

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero en Diseño Gráfico Publicitario.

"La fotografía y la cosificación sexual de la mujer dentro de las agrupaciones musicales femeninas de la ciudad de Ambato"

Autor: Rosero Sánchez, Andrés Ismael

Tutor: **Lic. Msc. Nájera Galeas, Carlos Enrique**

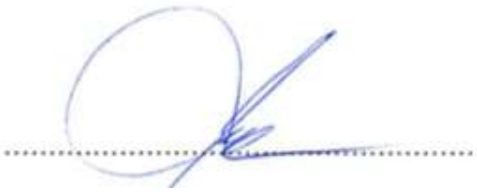
Ambato – Ecuador
Agosto, 2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: "**La fotografía y la cosificación sexual de la mujer dentro de las agrupaciones musicales femeninas de la ciudad de Ambato"** del alumno Rosero Sánchez Andrés Ismael, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, agosto del 2019.

EL TUTOR



Lic. Msc. Nájera Galeas, Carlos Enrique

C.C.: 0201793882

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación **"La fotografía y la cosificación sexual de la mujer dentro de las agrupaciones musicales femeninas de la ciudad de Ambato"**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de éste trabajo de grado.

Ambato, agosto del 2019.

EL AUTOR



.....

Rosero Sánchez, Andrés Ismael

C.C.: 1804556783

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, agosto del 2019.

EL AUTOR



.....

Rosero Sánchez, Andrés Ismael

C.C.: 1804556783

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema **"La fotografía y la cosificación sexual de la mujer dentro de las agrupaciones musicales femeninas de la ciudad de Ambato"** de **Andrés Ismael Rosero Sánchez**, estudiante de la carrera de **Diseño Gráfico Publicitario**, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, agosto del 2019.

Para constancia firman

_____

Nombres y Apellidos
PRESIDENTE

_____	_____
NOMBRES Y APELLIDOS	NOMBRES Y APELLIDOS
MIEMBRO CALIFICADOR	MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El honor de haber llegado hasta este punto
se lo debo infinitamente a mi madre,
Gimena Rosero, quién a sabido ser padre y madre,
quién con todo su amor y sacrificio a hecho
de su hijo un hombre de bien,
gracias por todo madre.

Andrés Rosero

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por darme salud y raciocinio para seguir en esta oportunidad académica, a mi familia, por estas tanto en los buenos como malos momentos siendo ese gran punto de apoyo para mi persona, de igual forma a la Universidad Técnica de Ambato, autoridades, a los docentes académicos, que han contribuido con su sabiduría y conocimientos, además de la paciencia que conlleva, y de igual forma a las empresas y agrupaciones musicales que contribuyeron con datos relevantes para la presente investigación.

Andrés Rosero

ÍNDICE GENERAL

PORTADA ..... **i**
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR ..... **ii**
AUTORÍA DE TRABAJO……..……..**iii**
DERECHOS DE AUTOR……..**iv**
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO……..**v**
DEDICATORIA ..... **vi**
AGRADECIMIENTO ..... **vii**
ÍNDICE GENERAL ..... **viii**
ÍNDICE DE TABLAS ..... **x**
ÍNDICE DE IMÁGENES ..... **xi**
ÍNDICE DE GRÁFICOS ..... **xii**
RESUMEN EJECUTIVO ..... **xiii**
ABSTRACT ..... **xiv**
INTRODUCCIÓN ..... **xv**

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO **1**
1.1.Tema. **1**
1.2.Planteamiento del problema. **1**
1.3.Contextualización **2**
Árbol de problemas. **4**
1.4.Justificación. **5**
1.5.Objetivos. **5**
1.5.1. Objetivo general **5**
1.5.2. Objetivos específicos **6**
1.6.Antecedentes de la investigación **6**
1.7.Categorías fundamentales. **9**

1.7.1. Redes conceptuales. **9**
1.7.2. Constelación de ideas. **9**
1.8.Bases Teóricas. **12**

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA **21**
2.1. Método **21**
2.1.2. Enfoque de la investigación. **21**
2.1.3. Modalidad Básica de la Investigación. **22**
2.1.4. Nivel o tipo de Investigación. **23**
2.2 Población y muestra. **24**
2.3. Operacionalización de variables. **24**
Variable independiente **25**
2.4. Técnicas de recolección de datos **26**

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN **84**
3.1 Análisis Técnico: **84**
3.2 Verificación de hipótesis. **89**
Conclusión de hipótesis: **92**

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES **93**
Bibliografía: **94**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.Cosificación sexual de la mujer 04
Tabla 2. Constelación de ideas, fotografía 10
Tabla 3. Constelación de ideas, cosificación sexual 11
Tabla 4. Variable independiente 25
Tabla 5. Variable dependiente 25
Tabla 6.Entrevista a fotógrafo profesional 27
Tabla 7. Entrevista a fotógrafo profesional 32
Tabla 8. Entrevista a fotógrafo profesional 36
Tabla 9. Entrevista a trabajadora social 41
Tabla 10. Entrevista a integrantes de agrupaciones musicales femeninas 46
Tabla 11. Entrevista a integrantes de agrupaciones musicales femeninas 47
Tabla 12. Entrevista a integrantes de agrupaciones musicales femeninas 48
Tabla 13. Entrevista a integrantes de agrupaciones musicales femeninas 49
Tabla 14. Entrevista a integrantes de agrupaciones musicales femeninas 50
Tabla 15. Entrevista a integrantes de agrupaciones musicales femeninas 51
Tabla 16. Triangulación concurrente 91

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Sharon Tumix 07
Imagen 2. Solange Star, comunidad mapuche 08
Imagen 3. Axe, publicidad, cosificación sexual 08
Imagen 4. Agrupación Las Coketas 85
Imagen 5. Pasión ardiente 86
Imagen 6. Ada Mary, (solista y bailarinas). 87

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Redes conceptuales 09
Gráfico 2. Frecuencia presentaciones 52
Gráfico 3. Frecuencia silvidos 53
Gráfico 4. Frecuencia Evaluación 54
Gráfico 5. Frecuencia mirada 55
Gráfico 6. Frecuencia comentarios 56
Gráfico 7. Frecuencia acoso 57
Gráfico 8. Frecuencia notación mirada fija 58
Gráfico 9. Frecuencia gestos sexuales 59
Gráfico 10. Nivel de sensualidad 60
Gráfico 11. Aceptación de vestuario 61
Gráfico 12. Importancia fotografía 62
Gráfico 13. Importancia demanda público 63

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigacion tiene commo objetivo general determinar la participación de la fotografía en la cosificación sexual de la mujer mediante publicidad de agrupaciones musicales de la ciudad de Ambato para reconocer estereotipos, y como objetivos espesificos: Identificar las causas de porque se cosifica a la mujer en la publicidad de agrupaciones musicales femeninas, Definir como se usa la fotografía para comunicar un mensaje dentro de las estrategias publicitarias, Analizar piezas gráficas donde se involucre la fotografía en publicidad de agrupaciones musicales Femeninas. El presente estudio tiene un enfoque cualitativo de tipo exploratorio y descriptivo en una modalidad bibliográfica y de campo. Para la recolección de datos se usó entrevistas abiertas y puntuales a diferentes profesionales como fotógrafos profesionales, licenciada en trabajo social, integrantes y managers de agrupaciones musicales femeninas de la ciudad de Ambato. Al finalizar el estudio se determinará la participación de la fotografía en la cosificación sexual de las agrupaciones como muy importante arrojando como causante factores como el vestuario, poses, el fotógrafo como referente leve y target como el referente más fuerte, donde en el mercado se transmite el concepto de sensualidad convirtiendose en un estereotipo en torno a la imagen.

PALABRAS CLAVE: FOTOGRAFÍA, COSIFICACIÓN, COSIFICACIÓN SEXUAL, COMUNICACIÓN VISUAL, AGRUPACIÓN MUSICAL.

ABSTRACT

The present investigation project has as general objective to determine the participation of photography in sexual reification of women by means of advertising of music bands in the city of Ambato in order to recognize stereotypes, and as specific objectives: Identifying the causes of why women reification happens in female music bands' advertising, Defining how photography is used to communicate a message within advertising strategies, Analyzing graphic pieces where photography in advertising is involved in female music bands. The present study has a qualitative approach of exploratory and descriptive type in a biographic and field modality. For data recollection, open and punctual interviews were made to different professionals such as professional photographers, a social work graduate, members and managers of female music bands in the city of Ambato. Having the study concluded the participation of photography in female's bands sexual reification will be defined as very important, showing factors such as dressing, poses, the photographer as a mild referent and the target as a strong referent, where the market transmits the concept of sensuality creating a stereotype around the image.

KEYWORDS: PHOTOGRAPHY, REIFICATION, SEXUAL REIFICATION, VISUAL COMMUNICATION, MUSIC BANDS.

INTRODUCCIÓN

Al pasar de los años, se ha evidenciado una predonimación del género masculino, puesto que todo el género femenino estaba completamente dedicado a la crianza de hijos y del hogar, mientras que el hombre tenía que salir a realizar actividades netamente para la sustentación de la familia, es decir el tenía que velar por su bienestar. Con el transcurso del tiempo la mujer fue ganando terreno en cuanto a posición polítca, predominancia e incluso llegar a encarar al género masculino, quizá porque dicha subyugación patriarcal está llegando a su fin, todo esto con el fin de evolucionar como seres humanos y establecer una igualdad.

En la presente investigación se enmarca el interés de la problemática social en cuanto a por qué a la mujer se la cosifica sexualmente dentro de un entorno netamente musical como lo son las agrupaciones femeninas dentro del género de la música popular también conocida como tecnocumbia, todo por medio de la fotografía como principal precursora, dejando en evidencia sus causantes, tanto factores físicos, intangibles, externos e internos, donde por medio de las declaraciones vertidas por profesionales tanto fotógrafos profesionales o afines, el criterio de una trabajdora social, integrantes femenianas de las agrupaciones musicales y de igual forma a los managers, en entrevistas tanto abiertas como cerradas, de esta manera tener un contexto más significativo en sus respectivas áreas y de acuerdo al punto de enfoque se podrá deducir las características de esta problemática, así mismo con el análisis a detalle técnico de las piezas gráficas utilizadas en este entorno musical y conforme avance la investigación se deducirá sobre que factores exactos recae la cosificación sexual inmersa en la fotografía.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Tema.

"La fotografía y la cosificación sexual de la mujer dentro de las agrupaciones musicales femeninas de la ciudad de Ambato"

1.2. Planteamiento del problema.

La mujer dentro de la sociedad es un eje muy importante, hoy en día es inquietante el uso de su imagen en publicidad, cosificando sexualmente su existencia en gran parte de artes publicitarios y piezas gráficas. A tal punto que incluso se encuentra enmarcado en la constitución del Ecuador donde se especifica lo siguiente:

En la constitución (Ecuador, 2008) se menciona en su **Título II**, Capítulo primero, Principios de aplicación de los derechos, en su **Art. 11**, párrafo segundo "Todas las personas son iguales y gozaran de los mismos derechos, deberes y oportunidades"(p.9).

Una de las herramientas utilizadas como estrategias es la cosificación, generalmente la más afectada es la imagen de la mujer, pues es vendida al mundo como un objeto netamente sexual la mayor parte de las veces como estrategia publicitaria para impulsar o proyectar un producto o servicio.

(Salvo, 2017) afirma "Vivimos en una sociedad que cosifica e hipersexualiza a las mujeres desde la más temprana infancia. Y si hay algún espacio propicio para ello son los medios de comunicación" (p.1). Puesto que desde muy niñas a las mujeres se les a impregnado ese estereotipo de debilidad influido por la sociedad, y además muy fácilmente se las adentra en esa imagen sensual que es vendida por muchos medios de comunicación, y hoy más que nunca debido al fácil acceso al internet.

Es por eso que la percepción de la imagen de la mujer en diversos artes gráficos, se ve afectada para vender como estrategia de marketing.

El objetivo de la presente investigación es el analizar por que se hace uso de la cosificación en la exposición de imagen de la mujer dentro de las agrupaciones musicales femeninas desde la perspectiva fotográfica, además de abordar sus causales y efectos respectivamente.

