según la generación. Cree que las personas mayores son más críticas debido a su mentalidad conservadora, mientras que los jóvenes están más familiarizados con la industria y la aceptan mejor.

Ariela señala que el modelaje influye significativamente en la percepción de la belleza, ya que la sociedad tiende a imitar a figuras famosas. Afirma que esto refuerza ciertos estándares y contribuye a la idealización de ciertos cuerpos y rasgos físicos. Finalmente, Ariela expresa su deseo de que el modelaje sea más normalizado como una profesión y no solo como un entretenimiento. Cree que deberían existir más espacios de discusión donde se hable abiertamente de la industria y sus desafíos, para que se le dé mayor reconocimiento y seriedad.

Tabla 3.

Perfil de María José Yáñez

MARÍA JOSÉ YÁÑEZ:	
	<ul style="list-style-type: none">● 22 años.● Alumni de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil● Certificada en Moda y Modelaje● Licenciada en Periodismo● Forma parte del grupo "One shot" agencia audiovisual.

María José expresa que no suele compartir opiniones en redes sociales sobre estándares de belleza ni sobre el modelaje. Su consumo de contenido en estas plataformas es más pasivo, limitándose a observar y dar "me gusta" sin involucrarse en debates. Sobre los mensajes que percibe en medios y redes sociales acerca del modelaje, menciona que sigue a modelos reconocidas como Kendall Jenner y Barbara Palvin, pero no analiza los comentarios o discursos en profundidad. Recuerda el caso de Kendall Jenner, quien fue criticada en redes por una imagen en la que lucía extremadamente delgada, lo que generó debate sobre el uso de Photoshop y los estándares irreales de belleza.

También menciona un caso de una modelo mexicana que sufrió abusos en una agencia, donde le controlaban sus gastos y la presionaban para perder peso, a pesar de ser delgada. Relata cómo incluso modelos consideradas "talla plus", como Barbara Palvin en Victoria's Secret, siguen siendo delgadas, lo que demuestra los estrictos

estándares de la industria. Resalta que algunas agencias afectan psicológicamente a sus modelos con exigencias poco realistas.

En cuanto a experiencias cercanas, no conoce casos directos, solo aquellos ampliamente difundidos en medios. Percibe que la mayoría de las historias sobre el modelaje que recuerda son negativas, aunque reconoce que la industria está cambiando poco a poco. Considera que el impacto del modelaje en la autoestima es significativo, especialmente en mujeres, ya que muchas se comparan con los estándares de belleza promovidos por la industria, lo que puede generar inseguridades. Opina que la sociedad tiende a criticar a las modelos, viéndolas como "caras bonitas" sin profundidad. Destaca que el modelaje podría influir positivamente en la percepción de la belleza si mostrara más diversidad en cuerpos, rostros y características. También cree que existen pocos espacios de discusión abiertos sobre la industria del modelaje y que sería beneficioso que modelos con experiencia compartieran información para evitar que jóvenes aspirantes caigan en situaciones perjudiciales.

Capítulo 3: Fundamentación profesional del PAP

Antecedentes teóricos y prácticos de la propuesta

¿Qué es un podcast?

Se llama podcast a un archivo de audio que puede ser descargado y/o escuchado a través de Internet en una computadora (ordenador) o en un dispositivo móvil. Un podcast es una especie de programa radial, por lo general de corta duración, pensado para que sea escuchado cuando el receptor lo desee y en el dispositivo que éste quiera (una computadora, un teléfono, etc.). Por eso los podcasts suelen ser atemporales. (Pérez Porto, J., & Merino, M.,2021)

El uso de esta plataforma para difundir contenidos y conocimientos sobre varios temas ha probado ser sumamente eficaz. Al ser grabaciones de audio, los podcasts permiten su escucha a cualquier hora del día, siendo así un beneficio tanto para el oyente como para el hablante. Publicar contenido en este tipo de formato, no solo implica la obtención de información, sino que también genera que los autores tengan una relación más estrecha con su público.

Por otro lado, para la creación de un podcast es importante considerar varios aspectos que ayudan a la organización y la producción del mismo. De esta manera, se mantiene la idea principal permitiendo una estructura clara y un desarrollo menos complejo. Según la página web de la Universidad Europea entre estos elementos se encuentran:

- **Definir audiencia y tema:** Se debe definir el público objetivo y tema a tratar.
- **Planificar la estructura del contenido:** Desarrollar el formato del contenido que se llevará a cabo, si será por medio de entrevista, narración, etc.
- **Equipo de sonido y grabación:** Contar con el equipo de grabación adecuado, micrófonos, auriculares, software de audio y edición.
- **Editar y producir:** Al finalizar la grabación realizar la edición y producción del contenido.
- **Diseño de portada y descripción:** Realizar una portada llamativa que represente el programa y breve descripción para que la audiencia sepa de qué se trata.

- **Distribución:** Cuando el capítulo esté listo se distribuye en las diferentes plataformas de *Streaming* como Spotify o Google Podcast. Además, se realiza la difusión en redes sociales.
- **Evaluación y mejoras:** Mediante feedbacks de los oyentes al programa considerar las mejoras. (Universidad Europea, 2024)

Como se menciona en la página de Videopodcast, la creación de un podcast ofrece beneficios tanto para el oyente como para el hablante. Entre los beneficios más destacados, se incluyen:

- **Flexibilidad:** Los podcast se pueden escuchar en cualquier momento y lugar del día mientras los oyentes hacen sus diferentes actividades.
- **Variedad de contenido:** Existe gran diversidad de temas, desde noticias y entretenimiento hasta educación y desarrollo personal.
- **Accesibilidad:** Los podcasts son accesibles para cualquier persona con acceso a internet y un dispositivo compatible.
- **Conexión personal:** Los podcasts ofrecen una experiencia íntima y personal. (García, 2021)

Dichos beneficios favorecen tanto al oyente como al creador de contenido, logrando que no solo el receptor capte el mensaje o se ilustre con los temas a tratar, sino que sienta un ambiente más cómodo y seguro. Es decir, a diferencia de un programa radial, el podcast logrará que el consumidor tenga la posibilidad de cuestionarse a mayor profundidad sobre el asunto a tratar y a su vez repetir, pausar o adelantar a su gusto.

Es de suma importancia que el tema seleccionado sea uno que el creador domine y le resulte atractivo, puesto que de esta manera se logrará generar mayor interés en la audiencia. Es decir, si el contenido genera pasión en el hablante y se transmite con autenticidad y compromiso, esto favorece la aceptación y conexión por parte del público.

Existen varios tipos de podcasts, y aunque el tema pueda ser el mismo, el contenido varía según la finalidad con la que se esté desarrollando, puesto que cada uno tiene un objetivo diferente. Según el sitio web RTVC, encontramos los siguientes:

- **Podcast de entretenimiento:** Se trata de personas que hacen reír, cuentan curiosidades, anécdotas o misterios. Un formato que se desarrolla con el fin de divertir o entretener a la audiencia.
- **Podcast de información:** Generalmente están asociados a temas de tecnología, no es necesario que sea noticioso. Su función es dar a conocer información o novedades de un tema.
- **Podcast de formación:** Tiene un enfoque pedagógico y su principal objetivo es resolver inquietudes ofreciendo claridad sobre un tema concreto.
- **Podcast de entrevistas:** Un programa donde su enfoque principal son las entrevistas para desarrollar el tema a tratar.
- **Podcast grupal en formato conversacional:** Es el más común, se desarrolla con un grupo de personas quienes conversan sobre un tema en específico.
- **Podcast diario:** Es un podcast que requiere una buena planificación, constancia y facilidad para mantener un ritmo de publicación diario.
- **Podcast de ficción:** Se trata de producciones en donde domina la ficción, se combina la presencia de actores de voz, pista de sonido y música para ambientar la historia a contar.
- **Podcast periodístico o de investigación:** Es un formato auténtico y muy válido para realizar trabajos periodísticos o de investigación que, en muchos casos, no tienen espacio en medios por su extensión o su duración.
- **Programa de radio en diferido:** Es utilizado por las cadenas radiales para prolongar en el tiempo uno de los contenidos que emiten en su programación habitual. (*¿Cuáles Son Los Tipos De Podcast Que Existen?*, 2023)

Una vez se han considerado los beneficios, se han seguido los pasos necesarios, se ha definido el tema a hablar y se ha escogido el tipo de podcast, el siguiente paso es seleccionar la plataforma en la que se publicaran los episodios. Según la página Videopodcast las mejores y más populares plataformas para publicar un podcast son:

- **Spotify:** Cuenta con una gran biblioteca de podcasts y una interfaz fácil de usar.