1.3. Contextualización

El comercio y publicidad a estado presente desde hace mucho, donde hoy en día la imagen de la mujer a sido cosificada no necesariamente se trata de un tema nuevo, la cosificación ha estado presente desde los siglos XVII Y XVIII aproximadamente. (Sapiens, 2013) afirma:

> Sin embargo, pese a lo relativamente reciente del término, la cosificación de la mujer no es un fenómeno nuevo. Durante la Ilustración Francesa en los siglos XVII y XVIII se generó un intenso debate sobre la función de los pechos femeninos. En la obra de teatro de Alexandre Guillaume Mouslier de Moissy de 1771 "La Verdadera Madre", el personaje principal femenino reprocha a su marido tratarla como un simple objeto de gratificación sexual: "¿Son tus sentidos tan burdos como para considerar estos pechos –respetables tesoros de la naturaleza – como simples adornos, destinados a ornamentar el pecho de las mujeres?"

Bueno y hoy en día es muy común obrservar publicidad dedicada especialemte para el goce del hombre donde encaja un precedente patriarcal, puesto que la imagen de la mujer se a mercantilizado y cosificado sexualmente para ofertar un producto o servicio que no necesariamente tiene relación en la actividad a la que se dedica (Sapiens, 2013).

Y es comprensible debido a que hoy en día la humanidad se encuentra más inmersa en la tecnología y además tiene un rápido y fácil acceso a información relevante para

con ello estar a merced de los medios de comunicación y su sistema de introducir pensamientos y doctrinas estereotipadas.

Es muy usual notar piezas gráficas donde el punto eje es la mujer aún cuando ésta no tiene nada que ver con objeto o servicio al que se quiere hacer referencia, una prueba de ello son los artes de las conocidas popularmente como “tecnocumbieras”, donde si bien el objetivo por definición es vender música, se termina cayendo en un bucle donde se cosifica a la mujer de una forma sexual y de esta manera se consigue como fin vender una imagen y se termina ignorando el objetivo principal. De una u otra forma se consigue vender tanto música como imagen pero como un señuelo por así decirlo, dentro de la cultura ecuatoriana se encuentra muy presente la participación de grupos musicales nacionales donde las más vendidas son las conformadas por las féminas antes mencionadas

Árbol de problemas.

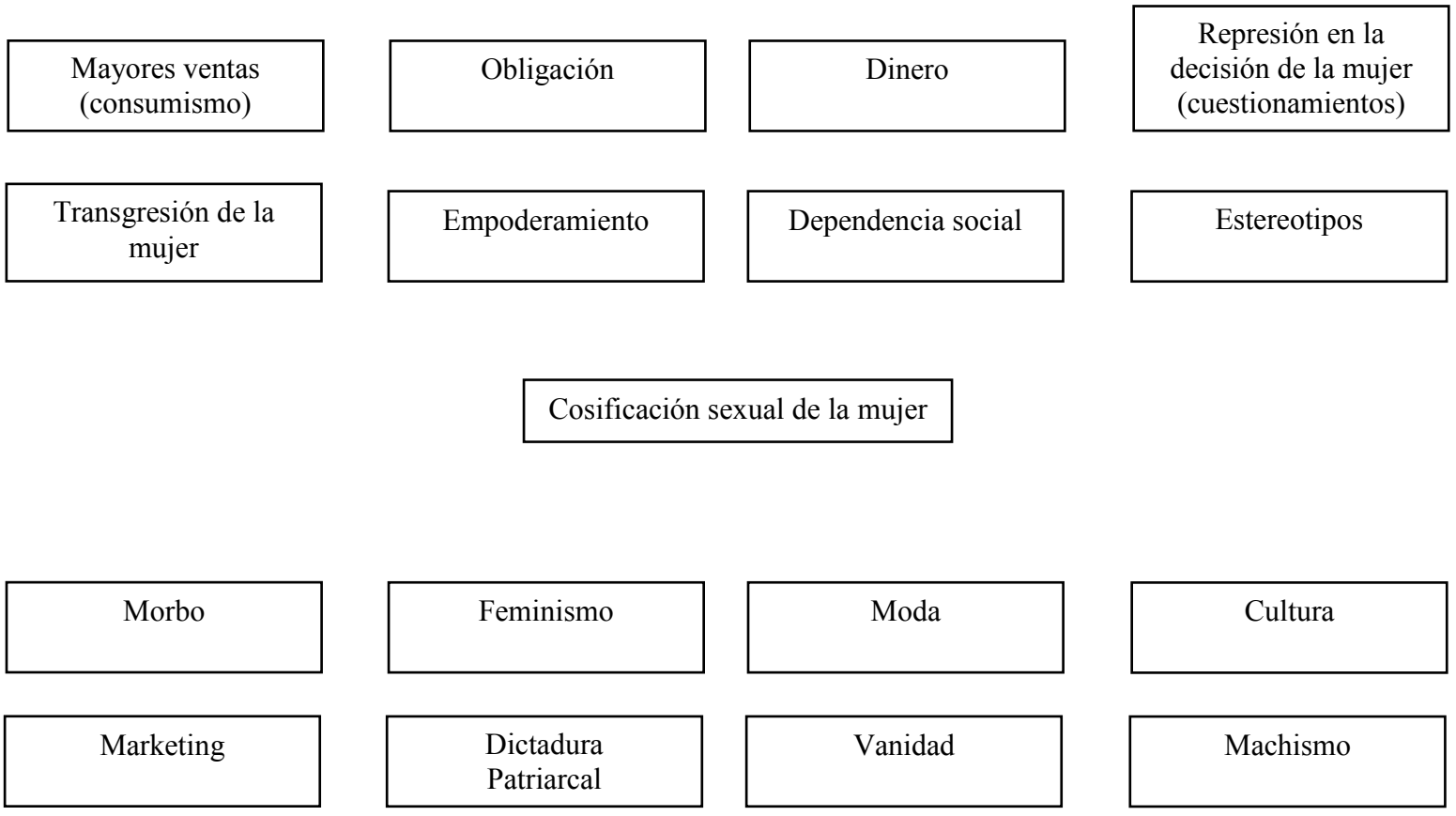


Tabla 1: Cosificación sexual de la mujer.

1.4. Justificación.

La fotografía a mostrado de forma muy directa la cosificación sexual a través de la publicidad, pues la encontramos en gran parte de la misma, cabe recalcar que no se trata de algo novedoso puesto que su uso data por los años 2000 en marcas de consumo masivo ecuatoriano como tumix, pilsener, coca cola, y plop, (por nombrar unas cuanta) etc, donde la mujer se encontraba como un objeto netamente sexual, donde subliminalmente se adentraba esa información en el consumidor, todo al costo de desvalorizar al género femenino.

El aporte de esta investigación se encuentra radicada en que posiblemente se logre (dar a conocer) cambiar esa percepción del público hacia este tipo de agrupaciones femeninas.

A demás servirá para mejorar la percepción del contexto hacia las agrupaciones musicales femeninas, ya que su imagen se ha visto afectada por los medios y la misma se encuentra cosificada de una forma sexual actualmente.

Puesto que se encuentran todos los implementos necesarios disponibles y de fácil acceso para realizar la investigación, como información pública y base de datos su factibilidad es posible, así como la predisposición de tutores e investigador.

1.5. Objetivos.

1.5.1. Objetivo general

Determinar la participación de la fotografía en la cosificación sexual de la mujer mediante publicidad de agrupaciones musicales de la ciudad de Ambato para reconocer estereotipos.

1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar las causas de porque se cosifica a la mujer en la publicidad de agrupaciones musicales femeninas.
- Definir como se usa la fotografía para comunicar un mensaje dentro de las estrategias publicitarias.
- Analizar piezas gráficas donde se involucre la fotografía en publicidad de agrupaciones musicales Femeninas.

1.6. Antecedentes de la investigación

Uno de los precedentes más recordados por todos y con el cual nace de forma completa este género de la tecnocumbia es el éxodo al que fue sometido el pueblo ecuatoriano por los problemas económicos por los años 2000.
(HC, 2004) "(…) porque a nuestra mente llegará la imagen de un antiguo amor, un hermano, amigo o familiar, que está hoy en el extranjero trabajando en lo que sea, con el fin de salir de la pobreza". Con esto está que expuesto que este plus nostálgico influye de gran manera sosteniendo que a este tipo de música se la relacionaba con la migración excesiva de los años 2000 según el periódico La Hora, pues vinculaba las melodías a un sistema emocional de esfuerzo y superación por medio de un sacrificio en ese entonces como lo era dejar su madre patria.

Dentro de la presente investigación existen varios precedentes muy importantes tanto nacionales como internacionales de marcas importantes donde se cosifica fuertemente a la mujer, con fines de lucro y comercialización de productos.

Una de las publicidades más controversiales fue la que realizaba la marca tumix, puesto que contrataba la imagen de la famosa "Sharon, la hechicera", quien era conocida como una fuerte ente de la tecnocumbia nacional ecuatoriana y además fue la imagen número 1 de esta marca durante 5 años, período 2000-2004 (Relaciones públicas Madrid, 2009).



Imagen 1: Sharon Tumix.

Fuente: Youtube.com, 2019

Uno de los casos más representativos internacionales es el de la vedette Mapuche (Chile) Solange Star quien posó para ser fotografiada semidesnuda tan solo vistiendo un Trarilonko (cintillo de plata) y una Iculla (capa) donde se sugiere que para poder comprenderla se debe realizar un estudio antropológico para poder deconstruir sus diferentes significados (Perez y Retamal, 2001). Este caso sugiere que aún cuando una mujer esta inmersa en las comunidades puede realizar este tipo de fotografía siempre y cuando exista un contexto y una construcción antropológica de la fotografía para de esa forma poder comprenderla. A continuación el ejemplo:



Imagen 2: Solange Star, comunidad mapuche.

Fuente: Antropologiavisual, 2001

Otro de los casos que sugiere un boom en la cosificación sexual de la mujer es el dado en Argentina por la empresa Axe, donde se analiza publicidad entre el año 2012 a 2016, se expresa que al utilizar el producto el estereotipo de la mujer se acercará al consumidor (Delgado-Publicidad, s.f.).



Imagen 3: Axe, publicidad, cosificación sexual.

Fuente: Palermo, 2019

1.7. Categorías fundamentales.

1.7.1. Redes conceptuales.

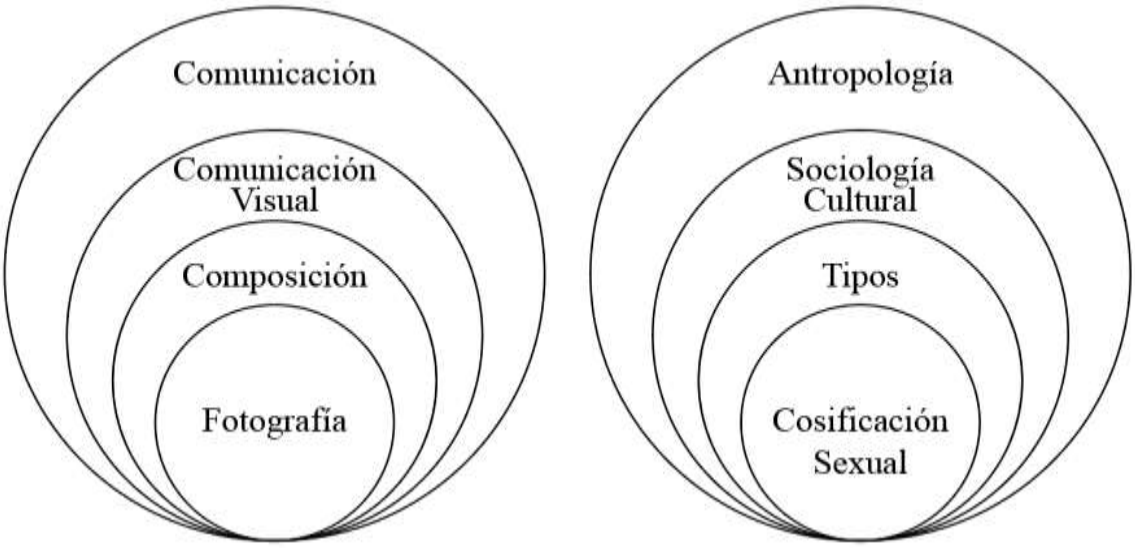


Gráfico 1: redes conceptuales

1.7.2. Constelación de ideas.

Variable fotografía:

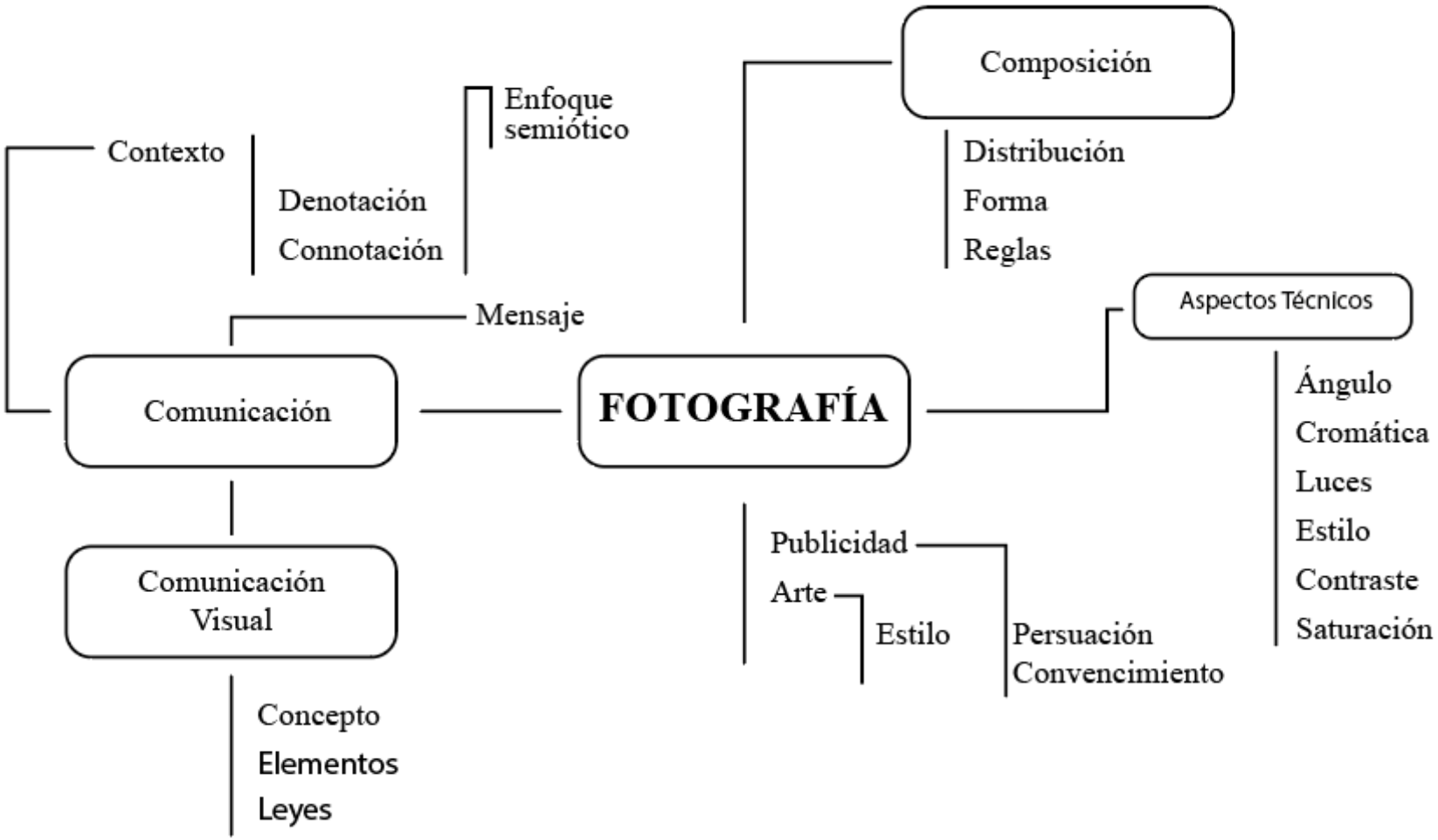


Tabla 2: Constelación de ideas, fotografía.

Variable cosificación sexual:

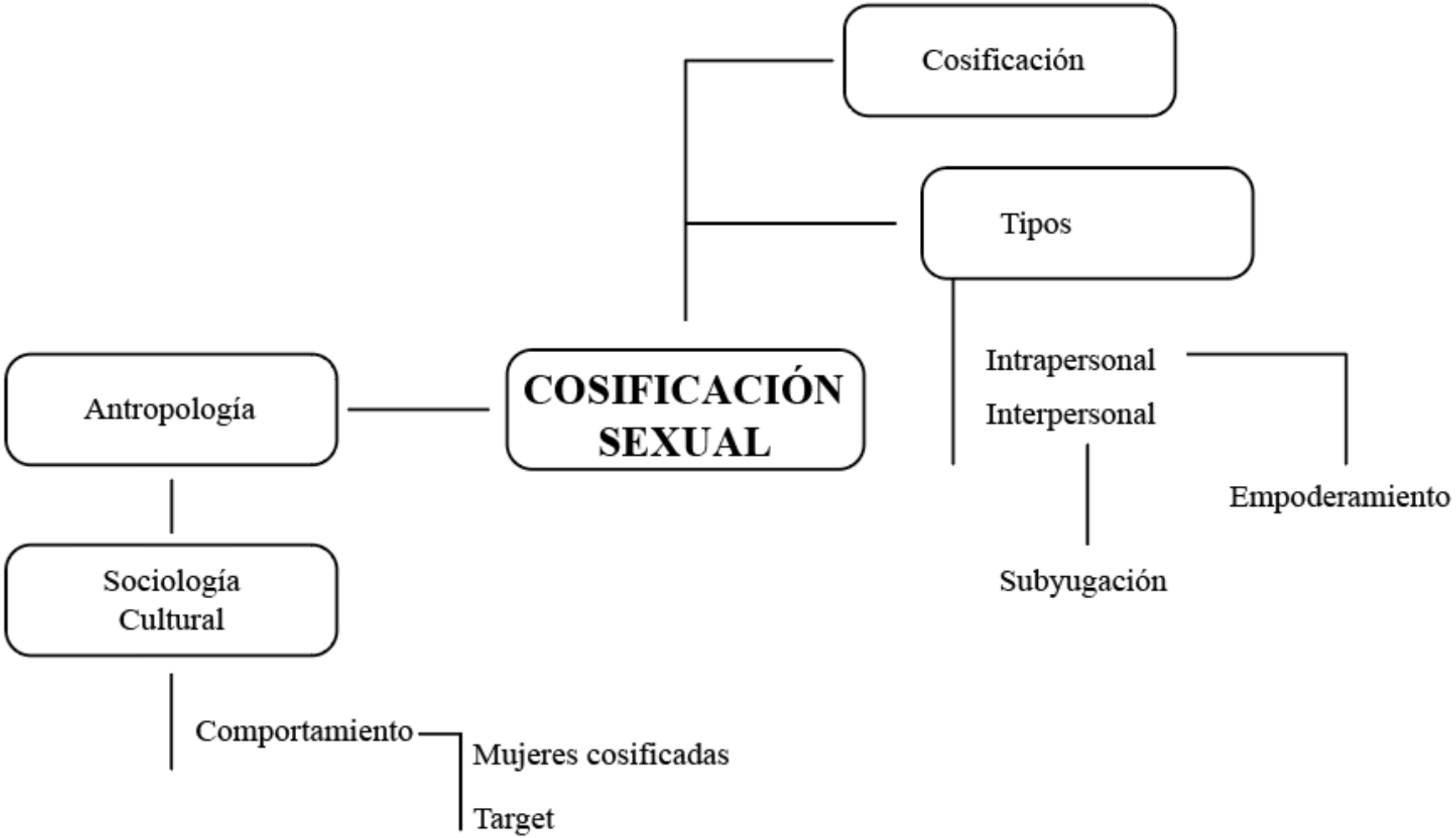


Tabla 3: Constelación de ideas, cosificación sexual.

1.8. Bases teóricas.

Fotografía

No se considera a la fotografía como medio publicitario eficáz sino hasta la época de entreguerras (Maza, 2005). De esta forma se puede comprender que las publicaciones con medios fotográficos en la propagación de publicidades de agrupaciones musicales femeninas no es tan nueva.

Langford (2001) expone que "La fotografía es una herramienta científica y documental de primera importancia, y un medio creativo por derecho propio."(p.8). Sin duda la creación y desarrollo de la fotografía es indispensable para lograr plasmar ideas, conceptos e imágenes difíciles de narrar por medio de palabras, y de hecho ayuda a comprobar hechos o acontecimientos que trascienden la historia. De igual forma ayuda y fomenta el desarrollo de la parte creativa de nuestra corteza cerebral, esto influye a que ciertas personas opten por ramas creativas para su desarrollo profesional, debido a que en el arte suelen encontrarse mucho más cómodos y sienten que pueden seguir creciendo pues les apasiona.

El porque se trata de una herramienta científica es por el hecho de que la misma creación de una cámara fotográfica conlleva mucho desarrollo tecnológico desde su creación, además de eso toda composición trae consigo aspectos técnicos en cuanto a luces, ángulos, encuadres, tiempo de obturación y apertura de diafragma. El aspecto artístico involucra directamente las preferencias del fotógrafo junto con su estilo y técnica que mejor maneje, esto para que pueda capturar un momento, con su esencia y marca propia.

Además se convierte en un medio tan personal que se refleja en la forma y estilo que adquiere cada fotógrafo y por ende un medio creativo que ayuda a transmitir hechos y causas que complementan el día a día, debido a que por tratarse de plasmar imágenes

son más fáciles de asimilar y recordar sin dejar de lado la ciencia que esta esconde, pues la fotografía también es vista como una bella arte y un medio de comunicación masivo.

Esquivel, D. (05 de enero del 2015). Crear impacto visual [… se basa en el principio de que ciertos elementos visuales atraen al ojo más que otros]. Recuperado de http://blog.inerciadigital.com/2015/01/05/crear-impacto-visual/ . Debido al fuerte impacto que tienen las integrantes de grupos musicales sobre todo su vestuario sugerente, se populariza de una forma más viral ante la audiencia

La clave para que una imagen denote impacto visual siempre estará basada en su conceptualización y el aporte subjetivo que posea, que en este caso se enfoca en la sensualidad de las mujeres que se encuentran en el ámbito de la tecnocumbia, donde el fotógrafo plasma dicha sensualidad en una imagen para crear dicho impacto visual.

Cabe recalcar que el nivel de impacto que se produzca en el usuario será proporcional al nivel de conceptualización y no necesariamente debe tener una gran variedad de elementos pues muchas de las veces con tan solo un elemento se logra dejar atónita a la audiencia.

Otro de los puntos a rescatar es la interacción de la pieza gráfica con el usuario, pues mientras más la manipule e interactúe con ella será mucho más pregnante y por tanto jugará con las emociones y sentidos del mismo, todo esto sin dejar de lado la estética y funcionalidad que tenga dicha pieza gráfica, además de comunicar correctamente el mensaje premeditadamente pensado y que llame la tención del público objetivo de una manera eficaz y rápida.

Tener conocimientos previos sobre fundamentos básicos de composición otorga una ventaja al profesional en el medio en que se este desarrollando en este caso específico de la fotografía, pues cumplirá más rápidamente su objetivo de llegar al target propuesto, todo esto sin dar muchos rodeos y pruebas no válidas, también influyen al ganar adeptos en un entorno hoy por hoy saturado de diseñadores y fotógrafos artesanales por así decirlo, debido a que como profesional se posee una larga carrera de conocimientos frente a los empíricos que incluso llegan a devaluar el mercado.

Composición y concepto

Al trabajar un buen concepto, es decir ya posicionado el tema puede fucionarse al contexto en el que se desenvuelve, es así que se manejan las sesiones fotográficas (Short, 2011). Es interesante el papel que desempeña la composición dentro de un todo pues transmite ideas a partir de pequeños fragmentos bien distribuidos teniendo en cuenta siempre el contexto en el cual está desarrollado.

De cierto forma existe una gran diferencia entre tomar una fotografía y hacer una fotografía, puesto que para tomarla lo puede realizar cualquier persona en cualquier lugar sin tener conocimientos previos de conceptualización y por otro lado para hacer una fotografía se debe tener conocimientos previos de composición y conceptualización, todo esto para darle un plus a la misma y con ello provocar un fuerte impacto sobre el target específico.

En cuanto a lo que manifiesta Short sobre unir el concepto con el tema tiene demasiada relevancia pues hay que tener en cuenta que no precisamente en todo ámbito la conceptualización será aceptada de una forma correcta por el usuario o target, y es en ese momento donde los conocimientos aprendidos a lo largo de una carrea llevan las riendas del fracaso o triunfo de una propuesta gráfica, además de ello hay que tener presente la esencia del fotógrafo puesto que no todos son iguales y poseen diferentes temáticas en las cuales cada uno se desarrolla de mejor manera y para finalizar los conocimientos arcaicos también desarrollan un papel importante pues no todo depende de las enseñanzas en una aula de estudio también pueden ser conocimientos que el profesional a recopilado por experiencias propias y que le han dejado un sin número de enseñanzas.

En sí la conceptualización forma y constituye la esencia de una composición y efectivamente pone en evidencia lo que el fotógrafo o director de arte quiere hacer notar más y que a la vez genere impacto visual en el usuario, con todo esto lo que se desea

conseguir es un buen nivel de pregnancia en cuanto la asimilación del mensaje y de ser posible que el usuario lo relacione a cosas cotidianas y mucho más fáciles de recordar.

Munari (2013) menciona la importancia de la comunicación visual y expone que "Conocer la comunicación visual es como aprender una lengua hecha solamente de imágenes, pero de imágenes que tienen el mismo significado para personas de cualquier nación, y por tanto de cualquier lengua" (p.75). Prácticamente es de esta forma en la que se puede transmitir el mensaje de sensualidad presente en las agrupaciones musicales femeninas hacia el target designado.

La comunicación en esta rama del diseño es indispensable, algo parecido a cuando se empieza a estudiar un idioma nativo pues para ello debemos aprender a expresarnos y que los demás entiendan lo que se quiere dar a conocer y de ser posible tratar de hablar una legua netamente codificada y universal para que todo público pueda identificar fácilmente, es decir cumplir correctamente un ciclo comunicativo, esto enfocado a la fotografía es un proceso un tanto complicado puesto que solo se debe expresar con imágenes y gráficos simplificados correctamente y con un alto de grado de impacto para que en el usuario exista pregnancia y le resulte al mismo más fácil de recordar .

Mensaje

Entonces que podría transmitir una fotografía, si no es su esencia propia y real (Barthes, 1986). Entonces el mensaje que transmite el género de la tecnocumbia, con sus integrantes vistiendo prendas sugerentes a la vista es el atributo de la sensualidad acompañado de bailes y canciones populares.

Además se atribuye al diseñador gráfico como el heredero que trasciende en la historia donde se convierte en el responsable de codificar el mensaje y facilitarlo, en cuanto al combinando de imágenes y conceptos refiere (López, 2013).

El diseñador, a diferencia del artista, esta obligado a comunicar un mensaje simplificado, actuando como un intérprete que configura mensajes originados por otras

personas de manera que sean accesibles para un público dado (Frascara, 1994). Es aquí donde se genera la responsabilidad de crear el contenido final, puesto que como diseñador solo es un sugerente del mensaje que otras personas imponen. Es ahí donde la responsabilidad del arte final pasa a manos de terceros en este caso del cliente quién realizará exigencias de acuerdo a las necesidades de su target.

La complejidad que todo esto impone radica en su naturaleza tan simple, es por ello que muchas de las veces no se llega a decodificar un mensaje de la forma correcta y la esencia se pierde, por ende el diseñador gráfico debe extraer correctamente las ideas para así poder plasmarlas de una forma simple y pregnante.

La relación que existe entre un artista y un diseñador es ligeramente estrecha pero diferenciable debido a que un artista crea conceptos netamente identificables por cualquier publico pero con la diferencia que cada uno puede darle una connotación diferente y por otro lado un diseñador se enfoca en un público o target específico con una conceptualización determinada y subjetiva pues conoce sus objetivos y lo que desea lograr es decir algo mucho más concreto y exacto.

Técnicas

Al hablar de fotografía es imposible no reconocer el poder de una cámara réflex puesto que es la más desarrollada actualmente (Hedgecoe, 1992). Y es de mucha importancia mencionarla puesto que es actualmente la más utilizada por fotógrafos profesionales, para con ella tener mayor manipulacion en cuanto a las características fianles del arte fotográfico.

Además de relacionarse con lo antes dicho, las técnicas se ven influenciadas por las vivencias que cada uno experimenta y es como si fuera construyendo su forma de ser, es por ello que existen varios géneros y la forma de representar una idea recae en la técnica de la fotografía pues resulta mucho más sencillo asimilar y comprender una imagen.

Lo admirable es que muchas de las veces la simple influencia de una línea, idea o autor, llega a ser de tal magnitud que un fotógrafo puede definir un lineamiento específico, en este caso una técnica favorita, pues con lo mismo llega a persuadir al usuario a tal punto de poder manipular sus sensaciones y emociones al momento de plasmar una idea, generando pregnancia.

Otra de las formas para definir una técnica es la casualidad, y quizá suene como la más trillada, pero aunque es una minoría es posible, pues analizando, si se explora un nuevo mundo, ciertamente se puede encontrar algo agradable y si es el caso se lo vuelve a utilizar una y otra vez, debido a que se convirtió en un favorito, ya sea por su facilidad, su estética o funcionalidad para poder transmitir una idea visual.

Antropología

Desde el punto de vista antropológico se podría decir que siempre se a buscado indagar las diferencias entre hombres y mujeres, tomando en cuenta sus principios biológicos para comprender de mejor manera cual es su rol de encaje (Lamas, 1986). Es decir, se basa en el punto de enfoque para resolver el cuestionamiento de la cosificación sexual de la mujer en las agrupaciones musicales femeninas.

Cosificación

Según la real academia de la lengua cosificar consiste en convertir algo abstracto en algo concreto o en ciertos casos reducir a condición de cosa a una persona (DRAE, 2001). Punto escencial para abordar el tema de utilizar a la mujer como un objeto netamente publicitario.

Cosificación sexual

Se considera como cosificación sexual a la acción de reducir en este caso a la mujer a una cosa o bien alguna de sus partes, y de hecho, también se la puede tratar como

agresión sexista hacia el género (Sáenz,Valor-Segura & Expósito, 2012). Con esto se puede asegurar que existe una cosificación sexual en los afiches de los grupos musicales femeninos.

Sociología cultural

El estudio socio-cultural comprende ideologías y vivencia como un patrimonio considerable como utilitario para la memoria popular (Martínez, 2008). Aquí cabe mencionar aquel acontecimiento que sufrió el pueblo ecuatoriano por los años 2000, que se conviertió en todo un éxodo (HC, 2004). Puesto que este hecho generó un gran impacto en la memoria del Ecuador, pues muchos se aferraban a ese recuerdo nostalgico de algún pariente, conocido o familiar que tuvo que abandonar su patria para lograr subsistir.

Tipos

Al mencionar los tipos de cosificación se refiere a la interpersonal, la cual puntualiza su desarrollo en la idea de cómo se ve reflejado el objeto o persona a cosificar hacia un público específico o target popular en este medio artístico de las agrupaciones musicales femeninas. Por lo tanto una cosificación intrapersonal refiere a como se percibe a si mismo dicho objeto o persona cosificada .

Y de hecho recientes estudios demostraron que muchas de las mujeres hasta ciertos puntos disfrutan el ser cosificadas sexualmente y admiradas por el género masculino, puesto que les da un aire de empoderamiento femenino y control (Baumgardner y Richards, 2004: Gleeson y Frith, 2004).

Enfoque semiótico

La fotografía es un mundo algo abstracto, donde para que sea comprensible se lo simplifica en dos términos inmersos en ella, los cuales son “studium” y “pucntum”,

donde el primero llegará a ser un connotante individual por el gusto de X tipo de fotografía y donde el segundo se convertirá en un detalle que llame la atención (Barthes, 1979).

Esto explica el porque la sensualidad presente en las agrupaciones de tecnocumbia es motivo de "studium" para un target popular que se viraliza a paso agigantado, donde su aspecto "pucntum" destacaría como sensualidad viéndolo desde un punto semiótico.

1.9 Formulación de hipótesis.

Hipótesis afirmativa: La fotografía contribuye en la percepción en cuanto a cosificación sexual refiere.

Hipótesis nula: La fotografía no contribuye en la percepción en cuanto a cosificación sexual refiere.

1.10 Señalamiento de las variables.

1.10.1 Variable dependiente

- Cosificación sexual

  Cosificación sexual, tipos, sociología cultural, antropología.

1.10.2 Variable independiente

- Fotografía

  Fotografía, composición, comunicación visual, comunicación.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

2.1. Método

Como objetivo metodológico se requiere el análisis cualitativo de los elementos fotográficos inmersos en la publicitad, tomando como bases teóricas los datos encontrados bibliográficamente y por supuesto la opinión de los profesionales en el campo. Tanto como los fotógrafos profesionales que aportarán con los conocimientos y experiencias necesarias para el estudio de su estructura y forma, y de igual manera la ayuda de una trabajadora social, que además cuenta con la experiencia de formar parte de un grupo femenino musical, puesto que de esa forma podrá contribuir con su juicio de valor desde dos perspectivas, y de esta manera fijar un contexto más amplio de la problemática, así también se contará con el criterio de las integrantes de las agrupaciones musicales femeninas, para de esta forma contar con su punto de vista de la problemática.

2.1.2. Enfoque de la investigación.

Cualitativo

Observación constante y detallada en torno a la fotografía, todo con el fin de evaluarla, tomando como referencia la opinión de profesionales en cuanto a los elementos inmersos en las fotografías.

- Forma
- Composición
- Elementos
- Contraste

- Distribución
- Concepto
- Cromática
- Ángulos
- Luces
- Estilo
- Saturación

2.1.3. Modalidad básica de la investigación.

Bibliográfica

Se trata del primer proceso investigativo, que otorga el conocimiento de investigaciones anteriores a través de información, conocimientos y técnicas de gran utilidad, todo esto con el fin de no redundar y avanzar lo más rápido posible hasta conseguir los objetivos planteados. (Rivas, 1994) Son los cimientos que servirán de apoyo para el proyecto investigativo, mediante investigaciones previas relacionadas a la cosificación sexual inmersa en la fotografía, con el fin de comprender de mejor manera las causalidades y efectos de la misma.

De campo

Consiste en recolectar datos directamente de la realidad donde se producen por así decirlo, puesto que el investigador no manipula ni controla las variables, caso contrario se alteraría su naturaleza. (Martins, 2010)

Servirá para tomar de primera mano la opinión de los profesionales de la fotografía para comprender la terminología adecuada y de igual manera la composición de las artes

en las que son expuestas las agrupaciones musicales femeninas. Por otro lado también se necesitará un punto semiótico como referencia , para con ello discernir como actúa este proceso de cosificación sexual en los antes mencionados grupos femeninos.

2.1.4. Nivel o tipo de investigación.

Exploratorio

Es aquella que va enfocada hacia un tema desconocido o poco investigado por lo tanto sus resultados tienen el objetivo de acercar lo más posible a la realidad concreta, es decir es un conocimiento superficial (Arias, 2012).

Esta información será catalogada como aquella que determinará si la fotografía en realidad ayudará a resolver el problema encontrado y las medidas que se deberá tomar para conseguirlo. Además este tipo de investigación no se a realizado a detalle con la aplicación y dirección que se plantea por medio de la fotografía y el estudio de las causas y efectos de la desigualdad de género y por tanto con ello tratar de resolver el problema.

Descriptivo

Consiste en el estudio de un hecho, estudio o individuo para con ello establecer un patrón en cuanto a su comportamiento o estructura, además de tener un nivel de confiabilidad medio puesto que contiene información de un nivel intermedio en cuanto a conocimientos se refiere (Arias 2012).

Con ella se pretende indagar el porque no se implementan campañas o cuadros explicativos para combatir este problema de índole social, comprendiendo de una mejor forma su funcionamiento y desglosando sus elementos y factores para analizarlos individualmente.

2.2 Población y muestra.

Dentro del mundo artístico se encuentra la Asociación de artistas de Tungurahua, en la misma los artistas se registran tanto como grupo, solistas y bandas, etc. La presidenta de dicha organización supo manifestar que en la ciudad de Ambato existen alrededor de 3 a 4 agrupaciones musicales femeninas según consta en sus datos, pero también supo recalcar que es muy difícil constatar a ciencia cierta cuantas agrupaciones de esta índole existen debido a que en su mayoría existen desintegraciones quedando en varias ocasiones personas integrantes del grupo tan solo como solistas.

Debido a esta causa el tipo de estudio que será empleado para recolectar estos datos será mediante la técnica de **"Estudio de caso"**, la misma que consistirá en realizar el mayor número de entrevistas de primera mano posibles a integrantes que formen parte de estas agrupaciones, comprendidas entre un número de 6 a 10 entrevistas, como lo recomienda dicha técnica de recolección de datos.