- **Apple Podcasts:** Como parte de la aplicación de Apple, Apple Podcasts ofrece una amplia selección de podcasts y una experiencia integrada para los usuarios de dispositivos Apple.
- **Google Podcasts:** Esta plataforma es ideal para los usuarios de Android, ya que está integrada con Google Assistant y ofrece una amplia variedad de podcasts.
- **Stitcher:** Es conocido por su función de recomendaciones personalizadas y su amplia colección de podcasts. (García, 2021)

El podcast, un medio para subir contenido auditivo, se ha desarrollado como un método que permite a las diferentes audiencias acceder al contenido de su interés en cualquier momento y lugar del día, pues es así que facilita una mejor conexión entre el creador de contenido y su público. No obstante, pese a que el podcast es netamente accesible y flexible se debe tomar en consideración que al igual que cualquier otro formato o trabajo, este también requiere de una preparación adecuada para garantizar mejores resultados. El punto clave para realizar un buen podcast está en desarrollar y planificar de manera cautelosa el contenido y transmitirlo con autenticidad, conocimiento y pasión.

Moda como industria

“La moda no mira hacia atrás, mira siempre hacia adelante”.

Anne Wintour, The September Issue

Para llegar a entender cómo llegamos a ser lo que somos y a tener lo que tenemos en la actualidad, es necesario recordar que tenemos una historia y esta forma parte de nosotros. Aunque la historia sea la misma, esta se va reinterpretando y transformando conforme cambia el contexto, la época o ideologías políticas que dominan en el momento.

Cuando se trata de hablar de moda en general se da por entendido que cualquier estilo que se vuelve tendencia en una determinada época solo será momentánea, destinada a ser recordada como un fenómeno que marcó un hito en su tiempo. De manera similar la industria de la moda funciona bajo el mismo principio:

Las tendencias se crean para ser usadas en el momento y, con el paso del tiempo, van desapareciendo, dejando como huella su historia y desarrollo dentro de la moda.

Por lo tanto, para comprender la moda, su historia y como esta es capaz de dejar su propia huella siendo recordada después de las décadas, hay que considerar que, como lo dice Riello en su libro:

“La moda es un fenómeno a través del cual se puede observar y comprender la vida de las personas que nos han precedido; entender, por ejemplo, por qué la mayoría de nuestras abuelas y bisabuelas campesinas llevaba un pañuelo en la cabeza y por qué nuestros abuelos solían llevar corbata. La historia de la moda se convierte, por lo tanto, en historia, de los “modos”, de los comportamientos y de las acciones cotidianas, no solo de los que hacen moda o están de moda, sino de todos”. (Riello, 2016, p. 5-6)

Según Quinaya Ocampo (2018), la moda a lo largo de los años, los movimientos sociales, las guerras y las crisis económicas han influido de manera directa en los cambios de la moda, creando así nuevas formas de expresión y redefiniendo los roles de género y las normas de cada cultura:

1. **Años 20 - La Libertad:** Después de la guerra, surgió una nueva mentalidad de libertad y hedonismo. Las "flappers" representaron a mujeres que rompieron con los moldes tradicionales, adoptando estilos más liberales y desafiando las normas sociales.
2. **Años 30 - Elegancia y Glamour:** La crisis económica llevó a una estética más minimalista y elegante. El cine influyó en la moda, con la popularización de estilos que reflejaban la sofisticación.
3. **Años 40 - Austeridad y Rol Femenino:** Durante la Segunda Guerra Mundial, la moda se volvió austera, y las mujeres asumieron roles en la industria de guerra. Las "chicas Pin Up" representaron una nueva imagen femenina.
4. **Años 50 - El New Look:** Con el fin de la guerra, Christian Dior introdujo el "New Look", que enfatiza la feminidad clásica. Esta década también vio un aumento en el consumo y el surgimiento de una clase media.
5. **Años 60 - Contracultura y Rebeldía:** La década fue marcada por el cuestionamiento de las normas sociales. La minifalda se convirtió en un

símbolo de liberación femenina, y la moda se diversificó con influencias de la música y la contracultura.

6. **Años 70 - Individualidad y Activismo:** Esta década se caracterizó por movimientos sociales, incluida la revolución feminista. La moda reflejó una búsqueda de individualidad y expresión personal, con una mezcla de estilos y una ruptura con las normas tradicionales.
7. **Ciclo de la Moda:** La moda no es cíclica, sino que se mueve en una espiral, donde el pasado se conecta con el presente. Las transformaciones económicas, políticas y sociales son fundamentales para entender los cambios en la moda.

Por ende, el vestido es una prenda básica que sirve para tapar las partes del cuerpo, elaborado desde sus inicios por el pudor de la persona. Sin embargo, a lo largo de los años, las prendas de vestir han ido evolucionando, dependiendo la época, el contexto, la historia. Hoy en día las prendas se han ido desarrollando como un método de comunicación, presentación de estatus social, diferenciación.

La llegada de la moda a la sociedad hace que las personas tengan la capacidad de diferenciar qué prendas usar en diferentes ocasiones, a esto también se le suma el código de vestimenta.

Entre las razones que tenemos para vestir encontramos:

- **Protección:** La vestimenta ha desarrollado un papel crucial en la protección de las personas frente a los factores climáticos y peligros físicos. Como por ejemplo los soldados, cuya ropa y armaduras no solo los protegían del clima, sino también de sus contrincantes durante las batallas.
- **Pudor:** Una vez adquirida la costumbre de la vestimenta, la sociedad la utiliza para cubrir las partes pudorosas del cuerpo, dividiendo el cuerpo en dos categorías. Partes nobles, tales como el rostro, las manos, el cuello, pueden ser mostradas. Mientras las partes innobles tienen que ver con la digestión y las emociones sexuales, permanecen cubiertas.
- **Adorno:** Entre los ejemplos más destacados encontramos Grandes collares de las mujeres para alargar los cuellos, perforaciones en los tabiques nasales,

lóbulos de las orejas con pendientes y la práctica de vendar los pies de las mujeres chinas.

- **Jerarquización social:** Está estrechamente vinculada al desarrollo cultural. Se asocia a los roles por parte de los individuos que lideran movimientos.
- **Diferenciación de los demás:** Tiene como finalidad diferenciar a los individuos de clase baja de vestir similar o mejor que los de la clase alta. De esta manera, la élite se adueña del privilegio de vestir mejor que sus semejantes, dando a conocer un estatus superior.
- **Integración de un grupo:** La persona utiliza la indumentaria para evidenciar su integración en el grupo al que ingresa o al que pertenece.
- **Uso lúdico y litúrgico de la ropa:** Los disfraces, el teatro, la danza y la ropa de ceremonias se usan para reflejar en ella nuestros propios y personales estados de ánimo.

Esta industria no solo evoluciona de acuerdo con la cultura sino también con los géneros. Es decir, encontramos géneros femeninos y masculinos, y de acuerdo con sus gustos y deseos estos van desarrollándose. La moda juega un papel importante en la construcción de identidades. En las últimas décadas, el concepto de género se ha vuelto más fluido, lo que ha permitido que la moda se libere de los patrones, de tal manera evolucionando hacia una expresión más libre, inclusiva y diversa.

"La moda se interpreta como una forma de cambio de vestuario en el tiempo. El inicio de este cambio se produce durante el siglo XIV, cuando la silueta masculina empieza a diferenciarse de la femenina. Hasta el comienzo del siglo XIV, hombres y mujeres vestían largas túnicas o camisas que se llevaban sin cinturón... Los jóvenes prefieren prendas más cortas con calzones de punto muy ceñidos, zapatos en forma de simples calzas con suela y jubones almohadillados que, con el uso de un cinturón alrededor del talle, formaban una especie de falda por encima de la calza" (Riello, 2012, p. 13) "En cambio, las mujeres siguieron vistiendo prendas largas, a veces con cola, que realzaban el busto –sobre todo el seno, con frecuencia mostrado públicamente a través del escote–. La mujer nunca se presentaba en público sin un tocado: un simple velo de lino en el caso de las mujeres de bajo rango; formas y

materiales más sofisticados, con puntillas e hilo de oro, en el caso de mujeres de alta alcurnia." (Riello, 2012, p. 15).

La industria de la moda es un fenómeno pasajero, es decir, las prendas que se utilizaron hace una década no son consideradas modernas, debido a que la moda va evolucionando, dependiendo la sociedad y las tendencias del momento. Como se menciona en el libro *Breve historia de la moda: Desde la Edad Media hasta la actualidad*, la moda "capta el instante"; es efímera, pasajera, quimérica. Lo que hoy está de moda no lo estará en el futuro y no lo estaba en el pasado. Estar de moda, hacer moda y producir moda significa proyectarse hacia el futuro. Al contrario, el pasado en la moda es saldo, residuo de lo que estuvo de moda y que representa un engorro en los armarios cada vez más llenos; es un "rechazo" de lo que fue con la convicción de que lo nuevo será mejor que lo anterior. (Riello,2012)

Las tendencias que seguimos o la forma de vestir que escogemos, representa como deseamos presentarnos ante los demás; nuestra ropa se convierte en nuestra carta de presentación ante la sociedad. De tal manera que la ropa que llevamos influye en cómo somos percibidos y tratados.

"La moda tiene como característica esconder y enseñar aquellos aspectos físicos y psicológicos de la persona; es un mundo mágico entre disfraces y máscaras" (Alarcón, 2012, p.13).

La moda actúa como un fenómeno social de gran impacto, similar a un virus, que se expande a través de quienes la rodean. No solo una persona la considera tendencia, muchas más la adoptan considerando la actual y relevante dentro de su estatus o círculo social. De esta manera la industria opera no solo desde el ámbito del consumo sino desde un sistema más amplio que involucra creación, producción, venta y difusión en los medios de comunicación. Como menciona Riello (2012) "la moda es un "sistema" de interacción entre diferentes fuerzas y actores. La industria tiene una importancia particular, que en el transcurso de la historia ha estado en el centro de procesos de ideación, innovación y distribución masivos"

Estereotipos

González Gavaldón (1999) explica que los estereotipos son construcciones sociales que afectan nuestra percepción de la realidad, generando una idea sobre el

comportamiento o la apariencia de una persona, ya sea femenina o masculina. Ella afirma:

“Surgen del medio social y se aprenden a través de permanentes procesos de socialización y aculturación. No son, en definitiva, más que fieles reflejos de una cultura y una historia y como tales van a nacer y mantenerse porque responden a las necesidades que tiene tal contexto de mantener y preservar unas normas sociales ventajosas para él” (p. 83).

A nuestro alrededor existen diferentes tipos de estereotipos que no solo afectan a los géneros masculino o femenino, sino a las personas en general, sus cualidades, apariencias físicas, desarrollo o comportamientos. Los estereotipos pueden llegar a influir en cómo se relaciona con la sociedad y como se ven a sí mismas.

Según la página web Avances Psicológicos se encuentran los siguientes Estereotipos de diferentes grupos étnico:

- **Raciales**

Describen características negativas de grupos étnicos específicos, independientemente de su lugar de nacimiento.

Estos estereotipos están directamente relacionados con la discriminación racista que sigue produciéndose en distintos niveles de la sociedad.

Algunos ejemplos de estereotipos negativos son: «Las chicas son vagas», “Los negros son violentos” y “Los latinos son más machistas”.

- **Género**

Preconciben los roles culturales e históricos asignados a mujeres y hombres.

Estos, limitan nuestra libertad para elegir libremente nuestros gustos y decisiones sobre nuestras vidas, lo que conduce a la discriminación de género.

Algunos ejemplos son: «Los musulmanes son el holocausto», “Todos los musulmanes son terroristas”, “Los religiosos son machistas” y “Los judíos son simios”.

- **Religión**

Describen características generalizadas y simplistas de las personas que participan en un grupo religioso o tienen creencias religiosas.

Estos estereotipos no sólo fomentan la discriminación religiosa, sino que también contribuyen a la división y a la falta de tolerancia entre personas pertenecientes a distintos grupos religiosos.

- **Clase**

Presuponen que un grupo de personas pertenece a una determinada clase social o tiene un determinado nivel de adolescencia.

Algunos ejemplos de estereotipos negativos son: «La gente de clase alta tiene una ideología de derechas» o “La gente de clase baja es vaga, no quiere trabajar, es más delincuente”.

- **Edad**

Están asociados a los distintos grupos de edad.

Estos, pueden conducir a una menor comprensión y tolerancia, e incluso fomentar el edadismo, con graves y amplias consecuencias para la salud y el bienestar.

- **Estereotipos culturales y nacionales**

Los estereotipos culturales o nacionales se refieren a costumbres, hábitos o personalidad que se supone que están presentes en un país por haber nacido o formar parte de un grupo cultural.

Estos estereotipos pueden dar lugar a prejuicios y discriminación entre personas de distintas nacionalidades o culturas.

Algunos ejemplos de estereotipos culturales o nacionales son: «Los españoles son muy puñeteros», “Los catalanes son muy tacaños”, “Los alemanes son muy cuadriculados” o “Los chinos son muy trabajadores”.

- **Estereotipos de orientación sexual**

Son ideas generalizadas que se atribuyen a individuos de distintas orientaciones sexuales.

Los estereotipos negativos pueden perpetuar pensamientos o prácticas nocivas o atentar contra la diversidad sexual, un derecho que todo el mundo tiene y debe respetar para garantizar las libertades sociales. (Gómez, 2024)

En ocasiones, las personas olvidan la realidad dejando que los estereotipos impuestos por la sociedad, la cultura y la historia sea principal partícipe o autor de los roles ciudadanos. Así como menciona González Gavaldòn (1999), “tendemos a ver ésta como reflejo de las características propias de la persona, olvidando que no es otra cosa que un desempeño del papel que ocupa y de la situación que vive.” (p.83).

Dentro de la industria del modelaje los estereotipos se reflejan en aspectos como la forma de vestir y la apariencia física de la persona, de esta manera hace que la moda no solo sea un método de expresión, sino que se lo vea también como la sumisión de estar siempre en la tendencia y no dejarse opacar. Como menciona Guerrero Alarcón (2012), “La moda ha nutrido y fortalecido ciertos aspectos de los estereotipos de nuestro pasado. A la vez que, ha sido testigo y símbolo de auténticas revoluciones. Es decir, la moda puede convertirse en un grito de libertad, o al contrario en una auténtica sumisión.” (p. 23).

“La moda tiene un especial interés en mostrar el estereotipo dirigido a la belleza. Se le cede en numerosas ocasiones el poder de modificar nuestro cuerpo con respecto a lo que se dicta en un cierto momento en la historia de la moda.” Guerrero Alarcón, R. (2012). *Estereotipos en la moda* (p. 26). Dirección de PFC, José Miguel Fuentes Martín, Departamento de Dibujo, Universidad Alonso Cano de Granada.

También se puede encontrar el estereotipo de la intelectualidad, donde se minimiza los conocimientos o capacidades de una persona solo por no “ejercer” o “interesarse” en temas que para otros consideran que tienen mayor complejidad. Como se indica en un artículo sobre la Redefinición de los estereotipos intelectuales de género “Las ciencias duras, como las matemáticas y la física, han sido asociadas con la masculinidad, mientras que las humanidades y las artes se han considerado más propias de la feminidad. Esta división artificial no solo es injusta, sino que también limita el potencial de los individuos y socava la diversidad de talentos que puede surgir en cualquier persona, independientemente de su género”.

En el modelaje también se encuentran dicho estereotipo relacionado a la intelectualidad, donde hace ver a las modelos o personas interesadas en la industria de la moda escasas de conocimiento o profundidad intelectual. Esta errónea idea ha sido desarrollada por años limitando la percepción de la complejidad y diversidad que existe en la profesión. Como lo indica Invitados (2024) “La idea de que la belleza y la

inteligencia son opuestas entre sí es un estereotipo perjudicial que limita nuestra comprensión de la complejidad y la diversidad de la experiencia humana. Es importante desafiar estas percepciones erróneas y reconocer que todas las personas, independientemente de su apariencia física, tienen el potencial de ser inteligentes, talentosas y exitosas en sus propios términos”.

Este prejuicio no solo afecta a la representación externa de los modelos, sino que también influye en la autoestima de las personas interesadas en ejercer esta profesión, quienes sienten que deben justificar constantemente su inteligencia o valor académico.

Se puede decir que los estereotipos no solo se originan desde la cultura y la historia, sino también de los medios que divulgan o comparten estas visiones relacionadas a la moda. De esta manera se ve reflejado dentro de la industria, pues, tiene la capacidad de dictar lo que es considerado bello o aceptable, influenciando a la percepción social en su mayoría.