Considerando que es un tema controversial se recomienda utilizar una adaptación de la herramienta "In-terpersonal Sexual Objectivation Scale (ISOS)" de medición global en cuanto a cosificación sexual refiere, creada para evaluar la cosificación sexual (Lozano, Inmaculada, Gemma, & Francisca, 2007).

2.3. Operacionalización de variables.

Variable independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La fotografía como medio de persuación de un concepto.	Sensualidad Vestuario Influyentes (fotógrafo, dirigentes de agrupaciones, target.)	Vivencias y experiencias laborales	Los ítems serán conforme a los avances de la investigación	Técnica de estudio de casos. Entrevistas abiertas y puntuales como instrumentos.

Tabla 4: Variable independiente.

Variable dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La cosificación inmersa en la fotografías de agrupaciones musicales femeninas.	Sensualidad Vestuario	Vivencias y experiencias laborales	Los ítems serán conforme a los avances de la investigación	Técnica de estudio de casos. Entrevistas abiertas y puntuales como instrumentos.
	Influyentes (fotógrafo, dirigentes de agrupaciones, target.)	Fuentes bibliográficas, y datos vivenciales.		

Tabla 5 : Variable dependiente.

2.4. Técnicas de recolección de datos.

Técnica a emplear: Estudio de caso.

Instrumentos a emplear:

- Entrevistas a profesionales en la fotografía.
- Entrevista a trabajadora social.
- Entrevistas a integrantes de agrupaciones musicales femeninas

Tabla 6: Entrevista a Fotógrafo Profesional.					
Entorno de agrupaciones musicales femeninas (tecnocumbieras), como objeto de captura fotográfica.					
Por favor, piense detenenidamente su respuesta en base a su último año de experiencia laboral y marque con una X.					
Nombre: Pasto Chuquitarco Juan Carlos Profesión: Ing. Diseño Gráfico. Edad: 29 años	1 Nunca	2 Rara vez	3 Ocasionalmente	4 Frecuentemente	5 Siempre
1.¿Con que frecuencia realiza sesiones de fotos a grupos femeninos de tecnocumbia?		X			
2.¿Con que frecuencia realiza afiches publicitarios de agrupaciones de tecnocumbia?			X		
3.¿Con que frecuencia es usted el encargado de aprobar el arte final de los afiches de tecnocumbia?		X			
4.¿Con que frecuencia, el manager o dueño del grupo musical es el encargado de aprobar u organizar el arte final?					X
5.¿Qué tan frecuente piensa que se utiliza el concepto de la sensualidad y erotismo en las fotografías de agrupaciones de tecnocumbia?				X	
6.¿Qué tan alto considera usted el nivel de sensualidad en los afiches de tecnocumbia? Siendo 1 (nada) y 5 (muy erótico)				X	
7.¿Cambiaría el concepto de sensualidad y erotismo para realizar las publicidades correspondientes de las agrupaciones de tecnocumbia?		X			
8.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas? Siendo 1 (nada importante) y 5 (demasiado importante).				X	
9.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a una agrupación de esta índole? Siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X
10.¿Qué tan importante cree usted que es comunicar un mensaje en las fotografías? Siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).				X	

Resultados:

Tabla 6.

Objetivos a responder:

- Identificar las causas de porque se cosifica a la mujer en la publicidad de agrupaciones musicales femeninas. (Preguntas: 3, 4, 8)

- Definir como se usa la fotografía para comunicar un mensaje dentro de las estrategias publicitarias. (Preguntas: 5, 7, 9, 10)

P.D.: Las interpretaciones están basadas en criterios propios del profesional de la fotografía, al realizar una entrevista más abierta, la misma se encuentra adjunta al proyecto como "Entrevista abierta a fotógrafo profesional", para conocer más acerca de su punto de vista, además contando con su experiencia y vivencia profesional.

Nomenclatura.

R: respuesta.

I: interpretación.

1.¿Con que frecuencia realiza sesiones de fotos a grupos femeninos de tecnocumbia?

R: Rara vez.

I: Es decir de 2 a 4 sesiones fotográficas al año, esto se debe a que existe escases de grupos femeninos.

2.¿Con que frecuencia realiza afiches publicitarios de agrupaciones de tecnocumbia?

R: Ocasionalmente.

I: 2 a 4 veces anualmente.

3.¿Con que frecuencia es usted el encargado de aprobar el arte final de los afiches de tecnocumbia?

R: Rara vez.

I: Esto debido a que muchas de las veces los directivos del grupo exigen como requieren la fotografía.

4.¿Con que frecuencia, el manager o dueño del grupo musical es el encargado de aprobar u organizar el arte final?

R: Siempre.

I: Cuando recurren al fotográfo por asesoramiento, él es el encargado de proporcionar guías y pautas, pero siempre el cliente es el que tiene la última palabra, en este caso el encargado del grupo musical.

5.¿Qué tan frecuente piensa que se utiliza el concepto de la sensualidad y erotismo en las fotografías de agrupaciones de tecnocumbia?

R: Frecuentemente.

I: De acuerdo al profesional es muy común observar este concepto sensual dentro de este ámbito artístico, debido a que llama la atención del consumidor con mayor eficacia.

6.¿Qué tan alto considera usted el nivel de sensualidad en los afiches de tecnocumbia? Siendo 1 (nada) y 5 (muy erótico)

R: 4 grados de sensualidad de una medición de 5 puntos como el más alto.

I: Bueno contando con el criterio del profesional, expone que en el mercado publicitario se encuentra muy comunmente ese estereotipo sensual, pero si a llegado a realizar un trabajo llamativo y elegante, dejando de lado lo vulgar y sugerente.

7.¿Cambiaría el concepto de sensualidad y erotismo para realizar las publicidades correspondientes de las agrupaciones de tecnocumbia?

R: Rara vez.

I: Debido a que el estereotipo de la sensualidad capta de mejor manera la atención del target popular en este tipo de agrupaciones musicales.

8.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas? Siendo 1 (nada importante) y 5 (demasiado importante).

R: Demasiado importante.

I: En la escala de 5 puntos, su importancia se refleja con 4 puntos, puesto que la demanda del público es considerada fuertemente para realizar este tipo de fotografías, puesto que son ellos los que consumen el producto visual, y además gustan de la sensualidad.

9.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a una agrupación de esta índole? Siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).

R: Muy importante.

I: La importancia de si se cosifica una imagen sexualemte recae sobre la fotografía, pero con intervención de terceros, como los encargados de los grupos musicales.

10.¿Qué tan importante cree usted que es comunicar un mensaje en las fotografías? Siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).

R: En una escala de 5 niveles, conlleva un nivel de importancia de 4 niveles.

I: Inmerso en la fotografía existe comunicación como objetivo principal, pues el mensaje que se plasme ahí será el que a simple vista perciba el comnsumidor o target, en este caso se trata de personas que gusten (studium) del ritmo de la tecnocumbia, y donde la sensualidad jugará otro papel (pucntum).

Conclusión :

En base a las respuestas de las preguntas 3, 4 y 8 puntualmente se deduce lo siguiente, respondiendo al primer objetivo específico de la investigación, como causales principales de la cosificación sexual en las agrupaciones musicales femeninas están los encargados de dichas agrupaciones (managers o encargados de los grupos y consumidor o target).

Por otro lado para responder al segundo objetivo específico de la investigación se toma como sustentación las respuestas de las pregunta 9, donde por deducción se establece que la fotografía es un medio para comunicar un concepto sensualidad ya establecido con anterioridad como un estereotipo presente en el ámbito artístico musical de las agrupaciones femeninas , debido a su eficacia .

Tabla 7: Entrevista a Fotógrafo Profesional.					
Entorno de agrupaciones musicales femeninas (tecnocumbieras), como objeto de captura fotográfica.					
Por favor, piense detenenidamente su respuesta en base a su último año de experiencia laboral y marque con una X.					
Nombre: Breyner Marcelo Almagro Profesión: Fotógrafo Artesanal. Edad: 44 años	1 Nunca	2 Rara vez	3 Ocasionalmente	4 Frecuentemente	5 Siempre
1.¿Con que frecuencia realiza sesiones de fotos a grupos femeninos de tecnocumbia?			X		
2.¿Con que frecuencia realiza afiches publicitarios de agrupaciones de tecnocumbia?			X		
3.¿Con que frecuencia es usted el encargado de aprobar el arte final de los afiches de tecnocumbia?	X				
4.¿Con que frecuencia, el manager o dueño del grupo musical es el encargado de aprobar u organizar el arte final?					X
5.¿Qué tan frecuente piensa que se utiliza el concepto de la sensualidad y erotismo en las fotografías de agrupaciones de tecnocumbia?				X	
6.¿Qué tan alto considera usted el nivel de sensualidad en los afiches de tecnocumbia? Siendo 1 (nada) y 5 (muy erótico)				X	
7.¿Cambiaría el concepto de sensualidad y erotismo para realizar las publicidades correspondientes de las agrupaciones de tecnocumbia?		X			
8.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas? Siendo 1 (nada importante) y 5 (demasiado importante).					X
9.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a una agrupación de esta índole? Siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X
10.¿Qué tan importante cree usted que es comunicar un mensaje en las fotografías? Siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X

Resultados:

Tabla 7.

Objetivos a responder:

- Identificar las causas de porque se cosifica a la mujer en la publicidad de agrupaciones musicales femeninas. (Preguntas: 3, 4, 8)

- Definir como se usa la fotografía para comunicar un mensaje dentro de las estrategias publicitarias. (Preguntas: 5, 7, 9, 10)

P.D.: Las interpretaciones están basadas en criterios propios del profesional de la fotografía, al realizar una entrevista más abierta, la misma se encuentra adjunta al proyecto como "Entrevista abierta a fotógrafo profesional", para conocer más acerca de su punto de vista, además contando con su experiencia y vivencia profesional.

Nomenclatura.

R: respuesta.

I: interpretación.

1.¿Con que frecuencia realiza sesiones de fotos a grupos femeninos de tecnocumbia?

R: Ocasionalmente.

I: Es decir de 4 a 6 sesiones por año.

2.¿Con que frecuencia realiza afiches publicitarios de agrupaciones de tecnocumbia?

R: Ocasionalmente.

I: Se estima de 4 a 6 veces anualmente.

3.¿Con que frecuencia es usted el encargado de aprobar el arte final de los afiches de tecnocumbia?

R: Nunca.

I: Se debe a que las agrupaciones cuentan ya con su directiva y encargados, y son los mismos encargados de aprobar el arte final.

4.¿Con que frecuencia, el manager o dueño del grupo musical es el encargado de aprobar u organizar el arte final?

R: Siempre.

I: Debido a que ellos conocen aspectos más amplios de la agrupación y por tanto sus necesidades como grupo para crecer.

5.¿Qué tan frecuente piensa que se utiliza el concepto de la sensualidad y erotismo en las fotografías de agrupaciones de tecnocumbia?

R: Frecuentemente.

I: De acuerdo al profesional este concepto es muy demandado por el consumidor y de igual forma aceptado.

6.¿Qué tan alto considera usted el nivel de sensualidad en los afiches de tecnocumbia? Siendo 1 (nada) y 5 (muy erótico)

R: 4 grados de sensualidad de una medición de 5 puntos como el más alto.

I: Un alto grado de sensualidad es usado debido a que atrae más rapidamente la atención del consumidor.

7.¿Cambiaría el concepto de sensualidad y erotismo para realizar las publicidades correspondientes de las agrupaciones de tecnocumbia?

R: Rara vez.

I: Esto se debe a que el público está muy acostumbrado a este tipo de conceptos en dichas agrupaciones.

8.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas? Siendo 1 (nada importante) y 5 (demasiado importante).

R: Demasiado importante.

I: En la escala de 5 puntos, su importancia se refleja con 4 puntos, puesto que la demanda del público es considerada fuertemente para realizar este tipo de fotografías, puesto que son ellos los que consumen el producto visual, y además gustan de la sensualidad.

9.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a una agrupación de esta índole? Siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).

R: Muy importante.

I: Puesto que la fotografía será la que persuada al público de una manera directa.

10.¿Qué tan importante cree usted que es comunicar un mensaje en las fotografías? Siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).

R: Muy importante.

I: Debido a que de esta forma se atrae a un público selecto premeditadamente.