Contexto del mercado

El mercado de los podcasts ha experimentado un crecimiento sostenido en la última década, con una base de oyentes en expansión y un valor económico en alza. Actualmente, se estima que 410 millones de personas consumen podcasts a nivel global, cifra que ha aumentado en 50 millones desde 2022. Se prevé que esta tendencia continúe y que el número de oyentes alcance los 620 millones en 2027 y los 700 millones en 2028 (Statista, 2024). Este crecimiento está impulsado en gran medida por la popularidad de plataformas de streaming como Spotify y Apple Podcasts, que han facilitado el acceso a este formato antes limitado a servicios especializados.

A pesar del aumento en la audiencia, uno de los principales desafíos del mercado del podcast es convertir a los oyentes ocasionales en consumidores frecuentes. En mercados desarrollados como Estados Unidos, donde la penetración del podcast supera el 30%, solo alrededor del 10% de los oyentes son habituales. Este dato sugiere que, aunque el formato es atractivo, aún hay barreras en la retención y el hábito de consumo regular.

En términos económicos, el mercado de los podcasts cerró 2023 con un valor de aproximadamente 18.000 millones de dólares y se espera que alcance los 144.000

millones de dólares en 2032. Aunque la pandemia de COVID-19 impactó inicialmente en la industria, también estimuló una ola de producción de contenido. En América Latina hubo un crecimiento exponencial del 650% en Brasil, 600% en Colombia, 586% en Perú, 550% en Ecuador, 320% en México, 293% en Chile, 265% en Argentina y 240% en Uruguay. entre 2020 y 2021 (Statista 2023).

El perfil del oyente varía según el mercado, pero en Ecuador, los jóvenes de 18 a 24 años son los principales consumidores de podcasts, con una tasa de penetración del 70% en este grupo de edad. La mayoría de estos oyentes consume contenido especializado y de estilo de vida, con una frecuencia de hasta diez horas semanales.

Público objetivo

El público objetivo del podcast son jóvenes y adultos jóvenes interesados en la moda, el modelaje y la inclusión, que buscan información y representación real en la industria. A través de contenido educativo y entrevistas, el podcast logrará conectar con su audiencia al ofrecerles una visión más auténtica y diversa del mundo del modelaje.

Datos Demográficos

1. Edad: 16 - 35 años

Jóvenes y adultos jóvenes interesados en la industria del modelaje, la moda y la representación diversa.

2. Ubicación: América Latina y España, aunque el contenido puede atraer audiencia global de habla hispana.

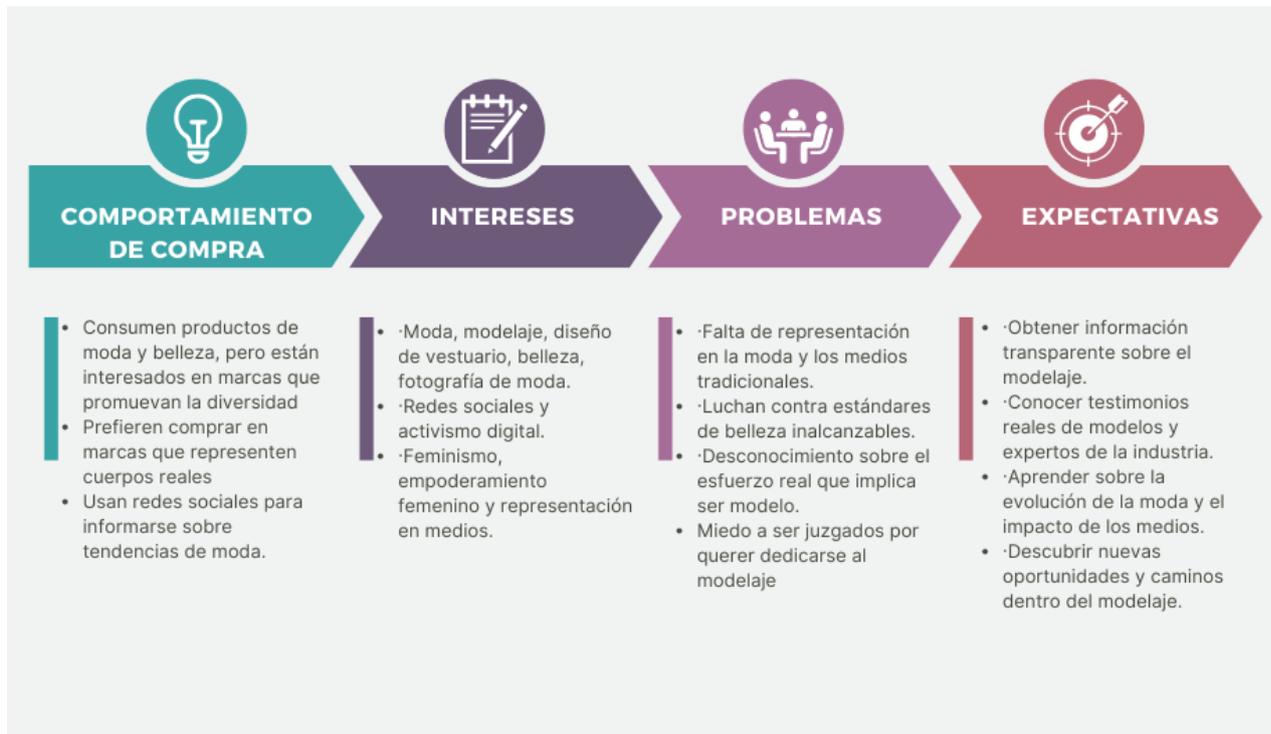
Ciudades con una fuerte presencia de la industria de la moda, como Ciudad de México, Buenos Aires, Madrid, Bogotá, Santiago de Chile y Lima.

3. Género: Mayoritariamente mujeres (70%), pero también hombres y personas no binarias interesadas en la moda y la ruptura de estereotipos.

4. Nivel de ingresos: Medio a medio-alto, ya que es un público que consume contenido digital y sigue tendencias de moda.

Figura 2.

Público objetivo



Mapa de empatía

Un mapa de empatía es una herramienta visual utilizada para comprender mejor a un grupo de usuarios al explorar sus pensamientos, emociones, necesidades y comportamientos. Se utiliza en el diseño centrado en el usuario, marketing, educación y desarrollo de productos para mejorar la comprensión de las experiencias y motivaciones de los individuos (Valdrich, & Cândido, 2018).

- Estructura de un Mapa de Empatía:

El mapa de empatía se divide en cuadrantes que responden a preguntas clave sobre el usuario:

1. ¿Qué piensa y siente? (Interior del usuario)

Representa sus pensamientos, emociones y preocupaciones internas

2. ¿Qué ve? (Entorno visual y social)

Representa lo que percibe en su entorno inmediato y en el mundo que le rodea.

3. ¿Qué oye? (Influencias externas)

Representa los mensajes que recibe de su entorno y que afectan su comportamiento y emociones.

4. ¿Qué dice y hace? (Comportamiento externo)

Representa cómo se expresa y cómo actúa en diferentes situaciones.

Figura 3.

Mapa de empatía



Capítulo 4: Propuesta

Preproducción

El proceso de preproducción en la creación de podcast comprende todas las actividades necesarias para planificar y estructurar el contenido antes de la grabación. Según Rime et al. (2022), esta fase incluye la conceptualización de la idea, la organización de recursos, la investigación sobre el tema, la escritura de guiones y la gestión del talento o invitados. Durante esta etapa, los creadores determinan el formato del podcast, la duración de los episodios y la estructura narrativa, asegurándose de que la producción tenga una base sólida.

Concepto y temática

El nombre del podcast, “Más allá de las pasarelas”, fue elegido porque refleja la esencia del proyecto: revelar el lado menos visible de la industria del modelaje. Más allá del brillo y el glamour, el modelaje requiere preparación, esfuerzo, trabajo y dedicación. Además, este espacio busca desafiar los estereotipos arraigados en la industria, demostrando que las modelos no solo poseen belleza, sino también conocimientos y talento. El título busca atraer a quienes sienten interés por la industria del modelaje, ya sea porque desean conocer su trasfondo, entender su evolución o descubrir nuevos aspectos que les brinden mayor seguridad y conocimiento sobre esta profesión.

A menudo, el modelaje es percibido como un mundo superficial donde la apariencia lo es todo, ignorando el arduo trabajo y la preparación que conlleva. También se pasa por alto el impacto que esta industria ha tenido en la sociedad y su influencia en la cultura. “Más allá de las pasarelas” explorará estos aspectos desconocidos y cómo, poco a poco, se han ido desmontando los estereotipos negativos que han acompañado a la profesión durante años. A través de historias, contexto y anécdotas, el podcast abordará temas como la inclusión, la diversidad, la autoestima, la salud mental y la evolución de los estándares de belleza. Su objetivo es mostrar que el modelaje va mucho más allá de caminar por una pasarela: cada modelo tiene una historia, y esas historias merecen ser contadas.

Estructura temática de los episodios

La primera temporada de “Más allá de las pasarelas” tendrá los siguientes nombres:

- **Primer episodio:** Modelaje vs Moda: La historia detrás de la industria y diferencias.
- **Segundo episodio:** Modelos que desafían la belleza y la norma.
- **Tercer episodio:** Modelaje y psicología: Mucho más que una imagen.
- Cuarto episodio: El modelaje visto desde un no modelo.

Tabla 4.

Estructura de los episodios

ESTRUCTURA GENERAL DE LOS EPISODIOS	
Introducción	<ul style="list-style-type: none"> ● Bienvenida ● Tema a tratar del episodio ● Gancho inicial
Desarrollo del episodio	<ul style="list-style-type: none"> ● Contextualizar el episodio ● presentación del invitado ● Conversación junto al invitado sobre el tema a tratar
Cierre	<ul style="list-style-type: none"> ● Hacer un breve resumen sobre el tema tratado ● El invitado da su último punto de vista/mensaje y despedida ● Despedida del episodio y breve promoción del próximo episodio

Elementos gráficos

El diseño del logo refleja la elegancia, exclusividad y profundidad dentro de la industria del modelaje. La pasarela central simboliza el camino que recorren los modelos durante sus presentaciones, pero también representa el proceso de preparación que hay detrás de cada desfile. De esta manera, el logo refleja la esencia del podcast: revelar aquello que no se percibe a simple vista.

Las luces y figuras a lo largo del camino representan la industria de la moda. Sin la presencia de siluetas humanas, el diseño evita limitarse a un tipo de cuerpo específico, transmitiendo así un mensaje de diversidad e inclusión.

En cuanto a la paleta de colores, el negro simboliza sofisticación y seriedad, resaltando el modelaje como una profesión que requiere esfuerzo, dedicación y constante evolución. Por su parte, el morado evoca creatividad y transformación, reforzando la idea de cambio y progreso dentro de la industria.

Figura 4.

Logotipo - Portada



Figura 5

Paleta de colores

Negro



Crema



Lila



#8A55A2

Determinación de los participantes para el podcast:

Tabla 5

Perfil de Edson Parreño:

EDSON PARREÑO	
	<p>Se seleccionó a este personaje debido a su larga trayectoria en la industria del modelaje desde el 2008. Además, su ardua preparación en Medellín Colombia en la agencia de modelaje METRO MODEL MANAGEMENT contando con un total de 9 títulos que lo capacitan para convertirse en el director, profesor y traductor de la escuela EMA (Edson Model Academy).</p>

Tabla 6

Perfil de Kenny Chamba:

KENNY CHAMBA:	
	<p>Tiene larga trayectoria en la industria del modelaje Ecuatoriano, es del canto El triunfo. Actualmente es modelo profesional y tiene su certificado de asesora de imagen. En el año 2018 Reina del Carnaval del cantón El Triunfo. En el año 2022 Virreina del cantón El Triunfo. Actualmente participante del concurso Miss Global Ecuador.</p>

Tabla 7

Perfil de Ariana Delgado:

ARIANA DELGADO	
	<p>Actualmente es estudiante de psicología. Esto es vital para tener un punto de vista más analítico y psicológico en la industria del modelaje, por lo que con esta perspectiva ayudará a ver la importancia de la salud mental, el manejo de autoestima y el conocimiento de los diferentes estereotipos que se encuentran en la industria. Además, al tener conocimiento en la industria del modelaje será fundamental para este desarrollo psicológico. Tiene experiencia en la industria del modelaje</p>

Tabla 8

Perfil de Jeremy Noe.

JEREMY NOE	
 A portrait of a young man with dark hair, wearing a white long-sleeved shirt with the text 'ESSENTIAL GARMENTS' on the chest. He is sitting and resting his chin on his hand, looking directly at the camera against a light blue background.	<p>Es estudiante de la carrera de comunicación, al ser una figura masculina que conoce parcialmente la industria del modelaje podrá dar su punto de vista y cómo cree que es la industria en la actualidad.</p>

Guion Técnico-Literario

Guion técnico

Tabla 9.

Episodio 1: Piloto

EPISODIO #1			
Operador	Secciones	Descripción	Tiempo
Control	Colilla de entrada		
Locutor 1	Bienvenida	Bienvenida y presentación del locutor	25 segundos
Locutor 1	Introducción del podcast		
Locutor 1	Introducción	Tema a tratar del episodio: Diferencia entre modelaje y moda	27 segundos
Locutor	Desarrollo del episodio	Se menciona los datos necesarios durante el desarrollo del capítulo	1:40 minutos
Locutor	presentación de invitado	Se da la apertura para que el invitado se presente	1:10 minutos
Locutor	Conversación junto a invitado	Se lleva a cabo la entrevista y se conversa con el invitado sobre el tema inicial del podcast: Diferencia entre moda y modelaje	17 minutos
Locutor	Cierre	Resumen del programa y agradecimiento de invitado	10 segundos
invitado	Despedida	Agradecimiento, mensaje final y despedida.	5 segundos minuto
Locutor	Cierre final	Despedida	1 minuto

Operador	Música de salida	Melodía característica de cierre del podcast	
----------	------------------	--	--

Tabla 10.

Episodio 2

EPISODIO #2			
Operador	Secciones	Descripción	Tiempo
Control	Melodía característica de inicio del podcast		
Locutor 1	Bienvenida	Bienvenida e introducción del episodio.	
Locutor 1	Introducción del podcast		
Locutor 1	Introducción	Se menciona el tema central del episodio: Inclusión y diversidad en el modelaje.	
Locutor	Música breve de transición	Melodía que marca el cambio de segmento.	
Locutor	Tema a tratar	Se explica de manera general sobre la evolución de la industria del modelaje.	
Locutor	Contexto histórico	Resumen de cómo la industria del modelaje presenta una mayor inclusión en sus estándares de belleza y como han ido cambiando.	
Locutor	presentación de invitado	Introducción a la invitada y breve descripción de su trayectoria en la industria del modelaje	
Invitada	Respuesta	Invitada se presenta y comparte su experiencia	

Locutor Invitada	Conversación junto a invitado	Se lleva a cabo la entrevista y se conversa con el invitado sobre el tema inicial del podcast: Mujeres que desafían los estándares de belleza en la industria del modelaje.	
Locutor	Cierre	Resumen del programa y agradecimiento de invitado	
Invitada	Despedida	Agradecimientos, mensaje final y despedida.	
Locutor	Cierre final	Anuncio del próximo episodio y despedida	
Operador	Música de salida	Melodía característica de cierre de podcast	

Tabla 11.

Episodio 3

EPISODIO #3			
Operador	Secciones	Descripción	Tiempo
Control	Melodía característica de inicio del podcast		
Locutor 1	Bienvenida	Bienvenida e introducción del episodio.	
Locutor 1	Introducción del podcast		
Locutor 1	Introducción	Se menciona el tema central del episodio: La influencia de la psicología en la industria del modelaje y la importancia de la salud mental en la industria	
Locutor	Música breve de transición	Melodía que marca el cambio de	

		segmento.	
Locutor	Tema a tratar	Se explica de manera general sobre la influencia de los estereotipos de belleza en la salud mental y la autoestima. Se da a conocer algunos datos sobre el tema	
Locutor	Contexto histórico	Se mencionará brevemente de cómo la percepción de la belleza ha ido evolucionando a lo largo de los años y su impacto en la salud mental.	
Locutor	Presentación de invitado	Introducción a la invitada.	
Invitada	Respuesta	Invitada se presenta y comparte su punto de vista y su percepción sobre la psicología dentro de la industria del modelaje	
Locutor Invitada	Conversación junto a invitado	Se lleva a cabo la entrevista y se conversa con el invitado sobre el tema inicial del podcast: La psicología dentro de la industria del modelaje	
Locutor	Reflexión final	Despedida, resumen del programa y agradecimiento de invitado	
Invitada	Despedida	Agradecimientos, mensaje final y despedida.	
Locutor	Cierre final	Anuncio del próximo episodio y despedida	
Operador	Música de salida	Melodía característica de cierre de podcast	

Tabla 12.