Conclusión:

En base a las respuestas de las preguntas 3, 4 y 8 puntualmente se deduce lo siguiente, respondiendo al primer objetivo específico de la investigación, como causales principales de la cosificación sexual en las agrupaciones musicales femeninas están los encargados de dichas agrupaciones (managers o encargados de los grupos y consumidor o target).

Por otro lado para responder al segundo objetivo específico de la investigación se toma como sustentación las respuestas de las pregunta 9, donde por deducción se establece que la fotografía es un medio para comunicar un concepto sensualidad ya establecido con anterioridad como un estereotipo presente en el ámbito artístico musical de las agrupaciones femeninas, debido a su eficacia .



Resultados:

Tabla 8.

Objetivos a responder:

- Identificar las causas de porque se cosifica a la mujer en la publicidad de agrupaciones musicales femeninas. (Preguntas: 3, 4, 8)

- Definir como se usa la fotografía para comunicar un mensaje dentro de las estrategias publicitarias. (Preguntas: 5, 7, 9, 10)

P.D.: Las interpretaciones están basadas en criterios propios del profesional de la fotografía, al realizar una entrevista más abierta, la misma se encuentra adjunta al proyecto como "Entrevista abierta a fotógrafo profesional", para conocer más acerca de su punto de vista, además contando con su experiencia y vivencia profesional.

Nomenclatura.

R: respuesta.

I: interpretación.

1.¿Con que frecuencia realiza sesiones de fotos a grupos femeninos de tecnocumbia?

R: Rara vez.

I: Es decir de 2 a 4 sesiones fotográficas al año.

2.¿Con que frecuencia realiza afiches publicitarios de agrupaciones de tecnocumbia?

R: Rara vez.

I: 2 a 4 veces anualmente.

3.¿Con que frecuencia es usted el encargado de aprobar el arte final de los afiches de tecnocumbia?

R: Nunca.

I: Esto debido a que muchas de las veces los directivos del grupo exigen como requieren la fotografía.

4.¿Con que frecuencia, el manager o dueño del grupo musical es el encargado de aprobar u organizar el arte final?

R: Siempre.

I: Cuando recurren al fotográfo por asesoramiento, él es el encargado de proporcionar guías y pautas, pero siempre el cliente es el que tiene la última palabra, en este caso el encargado del grupo musical.

5.¿Qué tan frecuente piensa que se utiliza el concepto de la sensualidad y erotismo en las fotografías de agrupaciones de tecnocumbia?

R: Frecuentemente.

I: De acuerdo al profesional es muy común observar este concepto sensual dentro de este ámbito artístico, debido a que llama la atención del consumidor con mayor eficacia.

6.¿Qué tan alto considera usted el nivel de sensualidad en los afiches de tecnocumbia? Siendo 1 (nada) y 5 (muy erótico)

R: Obtiene 4 grados de sensualidad de una medición de 5 puntos como el más alto.

I: Bueno contando con el criterio del profesional, expone que en el mercado publicitario se encuentra muy comunmente ese estereotipo sensual, pero si a llegado a realizar un trabajo llamativo y elegante, dejando de lado lo vulgar y sugerente.

7.¿Cambiaría el concepto de sensualidad y erotismo para realizar las publicidades correspondientes de las agrupaciones de tecnocumbia?

R: Rara vez.

I: Debido a que el estereotipo de la sensualidad capta de mejor manera la atención del target popular en este tipo de agrupaciones musicales.

8.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas? Siendo 1 (nada importante) y 5 (demasiado importante).

R: Demasiado importante.

I: En la escala de 5 puntos, su importancia se refleja con 4 puntos, puesto que la demanda del público es considerada fuertemente para realizar este tipo de fotografías, puesto que son ellos los que consumen el producto visual, y además gustan de la sensualidad.

9.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a una agrupación de esta índole? Siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).

R: Muy importante.

I: La importancia de si se cosifica una imagen sexualemte recae sobre la fotografía, pero con intervención de terceros, como los encargados de los grupos musicales.

10.¿Qué tan importante cree usted que es comunicar un mensaje en las fotografías? Siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).

R: En una escala de 5 niveles, conlleva un nivel de importancia de 4 niveles.

I: Inmerso en la fotografía existe comunicación como objetivo principal, pues el mensaje que se plasme ahí será el que a simple vista perciba el comnsumidor o target, en este caso se trata de personas que gusten (studium) del ritmo de la tecnocumbia, y donde la sensualidad jugará otro papel (pucntum).

Conclusión :

En base a las respuestas de las preguntas 3, 4 y 8 puntualmente se deduce lo siguiente, respondiendo al primer objetivo específico de la investigación, como causales principales de la cosificación sexual en las agrupaciones musicales femeninas están los encargados de dichas agrupaciones (managers o encargados de los grupos y consumidor o target).

Por otro lado para responder al segundo objetivo específico de la investigación se toma como sustentación las respuestas de las preguntas 5, 7, 9, y 10, donde por deducción se establece que la fotografía es un medio para comunicar un concepto sensualidad ya establecido con anterioridad como un estereotipo presente en el ámbito artístico musical de las agrupaciones femeninas , debido a su eficacia y aceptación.

Tabla 9: Entrevista a Trabajadora Social.					
Entorno artístico de agrupaciones musicales femeninas (tecnocumbieras), como objeto de cosificación sexual.					
Por favor, piense detenenidamente su respuesta en base a su último año de experiencia laboral y marque con una X.					
Nombre: Rosero Pazmiño Kelly Adriana Profesión: Lic. Trabajo Social. Edad: 30 años	1 Nunca	2 Rara vez	3 Ocasionalmente	4 Frecuentemente	5 Siempre
1.¿Qué tan denigrante cree que es la cosificación sexual? Siendo 1 (nada) y 5 (mucho)			X		
2.¿Qué tan a menudo ha visto afiches de tecnocumbia donde la sensualidad es su atributo central y único ?					X
3.¿Que tan frecuente piensa que se da la cosificación sexual en las fotografías de artistas tecnocumbieras?				X	
4.¿Piensa que la cosificación sexual lleva al sexismo, a que nivel ? Siendo 1 (nada) y 5 (muy alto).			X		
5.¿Qué tan frecuente piensa que influye el vestuario en la cosificación sexual?			X		
6.¿Qué tan alto considera usted el nivel de sensualidad en los afiches de tecnocumbia? Siendo 1 (nada) y 5 (muy erótico)				X	
7.¿A sido testigo de comentarios sexuales groseros hacia las artistas tecnocumbieras sobre su cuerpo?		X			
8.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas? Siendo 1 (nada importante) y 5 (demasiado importante).					X
9.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a una agrupación de esta índole? Siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X
10.¿Qué tan fuerte piensa que es la cosificación sexual en las fotografías de artistas femeninas de tecnocumbia?. Siendo 1 (leve) y 5 (abismal).				X	

Resultados:

Tabla 9.

Objetivos a responder:

- Identificar las causas de porque se cosifica a la mujer en la publicidad de agrupaciones musicales femeninas. (Preguntas: 5, 8)

- Definir como se usa la fotografía para comunicar un mensaje dentro de las estrategias publicitarias. (Preguntas: 9)

P.D.: Las interpretaciones están basadas en criterios propios de la Lic. Trabajo Social, al realizar una entrevista más abierta, la misma se encuentra adjunta al proyecto como "Entrevista abierta a Trabajadora Social", para conocer más acerca de su punto de vista, además contando con su experiencia y vivencia profesional.

Nomenclatura.

R: respuesta.
I: interpretación.

1.¿Qué tan denigrante cree que es la cosificación sexual? Siendo 1 (nada) y 5 (mucho).

R: En la escala de 5 niveles, se puntúa con 3 niveles.

I: La cosificación alcanza un nivel de denigración intermedio, según la profesional experta en el tema, se podría decir que es una denigración leve puesto que no llega a comprenderse al cien por ciento como acoso sexual, sino más bien como un objeto visual.

2.¿Qué tan a menudo ha visto afiches de tecnocumbia donde la sensualidad es su atributo central y único ?

R: Siempre.

I: Puesto que este estereotipo de la sensualidad en las fotografías de agrupaciones musicales es muy utilizado, llama de una manera más eficaz la atención del consumidor de una forma visual.

3.¿Que tan frecuente piensa que se da la cosificación sexual en las fotografías de artistas tecnocumbieras?

R: Frecuentemente.

I: Por deducción la mayoria de las fotografías presentes en publicidad de agrupaciones musicales posee contenido sugerente de índole sexual.

4.¿Piensa que la cosificación sexual lleva al sexismo, a que nivel ? Siendo 1 (nada) y 5 (muy alto).

R: En una escala de 5 niveles, el sexismo alcanza el nivel 3.

I: La cosificación sexual sugiere un clasismo entre feminismo y machismo, en la cual la línea es muy endeble, por lo tanto con la mínima permutación altera u ofende sus ideologías.

5.¿Qué tan frecuente piensa que influye el vestuario en la cosificación sexual?

R: Ocasionalmente

I: No necesariamente es el único factor, también influyen factores externos como el target popular que exige esa cosificación sexual para su consumo.

6.¿Qué tan alto considera usted el nivel de sensualidad en los afiches de tecnocumbia? Siendo 1 (nada) y 5 (muy erótico)

R: En una escala de 5 niveles, el nivel de sensualidad se encaja en el nivel 4.

I: Es un nivel alto de sensualidad el que se expone en la publicidad de las agrupaciones musicales femeninas.

7.¿A sido testigo de comentarios sexuales groseros hacia las artistas tecnocumbieras sobre su cuerpo?

R: Rara vez.

I: Por lo general dichos comentarios suceden a larga distancia, donde no se puede identicar a quién realice este tipo de comentraios, pero por mínimo que se de este caso, se puede afirmar que en realidad existen este tipo de comentarios.

8.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas? Siendo 1 (nada importante) y 5 (demasiado importante).

R: Demasiado importante.

I: El consumidor se encuentra en posición de exigir en cuanto a la imagen de las tecnocumbieras, puesto que es el target a cual está dirigido la tecnocumbia.

9.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a una agrupación de esta índole? Siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).

R: Muy importante

I: Pues bien la fotografía interviene a nivel publicitario, de manera directa para popularizar visualmente una agrupación, y es ahí donde recae el peso de impulsar "X" agrupación femenina de tecnocumbia.

10.¿Qué tan fuerte piensa que es la cosificación sexual en las fotografías de artistas femeninas de tecnocumbia?. Siendo 1 (leve) y 5 (abismal).

R: En la escala de 5 niveles, la cosificación sexual encaja en el nivel 4.

I: La cosificación sexual en las agrupaciones, tiene un alto grado en cuanto a imágenes sugerentes y de índole sexual, dejando de lado la música.

Conclusión General:

En base a las respuestas de las preguntas 5 y 8, responde un aporte al cuestionamiento del primer objetivo específico de la investigación, donde se enmarca como factor físico el vestuario de las integrantes de las agrupaciones musicales femeninas, como causal de

la cosificación sexual, donde además coincide con el target como segundo causante de dicha cosificación.

También tomando como referencia la respuesta dada en la pregunta 9, responde al segundo objetivo específico de la investigación, donde se enmarca la necesidad de la fotografía para publicitar, tomando como concepto estereotipado la sensualidad .