Episodio 3

EPISODIO #4			
Operador	Secciones	Descripción	Tiempo
Control	Melodía característica de inicio del podcast		
Locutor 1	Bienvenida	Bienvenida e introducción del episodio.	
Locutor 1	Introducción del podcast		
Locutor 1	Introducción	Introducción del episodio y Presentación del episodio e invitado.	
Invitado	presentación de invitado	Saludo del invitado y pequeña introducción.	
Operador	Música de transición	Melodía característica del podcast	
Locutor	Primer bloque: Anécdotas del invitado y experiencia.	Preguntas sobre anécdotas divertidas y como termino en un curso de modelaje	
Invitado Locutor	Conversación	Se lleva a cabo la conversación con respecto al primer bloque.	
Operador	Música de transición	Melodía característica del podcast	

Locutor	Segundo bloque: Impacto en su autoestima	Preguntas sobre cómo la industria del modelaje ha influenciado en su autoestima	
Invitado Locutor	Conversación	Se lleva a cabo la conversación con respecto al segundo bloque.	
Operador	Música de transición	Melodía característica del podcast	
Locutor	Tercer bloque: La realidad del modelaje y lo que “supone saber del modelaje”	Preguntas sobre como él pensaba que era la industria del modelaje, que es lo que piensa ahora y como es hoy en día la industria del modelaje.	
Invitado Locutor	Conversación	Se lleva a cabo la conversación con respecto al tercer bloque.	
Operador	Música de transición	Melodía característica del podcast.	
Locutor	Cierre y Reflexión final	Recapitulación de los puntos más importantes que se desarrollaron a lo largo del episodio.	
Locutor	Cierre	Agradecimientos	
Invitada	despedida	Agradecimientos, mensaje final y despedida.	
Locutor	Cierre final	Anuncio del próximo episodio y despedida	
Operador	Música de salida	Melodía característica de cierre de podcast	

Guion literario

Guion Literario

Tabla 13.

Guion Literario: Piloto

GUIÓN #1: Edson Parreño	
Control	Musicalización
Locutor (Geanella)	Bienvenida, presentación del podcast.
Locutor (Geanella)	Presentación del episodio.
Locutor (Geanella)	¿Desde su experiencia cómo definiría Moda y modelaje?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Cuándo se marca el inicio de la moda y el inicio del modelaje?

Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Qué cree que le falta a la industria del modelaje Ecuatoriano para que genere un impacto a nivel mundial?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Cómo cree que la diversidad y la inclusión han transformado la industria en estos últimos años?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Qué importancia cree usted que tienen los medios y las redes sociales en la percepción del modelaje y la moda?
Entrevista	-----
Locutor (Geanella)	¿Qué recomendaciones usted le daría a las futuras generaciones que desean involucrarse en la industria del modelaje?
Entrevistado	-----

Locutor (Geanella)	Agradecimientos y despedida
--------------------	-----------------------------

Tabla 14.

GUIÓN #2: Kenny Chamba	
Control	Musicalización.
Locutor (Geanella)	Bienvenida, presentación del podcast.
Locutor (Geanella)	Presentación del episodio.
Locutor (Geanella)	¿Cómo definirías el impacto del modelaje en la sociedad actual?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Cómo has ido superando tus propios retos dentro de la industria?

Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Cómo te sientes estando rodeada de personas que cumplen con los estándares de belleza?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Alguna vez creíste que no eras capaz de cumplir con tus sueños?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Cuáles crees que han sido los mayores desafíos para que la industria acepte esta nueva visión de la belleza?
Entrevista	-----
Locutor (Geanella)	¿Cómo han contribuido las redes sociales al cambio? ¿Crees que han democratizado el acceso del modelaje?
Entrevistado	-----

Locutor (Geanella)	¿Cómo te sientes ahora con todo lo que has logrado?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Si tuvieras tu propia agencia de modelaje, a quienes elegirías?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Qué es el modelaje para ti?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Qué mensaje/recomendación le darías a las personas que quieren estar en la industria del modelaje pero piensan que no son capaces por los estándares de belleza?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	Agradecimiento y Despedida

Tabla 15.

GUIÓN #3: Ariana Delgado	
Control	Musicalización.
Locutor (Geanella)	Bienvenida, presentación del podcast.
Locutor (Geanella)	Presentación del episodio.
Locutor (Geanella)	Coméntanos sobre tu paso en la industria del modelaje.
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿En algún momento creíste que no serías capaz de lograrlo?

Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Te sentías cómoda con tu figura?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Qué habilidades consideras esenciales para destacar en la industria del modelaje?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Carisma mate belleza?
Entrevistado	-----

Locutor (Geanella)	¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrenta una modelo en su preparación y cómo lo superan?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Cómo crees que los estándares de belleza afectan en la autoestima de las personas que quieren entrar en la industria?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Cómo crees que las plataformas digitales han influenciado la manera en que las personas perciben su imagen y la autoaceptación?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Qué le recomendarías a las personas que están interesados en la industria del modelaje desde tu perspectiva de exmodelo y ahora futura psicóloga?

Tabla 16.

GUIÓN #4: Jeremy noe	
Control	Musicalización.
Locutor (Geanella)	Bienvenida, presentación del podcast.
Locutor (Geanella)	Presentación del episodio.
Locutor (Geanella)	¿Qué te llevó a meterte en la industria del modelaje? ¿Te engañaron o fue por decisión propia?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Cual era tu perspectiva de la industria del modelaje previo a que estuvieras en un curso?

Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Qué tipo de personas había en tu curso de modelaje? ¿Cumplían con los estereotipos que conoces sobre la industria?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿La actitud mata la belleza?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿En algún momento estando dentro del curso te sentiste afectado psicológicamente o la presión que se vive?
Entrevistado	-----

Locutor (Geanella)	¿Qué piensas ahora de la industria del modelaje?
Entrevistado	-----
Locutor (Geanella)	¿Qué recomendación le darías a los futuros hombres que deseen estar en la industria del modelaje?

Producción

El proceso de producción en el podcast consiste en la grabación del contenido y su construcción sonora. Rime et al. (2022) explican que esta etapa abarca la grabación de audio en estudios, hogares u otros entornos, y en algunos casos, la inclusión de efectos sonoros y diseño de sonido. A diferencia de medios como la radio y la televisión, la producción de podcast es altamente iterativa, lo que significa que las grabaciones pueden ajustarse y modificarse conforme avanza el proceso.

El plan de grabación será desarrollado en el Centro de Producción Audiovisual (CPA) de la carrera de comunicación de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Para producir el podcast, se requerirán los siguientes implementos:

- 3 micrófonos
- Cabina de locución
- Laptop

En cuanto al personal de producción se precisarán para los días de grabación se expondrán a continuación:

Tabla 17*Personal de Producción*

PERSONAL DE PRODUCCIÓN	
Gabriel Rosero	Control Máster (Audio)
Geanella Suarez	Podcaster y presentadora
Diego Almeida	Editor

Plan de rodaje**Tabla 18***Plan de grabación*

PLAN DE GRABACIÓN			
Fecha	Personajes	Lugar	Tema
28 de enero	Edson Parreño	CPA	Diferencia entre moda y modelaje
7 de febrero	Kenny Chamba	CPA	Inclusión y diversidad en el modelaje.
11 de febrero	Ariana Delgado	CPA	La influencia de la psicología en la industria del modelaje y la importancia de la

			salud mental en la industria
11 de febrero	Jeremy Noé	CPA	Perspectiva de un no-modelo

Postproducción

El proceso de postproducción en el podcast implica la edición del material grabado, la aplicación de revisiones y la distribución del episodio. De acuerdo con Rime et al. (2022), esta fase incluye la edición de audio para mejorar la calidad, la incorporación de música y efectos, la revisión del contenido por parte de asesores o editores y, finalmente, la publicación y promoción del podcast. A diferencia de otros medios, la publicación en el podcast es crucial, ya que los creadores deben asegurarse de que su contenido se distribuya efectivamente y alcance a su audiencia objetivo.

Montaje

Tabla 19

Plan de montaje

MÁS ALLÁ DE LAS PASARELAS		
Fecha	Descripción	Acción
30 de enero 2025	Revisión de la grabación del primer episodio	Escucharlo y volver a grabar en caso de ser necesario
3 de febrero 2025	Edición de audio	Preparación del audio para subirlo en plataformas
4 de febrero 2025	Musicalización	Se eligió la música representativa del programa

7 de febrero 2025	Edición del segundo audio	Preparación del audio para subirlo en plataformas
11 de febrero 2025	Edición del tercer audio	Preparación del audio para subirlo en plataformas
12 de febrero 2025	Publicación primer audio	Subir el contenido a la plataforma
13 de febrero 2025	Edición cuarto audio	Preparación del audio para subirlo en plataformas
14 de febrero 2025	Publicación segundo audio	Subir el contenido a la plataforma
19 de febrero 2025	Publicación tercer audio	Subir el contenido a la plataforma
21 de febrero 2025	Publicación cuarto audio	Subir el contenido a la plataforma

Estrategia de comunicación

Plan de contenido para Spotify

Spotify es una plataforma de streaming de audio que accede a los usuarios escuchar, podcast, música y otros contenidos auditivos a través de internet. Al brindar contenido de streaming permite a las diversas audiencias reproducir millones de canciones y episodios de podcast en diferentes dispositivos. Por lo tanto, al tener la facilidad de ser escuchado en cualquier momento será de gran ayuda para el proyecto, el contenido podrá ser reproducido en diferentes horarios del día.