Tabla 10: Entrevista a integrantes de agrupaciones musicales femeninas (tecnocumbieras).					
Adaptación de "In-terpersonal Sexual Objectivation Scale (ISOS)"(Kooze, Tylka, August-Horvarth, & Denchik, 2007)					
Por favor, piense detenenidamente su respuesta en base a las presentaciones del último año y marque con una X.					
Nombre: Ulloa Verá Jessica Bélen Agrupación: Grupo femenino las coketas (propietaria del grupo) Edad: 28 años	1 Nunca	2 Rara vez	3 Ocasionalmente	4 Frecuentemente	5 Siempre
1.¿Con que frecuencia a la semana tiene presentaciones musicales su agrupación?			X		
2.¿Con que frecuencia te han silvado en una presentación?					X
3.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te está evaluando durante las presentaciones del grupo?			X		
4.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te estaba mirando el cuerpo fijamente?				X	
5.¿Con que frecuencia a escuchado comentarios sexuales groseros sobre su cuerpo?		X			
6.¿Con que frecuencia te has sentido acosada sexualmente (en el trabajo, escuela, etc)?		X			
7.¿Con que frecuencia has notado que alguien no estaba escuchando cuando cantas, sino mirando fijamente partes de tu cuerpo?			X		
8.¿Con que frecuencia alguien a realizado gestos sexuales degradantes hacia tu persona mientras te encuentras en tus presentaciones?	X				
9.¿Qué nivel de sensualidad cree que tienen los trajes de su agrupación, siendo 1 (Formal) y 5 (Muy sensual).		X			
10.¿Qué tan de acuerdo está en usar los vestuarios de tecnocumbia, siendo el punto 1 (No accesible) y el 5 (Muy dispuesta).					X
11.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a su grupo, siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X
12.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas, siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X

Tabla 11: Entrevista a integrantes de agrupaciones musicales femeninas (tecnocumbieras).					
Adaptación de "In-terpersonal Sexual Objectivation Scale (ISOS)"(Kooze, Tylka, August-Horvarth, & Denchik, 2007)					
Por favor, piense detenenidamente su respuesta en base a las presentaciones del último año y marque con una X.					
Nombre: Sánchez León Gabriela Alexandra Agrupación: Grupo femenino las coketas Edad: 24 años	1 Nunca	2 Rara vez	3 Ocasionalmente	4 Frecuentemente	5 Siempre
1.¿Con que frecuencia a la semana tiene presentaciones musicales su agrupación?		X			
2.¿Con que frecuencia te han silvado en una presentación?					X
3.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te está evaluando durante las presentaciones del grupo?				X	
4.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te estaba mirando el cuerpo fijamente?			X		
5.¿Con que frecuencia a escuchado comentarios sexuales groseros sobre su cuerpo?			X		
6.¿Con que frecuencia te has sentido acosada sexualmente (en el trabajo, escuela, etc)?			X		
7.¿Con que frecuencia has notado que alguien no estaba escuchando cuando cantas, sino mirando fijamente partes de tu cuerpo?		X			
8.¿Con que frecuencia alguien a realizado gestos sexuales degradantes hacia tu persona mientras te encuentras en tus presentaciones?		X			
9.¿Qué nivel de sensualidad cree que tienen los trajes de su agrupación, siendo 1 (Formal) y 5 (Muy sensual).			X		
10.¿Qué tan de acuerdo está en usar los vestuarios de tecnocumbia, siendo el punto 1 (No accesible) y el 5 (Muy dispuesta).				X	
11.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a su grupo, siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X
12.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas, siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X

Tabla 12: Entrevista a integrantes de agrupaciones musicales femeninas (tecnocumbieras).					
Adaptación de "In-terpersonal Sexual Objectivation Scale (ISOS)"(Kooze, Tylka, August-Horvarth, & Denchik, 2007)					
Por favor, piense detenenidamente su respuesta en base a las presentaciones del último año y marque con una X.					
Nombre: Palacios Patrel María José Agrupación: Grupo femenino las coketas Edad: 35 años	1 Nunca	2 Rara vez	3 Ocasionalmente	4 Frecuentemente	5 Siempre
1.¿Con que frecuencia a la semana tiene presentaciones musicales su agrupación?				X	
2.¿Con que frecuencia te han silvado en una presentación?			X		
3.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te está evaluando durante las presentaciones del grupo?		X			
4.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te estaba mirando el cuerpo fijamente?		X			
5.¿Con que frecuencia a escuchado comentarios sexuales groseros sobre su cuerpo?		X			
6.¿Con que frecuencia te has sentido acosada sexualmente (en el trabajo, escuela, etc)?			X		
7.¿Con que frecuencia has notado que alguien no estaba escuchando cuando cantas, sino mirando fijamente partes de tu cuerpo?		X			
8.¿Con que frecuencia alguien a realizado gestos sexuales degradantes hacia tu persona mientras te encuentras en tus presentaciones?	X				
9.¿Qué nivel de sensualidad cree que tienen los trajes de su agrupación, siendo 1 (Formal) y 5 (Muy sensual).				X	
10.¿Qué tan de acuerdo está en usar los vestuarios de tecnocumbia, siendo el punto 1 (No accesible) y el 5 (Muy dispuesta).				X	
11.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a su grupo, siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X
12.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas, siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X

Tabla 13: Entrevista a integrantes de agrupaciones musicales femeninas (tecnocumbieras).					
Adaptación de "In-terpersonal Sexual Objectivation Scale (ISOS)"(Kooze, Tylka, August-Horvarth, & Denchik, 2007)					
Por favor, piense detenenidamente su respuesta en base a las presentaciones del último año y marque con una X.					
Nombre: Giler Villagomez Daniela Agrupación: Grupo femenino Pasión Ardiente Edad: 23 años	1 Nunca	2 Rara vez	3 Ocasionalmente	4 Frecuentemente	5 Siempre
1.¿Con que frecuencia a la semana tiene presentaciones musicales su agrupación?					X
2.¿Con que frecuencia te han silvado en una presentación?					X
3.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te está evaluando durante las presentaciones del grupo?			X		
4.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te estaba mirando el cuerpo fijamente?				X	
5.¿Con que frecuencia a escuchado comentarios sexuales groseros sobre su cuerpo?		X			
6.¿Con que frecuencia te has sentido acosada sexualmente (en el trabajo, escuela, etc)?				X	
7.¿Con que frecuencia has notado que alguien no estaba escuchando cuando cantas, sino mirando fijamente partes de tu cuerpo?				X	
8.¿Con que frecuencia alguien a realizado gestos sexuales degradantes hacia tu persona mientras te encuentras en tus presentaciones?	X				
9.¿Qué nivel de sensualidad cree que tienen los trajes de su agrupación, siendo 1 (Formal) y 5 (Muy sensual).			X		
10.¿Qué tan de acuerdo está en usar los vestuarios de tecnocumbia, siendo el punto 1 (No accesible) y el 5 (Muy dispuesta).				X	
11.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a su grupo, siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).				X	
12.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas, siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X

Tabla 14: Entrevista a integrantes de agrupaciones musicales femeninas (tecnocumbieras).					
Adaptación de "In-terpersonal Sexual Objectivation Scale (ISOS)"(Kooze, Tylka, August-Horvarth, & Denchik, 2007)					
Por favor, piense detenenidamente su respuesta en base a las presentaciones del último año y marque con una X.					
Nombre: Rosero Pazmiño Kelly Adriana Agrupación: Bailarina, Solista Ada Mary Edad: 30 años	1 Nunca	2 Rara vez	3 Ocasionalmente	4 Frecuentemente	5 Siempre
1.¿Con que frecuencia a la semana tiene presentaciones musicales su agrupación?		X			
2.¿Con que frecuencia te han silvado en una presentación?				X	
3.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te está evaluando durante las presentaciones del grupo?			X		
4.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te estaba mirando el cuerpo fijamente?				X	
5.¿Con que frecuencia a escuchado comentarios sexuales groseros sobre su cuerpo?		X			
6.¿Con que frecuencia te has sentido acosada sexualmente (en el trabajo, escuela, etc)?		X			
7.¿Con que frecuencia has notado que alguien no estaba escuchando cuando cantas, sino mirando fijamente partes de tu cuerpo?			X		
8.¿Con que frecuencia alguien a realizado gestos sexuales degradantes hacia tu persona mientras te encuentras en tus presentaciones?	X				
9.¿Qué nivel de sensualidad cree que tienen los trajes de su agrupación, siendo 1 (Formal) y 5 (Muy sensual).			X		
10.¿Qué tan de acuerdo está en usar los vestuarios de tecnocumbia, siendo el punto 1 (No accesible) y el 5 (Muy dispuesta).				X	
11.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a su grupo, siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X
12.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas, siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).				X	

Tabla 15: Entrevista a integrantes de agrupaciones musicales femeninas (tecnocumbieras).					
Adaptación de "In-terpersonal Sexual Objectivation Scale (ISOS)"(Kooze, Tylka, August-Horvarth, & Denchik, 2007)					
Por favor, piense detenenidamente su respuesta en base a las presentaciones del último año y marque con una X.					
Nombre: Sánchez Nagelly Fernanda Agrupación: Grupo femenino las coketas Edad: 19 años	1 Nunca	2 Rara vez	3 Ocasionalmente	4 Frecuentemente	5 Siempre
1.¿Con que frecuencia a la semana tiene presentaciones musicales su agrupación?			X		
2.¿Con que frecuencia te han silvado en una presentación?				X	
3.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te está evaluando durante las presentaciones del grupo?				X	
4.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te estaba mirando el cuerpo fijamente?			X		
5.¿Con que frecuencia a escuchado comentarios sexuales groseros sobre su cuerpo?		X			
6.¿Con que frecuencia te has sentido acosada sexualmente (en el trabajo, escuela, etc)?		X			
7.¿Con que frecuencia has notado que alguien no estaba escuchando cuando cantas, sino mirando fijamente partes de tu cuerpo?			X		
8.¿Con que frecuencia alguien a realizado gestos sexuales degradantes hacia tu persona mientras te encuentras en tus presentaciones?		X			
9.¿Qué nivel de sensualidad cree que tienen los trajes de su agrupación, siendo 1 (Formal) y 5 (Muy sensual).		x			
10.¿Qué tan de acuerdo está en usar los vestuarios de tecnocumbia, siendo el punto 1 (No accesible) y el 5 (Muy dispuesta).				X	
11.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a su grupo, siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X
12.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas, siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X

Tabulación de datos obtenidos de las entrevistas puntuales a integrantes musicales femeninos:

Pregunta :

1.¿Con que frecuencia a la semana tiene presentaciones musicales su agrupación?



Gráfico 2: Frecuencia presentaciones.

Análisis:

En la mayoría de los casos de estudio se refleja un margen de presentaciones con una periodicidad de Rara vez y Ocasional con el 33% del total, como resultado jerárquico.

Interpretación:

Evidentemente las presentaciones ocurren con una frecuencia constante semanal, donde son expuestas en elámbito cosificante.

Pregunta :

2.¿Con que frecuencia te han silvado en una presentación?

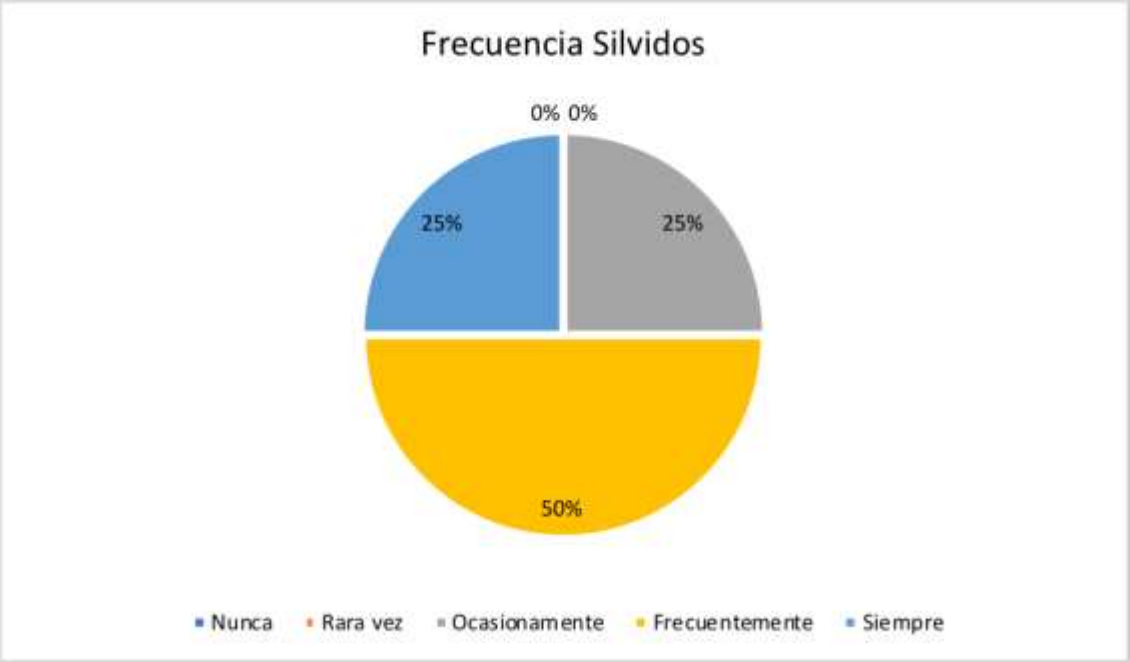


Gráfico 3: Frecuencia silvidos.

Análisis:

La periodicidad de silvidos, que reciben las chicas tecnocumbieras es Frecuentemente con 50%, y de igual forma Ocasionalmente y Siempre reciben el 25% del total cada uno.