Según Patxi (2023) indica que una de las grandes ventajas de utilizar Spotify para podcaster logrará incrementar los oyentes, debido a que cuenta con más de 250 millones de usuarios. Los episodios serán publicados los días lunes, miércoles y viernes, entre las 17:00 y 20:00 horas, de esta manera, el público objetivo tendrá la posibilidad de escuchar el o los episodios una vez terminen sus actividades.

Plan de contenido para Instagram

Instagram es una plataforma social donde se puede compartir diversos contenidos de entretenimiento mediante stories, reels, post, carousel. Por lo tanto, facilita la difusión de contenido y descripción de los episodios. Según Bertino (2023) un estudio anual realizado en el año 2022 de IAB, Instagram se encuentra como una de las plataformas sociales con mayor frecuencia de uso. Para la publicación del contenido, estos se realizarán en el mismo horario que la publicación de los episodios del podcast, de esa manera en Instagram se podrá interactuar con la audiencia mediante los comentarios y tener en consideración el interés de la audiencia.

Objetivos

- Publicar los episodios en fechas adecuadas
- Atraer oyentes interesados en la industria del modelaje
- Promocionar cada episodio mediante la red Instagram
- Interactuar con la audiencia mediante comentarios

Tabla 20

Plan de contenido

CRONOGRAMA DE PUBLICACIÓN		
Fecha	Plataforma	Actividad
Martes 11 de febrero	Instagram	Post promoción del podcast
Miércoles 12 de febrero	Instagram	Promoción primer episodio
Miércoles 12 de febrero	Spotify	Publicación primer episodio
Viernes 14 de febrero	Instagram	Promoción segundo episodio
Viernes 14 de febrero	Spotify	Publicación segundo episodio
Miércoles 18 de febrero	Instagram	Promoción tercer episodio
Miércoles 18 de febrero	Spotify	Publicación tercer episodio
Viernes 21 de febrero	Instagram	Promoción cuarto episodio
Viernes 21 de febrero	Spotify	Publicación cuarto episodio

Lecciones aprendidas

Durante el desarrollo de esta tesis y la creación del podcast “Más allá de las pasarelas” he llegado a considerar que ha sido un largo proceso de aprendizaje, el cual me ha permitido conocer nuevos puntos de vista de esta industria, tanto de personas quienes no conocen a profundidad sobre el modelaje como de quienes ya lo hacen, Además, también me ha permitido conocer sobre la creación de contenido para un podcast, su producción y todo lo que conlleva para tener un buen resultado mediante ensayo y error.

- 1) La industria del modelaje como una industria compleja y multifacética.

A lo largo de toda la investigación llevada a cabo, se pudo demostrar que el modelaje va mucho más allá de la apariencia física (aunque haya personas que creen en dicho estereotipo todavía). También que es una profesión que requiere de mucha constancia, disciplina, preparación y habilidades que por lo general muchas veces son minimizadas e invisibilizadas por los medios. Por último, que es una industria que va en constante evolución, que hay una diferencia notable desde sus inicios hasta ahora en la actualidad y que dichos cambios forman parte de la cultura en la sociedad.

- 2) Los estereotipos están presentes, pero el cambio si es posible.

Aunque se puedan evidenciar cambios en la industria mediante las opiniones brindadas en las entrevistas, grupo focal e invitados al programa, muchos de los estereotipos planteados a lo largo del proyecto se han demostrado presentes en diferentes situaciones, ya sea desde las preferencias de las agencias como personales. Sin embargo, el deseo de un cambio posible para la industria si está presente y este es mediante la educación, divulgación y comunicación sobre la misma, pues se concluyó que para dar a conocer la realidad del modelaje es fundamental una buena técnica de difusión, de esta manera se logra dar a conocer el tema a más profundidad y ayudará a ser parte de la transformación de la percepción pública sobre la industria.

- 3) El podcast como un método de difusión

La producción del podcast me ha permitido comprender y entender que el formato es una buena herramienta para compartir información sobre un tema, de

manera fácil y accesible esto mediante la planificación, escritura de guiones, grabación y edición de audio. De igual manera también reconocer la importancia de la preparación para la grabación y al tener un concepto definido se logra con el objetivo deseado, demostrar que mediante la comunicación se puede llegar a educar e inspirar.

4) El valor de la planificación, investigación y organización

Para el desarrollo de este proyecto se ha llegado a comprender que este tipo de trabajo requiere de planificación, tiempo y dedicación, esto debido a las investigaciones para los diferentes temas a tratar, además para cumplir con los objetivos que se hablan desde el inicio del trabajo. Cada etapa de este largo proceso ha demandado organización y compromiso para lograr un resultado positivo y fundamentar de manera correcta.

5) El impacto de los medios y plataformas en la construcción de percepción del modelaje.

Durante la entrevista se pudo demostrar cómo los medios y las diferentes plataformas digitales son capaces de generar un criterio sobre diversos temas en la sociedad, por lo tanto, se pudo demostrar como ellos de acuerdo a lo que se publica o se habla va generando un punto de vista a la audiencia, el medio moldea la forma en la que el modelaje es percibido. Por ende, esto reafirmo mi concepto de la importancia de generar un buen contenido que desafíe cada uno de los estereotipos que se muestran y brinde información real, equilibrada y no superficial sobre la industria.

6) El aprendizaje continúa

Pese a tener conocimiento sobre la industria del modelaje y como este es detrás de cámaras, no deje de tener nuevos conceptos o aprendizajes del mismo. Con esta experiencia también he aprendido a mejorar mis habilidades como profesional de comunicación en desarrollo, demostrando que siempre hay espacio para seguir instruyendo e ir mejorando. Más que nada demostrar que la industria del modelaje es un campo que está en constante evolución.

Todo este proceso ha sido un desafío enriquecedor que no solo me ha permitido explorar a mayor profundidad la industria del modelaje, sino que me ha ayudado a dar a conocer este mismo conocimiento a personas que desconocen sobre

la industria y tienen estereotipos erróneos sobre el mismo. La creación del podcast me ha demostrado que es una herramienta positiva para la divulgación de los conocimientos y la combinación de la investigación académica y la producción práctica me permitieron desarrollar una visión más crítica, analítica y reflexiva sobre el tema.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Durante el desarrollo de este estudio se me ha permitido analizar de manera más profunda sobre la industria del modelaje, las diferencias entre moda y modelaje, los estereotipos que se encuentran o cómo estos van desapareciendo para hacer ver a la industria como una profesión y no como un asunto superficial.

De todas maneras, mediante críticas y realidades sobre la industria se ha evidenciado que en la actualidad dicha profesión va mucho más allá de la apariencia física y los estándares de belleza tradicionales impuestos por la sociedad.

Con el podcast “Más allá de las pasarelas” se ha buscado desmitificar cada estereotipo asociado a las modelos, resaltando su preparación, esfuerzo, dedicación, trabajo y el impacto cultural que genera en la sociedad. Mediante invitados a los episodios, los temas y las preguntas se ha logrado ir averiguando qué es lo que las personas desean y lo que piensan, de esta manera por medio de historias se ha tocado los puntos fundamentales que se desean dar a mostrar sobre la industria.

Desde un comienzo se ha logrado comprobar que la industria del modelaje ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, en estos últimos años, integrando una mayor diversidad en apariencia física, raza, géneros y edades, incluyendo los estereotipos de inteligencia, sin embargo, este último todavía se cree que sigue siendo muy presente en la actualidad, por lo que se debería trabajar más en esta problemática, en donde se demuestra de manera más contundente la necesidad de combatir con este estigma, mediante espacios educativos e informativos que permitan cambiar la percepción.

Por otro lado, durante mucho tiempo se ha podido evidenciar que los medios de comunicación y hoy las redes sociales han logrado elaborar una imagen o una percepción de las modelos y de la industria del modelaje, estas plataformas y medios

han sido clave para dichos nuevos referentes y discursos con más diversidad. Cabe mencionar que las redes sociales en la actualidad es la plataforma para que surjan nuevas aspirantes a la industria del modelaje.

Además, la producción del podcast me ha permitido entender y evidenciar que este formato es una medida efectiva para dar a conocer de manera más efectiva la información, educación, preparación y sensibilización en temas relacionados con la industria del modelaje, la moda y los estereotipos que se encuentran. Mediante las entrevistas a invitados y análisis, por lo que se ha deseado lograr construir un espacio de reflexión y aprendizaje accesible para la audiencia, realizando el programa de una manera entretenida y amigable.

Por último, la percepción sobre la industria del modelaje está en constante transformación, va de la mano con lo que se consume en redes sociales, ideologías y gustos, por la educación es clave para seguir desmitificando los estereotipos erróneos de la profesión. Por lo tanto, la creación de contenido informativo, como la de este proyecto ayuda en la contribución a una mejor comprensión sobre la industria.

Recomendaciones

- Continuar promoviendo la diversidad y la representación realista en la industria del modelaje para impulsar a más medios alcanzar dicho conocimiento y así generar más visibilidad a la industria.
- Continuar con investigaciones sobre el impacto del modelaje en la salud mental, en la autoimagen y autoestima para que de esta manera profundizar en los efectos positivos y negativos en la industria.
- Seguir promoviendo el avance de la diversidad y la representación realista en la industria del modelaje, de esta manera llegar a una audiencia más amplia y generar un interés positivo y difundir el propósito de que el modelaje no es solo pasarela.

Bibliografía

- ¿Cuáles son los tipos de podcast que existen? (2023, July 4). RTVC Sistema De Medios Públicos. <https://www.rtv.gov.co/tipos-de-podcast-existen>
- Cutler, R. J. (2009, septiembre 11). *Anna Wintour, The September Issue*. Roadside Attractions.
- Dickinson, J. (2004). *No Lifeguard on Duty: The Accidental Life of the World's First Supermodel* (p. 5). HarperCollins.
- García, J. (2021, abril 27). *El origen del concepto de los podcasts: descubre quién lo creó*. Videopodcast.com. <https://videopodcast.com/el-origen-del-concepto-de-los-podcasts-descubre-quien-lo-creo/>
- Gómez, B. R. (2024, March 18). *Tipos de estereotipos y sus características*. Avance Psicólogos. <https://www.avancepsicologos.com/tipos-estereotipos/>
- González Gavaldón, B., (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar*, (12), <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801212>
- Guerrero Alarcón, R. (2012). *Estereotipos en la moda* (By Departamento de Dibujo & Universidad Alonso Cano de Granada) [Tesis].
- Icesi Marketing Zone. (2022). *La importancia de los podcasts en 2022*. Recuperado de <https://www.icesi.edu.co/marketingzone/la-importancia-de-los-podcasts-en-2022/>.
- ICR Evolution. (2023, 16 de agosto). *4 razones fundamentales para utilizar Instagram para empresas*. Recuperado de <https://icr-evolution.com/blog/por-que-debes-utilizar-instagram-para-empresas/>
- Invitados, C. (2024, February 18). *Redefinición de los estereotipos intelectuales de género*. El Opinadero. <https://elopinadero.com.co/redefinicion-de-los-estereotipos-intelectuales-de-genero/>
- Lo más destacado para las marcas sobre las ganancias de Spotify en el cuarto trimestre de 2021 | Spotify Advertising*. (n.d.). <https://ads.spotify.com/es-MX/insights-y-noticias/spotify-third-quarter-2021-earnings/>

- Patxi, I. (2023, 7 de diciembre). *Spotify para podcasters: ¿merece la pena?* Recuperado de <https://www.ivanpatxi.es/spotify-para-podcasters-merece-la-pena>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2021, enero 14). *Podcast - Qué es, definición y concepto*. Definición. Dé. <https://definicion.de/podcast/>
- Quinaya Ocampo, D. P. (2018). La moda en la Historia. In *Revista Oblicua: Vol. No. 12* (pp. 24–26). Cali / Colombia. <http://horapensar.blogspot.com/2014/05/canarias-y-munitionettes-heroicas.html>
- Riello, G. (2012). *Breve historia de la moda: Desde la Edad Media hasta la actualidad*. Editorial Laterza.
- Rime, J., Francombe, J., & Collins, T. (2022). *How Do You Pod? A Study Revealing the Archetypal Podcast Production Workflow*. ACM International Conference on Interactive Media Experiences (IMX '22), 1-8. <https://doi.org/10.1145/3505284.3529977>
- Statista. (2023). *La industria del podcast a nivel mundial*. Recuperado de <https://es.statista.com/temas/8618/la-industria-del-podcast-a-nivel-mundial/>
- Statista. (2024). *Número de oyentes de podcast a nivel mundial*. Recuperado de <https://es.statista.com/grafico/26394/numero-de-oyentes-de-podcast-a-nivel-mundial/>
- Universidad Europea. (2024, April 25). *Cómo hacer un podcast: estructura y pasos a seguir*. <https://universidadeuropea.com/blog/como-crear-podcast/>
- Valdrich, T., & Cândido, A. C. (2018). Mapa de empatía como proposta de instrumento em estudos de usuários: aplicação realizada na Biblioteca Pública de Santa Catarina. *Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina*, 23(1), 107-124.

Anexos

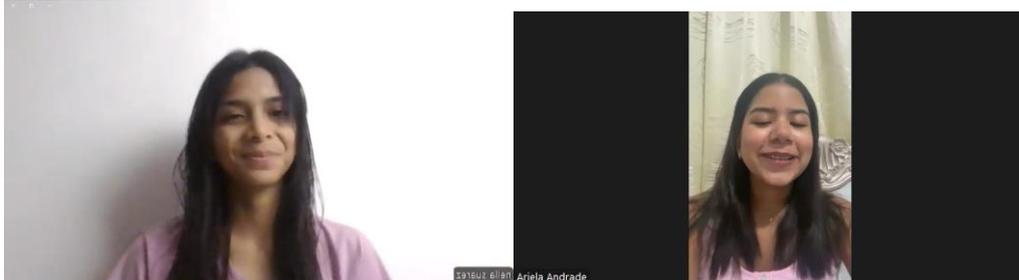
Entrevista Sofía Comte



Entrevista Maria José Yanez



Entrevista Ariela Andrade



Grupo focal





Declaración y autorización

Yo, Suárez Núñez, Geanella Nayeli, con C.I: **0926448119** autor(a) del trabajo de titulación: **Diseño del podcast “Más allá de las pasarelas” como herramienta para promover conocimientos sobre la industria del modelaje**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 14 de febrero de 2025

f. _____

Suárez Núñez, Geanella Nayeli

C.C: 0926448119

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Diseño del podcast “Más allá de las pasarelas” como herramienta para promover conocimientos sobre la industria del modelaje.		
AUTOR(ES)	Suárez Núñez, Geanella Nayeli		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Velázquez Velázquez, Pablo Antonio		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Psicología, Educación y Comunicación		
CARRERA:	Comunicación		
TITULO OBTENIDO:	Licenciado en comunicación		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	14 de febrero de 2025	No. DE PÁGINAS:	67 p.
ÁREAS TEMÁTICAS:	Podcast, entretenimiento, industria del modelaje.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	moda, modelaje, modelo, estereotipos, podcast.		
<p>La industria del modelaje históricamente ha estado ligada a estándares de belleza convencionales y percepciones estereotipadas sobre las modelos. Con la creación del podcast “Más allá de las pasarelas” se busca desmitificar estas creencias; mediante estudios, entrevistas y anécdotas, se da a conocer lo que hay detrás del modelaje, de esta manera informando a la audiencia y al público en general sobre lo que no se cuenta de la industria. El desarrollo de este proyecto lleva una metodología cualitativa, la cual permite considerar las opiniones del público de interés y analizar sus propuestas y valoraciones con respecto al tema. Por otro lado, el proceso de investigación profundiza la evolución del modelaje, los estándares de belleza establecidos y sus cambios, los estereotipos, preparación, esfuerzo, impacto cultural del modelaje en la sociedad y cómo los medios también influyen en la percepción de la sociedad.</p>			
ADJUNTO PDF:	SI <input type="checkbox"/>	NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593 983865952	E-mail: nellasuarez0702@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)	Nombre: Pablo Antonio Velázquez Velázquez		
	Teléfono: +593-98475146		
	E-mail: pablo.velasquez@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			