Interpretación:

En su mayoría las entrevistadas sienten este gesto particular en ocaciones frecuentes durante sus presentaciones, contribuyendo de esta manera con la cosificación sexual.

Pregunta :

3.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te está evaluando durante las presentaciones del grupo?

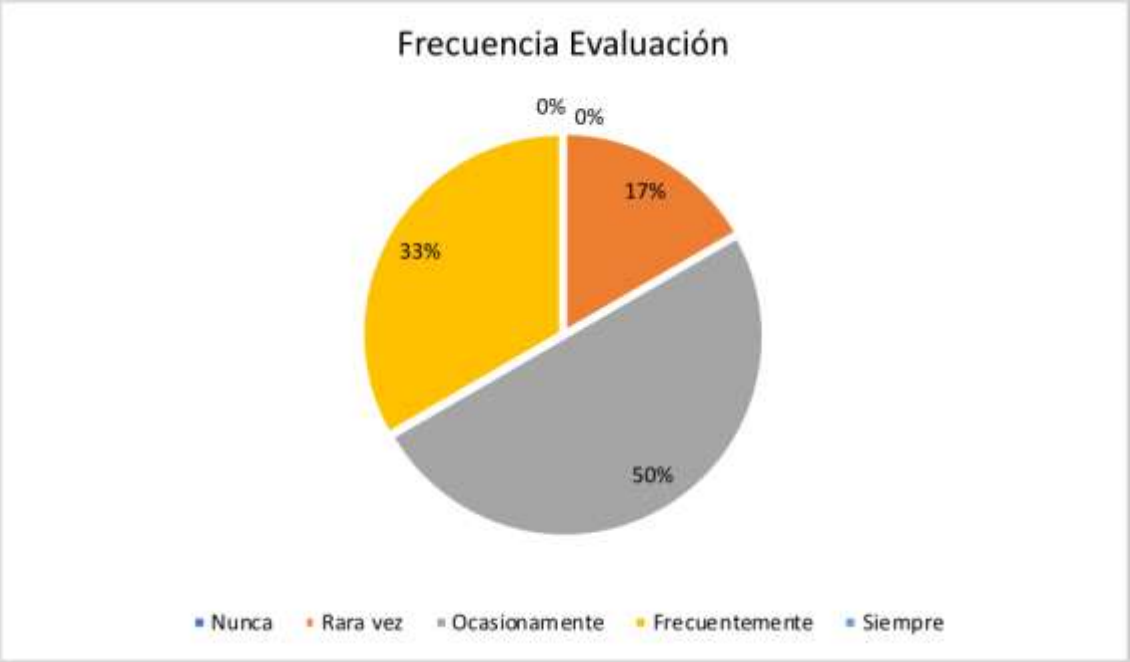


Gráfico 4: Frecuencia Evaluación.

Análisis:

De las personas entrevistadas el 50% a sentido la dicha evaluación por parte de terceros Ocasionalmente, mientras el 33% de lás mismas la a sentido con Frecuencia y un 33% a sentido la misma evalución Rara vez.

Interpretación:

La mayoria de las entrevistadas registra este antecedente como Ocasional, donde además se convierte en parte del cosificante (target), puesto que en las presentaciones se exige el máximo.

Pregunta :

4.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te estaba mirando el cuerpo fijamente?

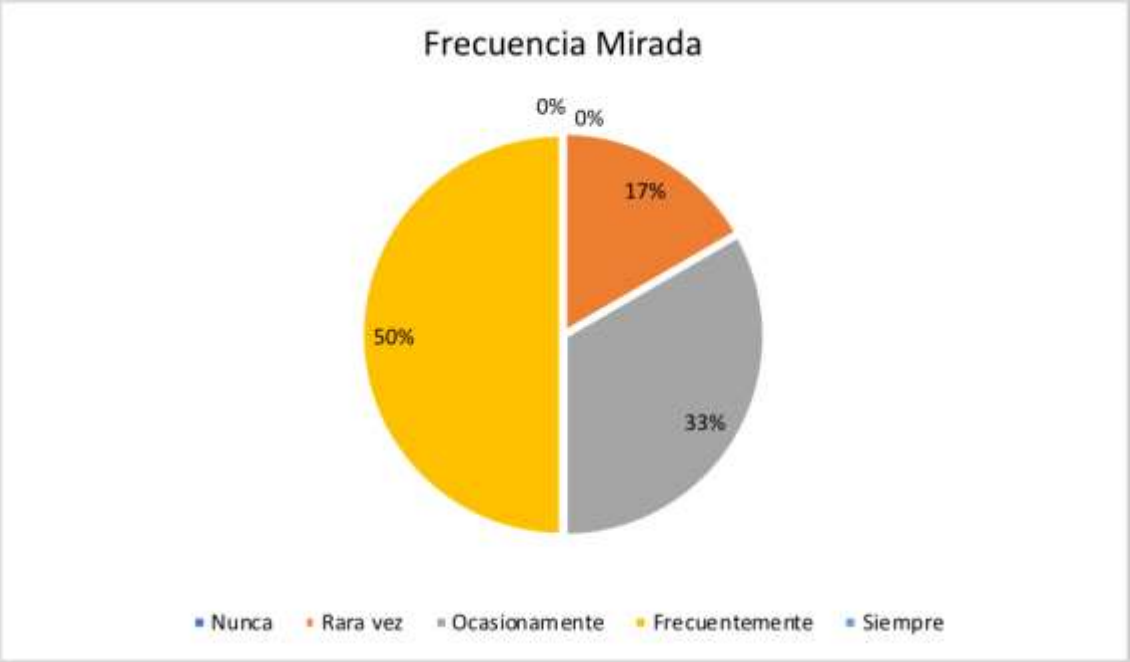


Gráfico 5: Frecuencia mirada.

Análisis:

El 50% de los casos de estudio ratificó que han sentido Frecuentemente una mirada fija hacia su cuerpo, mientras el 33% de las entrevistadas indicó que esto ocurre Ocasionalmente, y el 17% han sentido dicha mirada Rara vez.

Interpretación:

La mitad de los casos han sentido dicha mirada como frecuente en el ámbito artístico, puesto que generalmente sus presentaciones se realizan con gran cantidad de público, y son otro factor leve de cosificacación sexual.

Pregunta :

5.¿Con que frecuencia a escuchado comentarios sexuales groseros sobre su cuerpo?

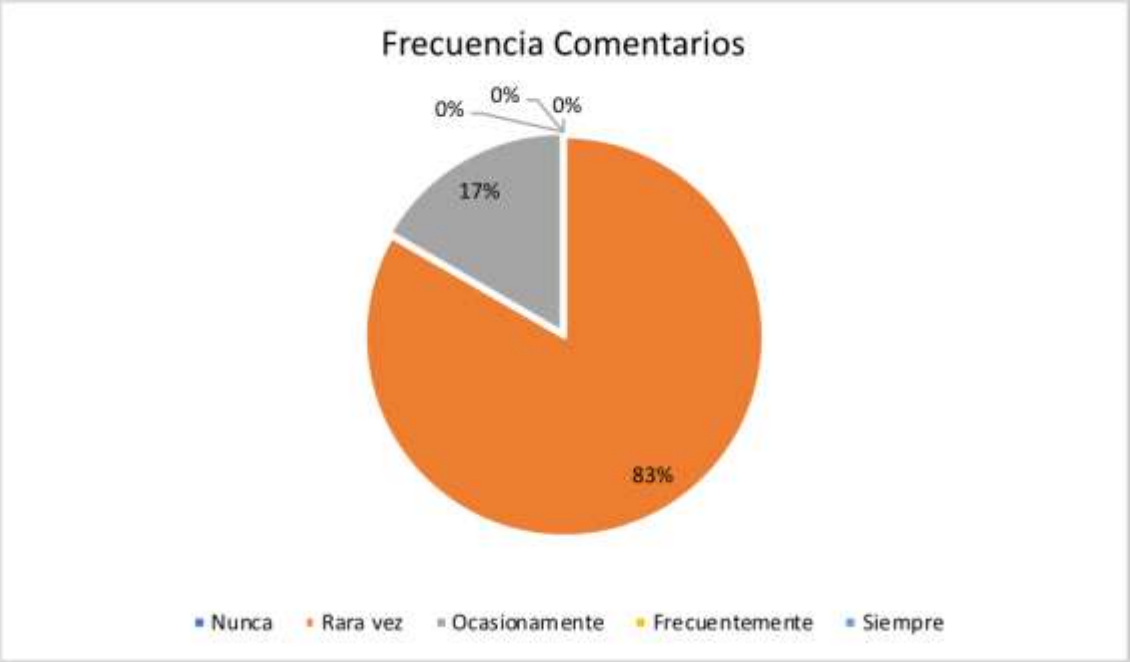


Gráfico 6: Frecuencia comentarios.

Análisis:

El 83% de las entrevistadas confirma que Rara vez a escuchado comentarios sexuales groseros sobre su cuerpo, mientras que el 17% del total confirma una frecuencia Ocasional.

Interpretación:

La frecuenciaci "Rara vez" es la predonimante, debido a que en este tipo de eventos los comentarios no se los dice o expresa de una forma directa, sino más bien tratan de hacerlo a distancia y anonimamente, evitando que la artísta en este caso no pueda identificar al agresor.

Pregunta :

6.¿Con que frecuencia te has sentido acosada sexualmente (en el trabajo, escuela, etc.)?

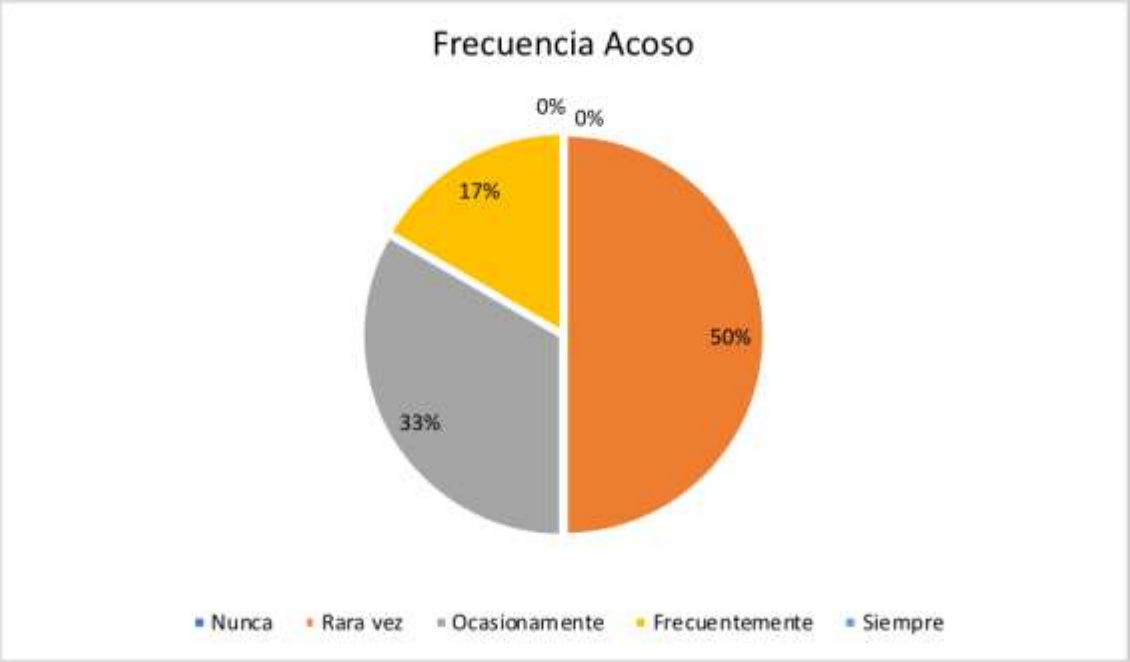


Gráfico 7: Frecuencia acoso.

Análisis:

El 50% del total a sentido el acoso sexual Rara vez, mientras el 33% la a sentido Ocasionalmente y por último el 17% a sentido el acoso Frecuentemente.

Interpretación:

La mitad de los casos de estudio han sentido el acoso sexual Rara vez, esto necesariamente fija el precedente de que en realidad se cosifica y sexualiza una imagen.

Pregunta :

7.¿Con que frecuencia has notado que alguien no estaba escuchando cuando cantas, sino mirando fijamente partes de tu cuerpo?

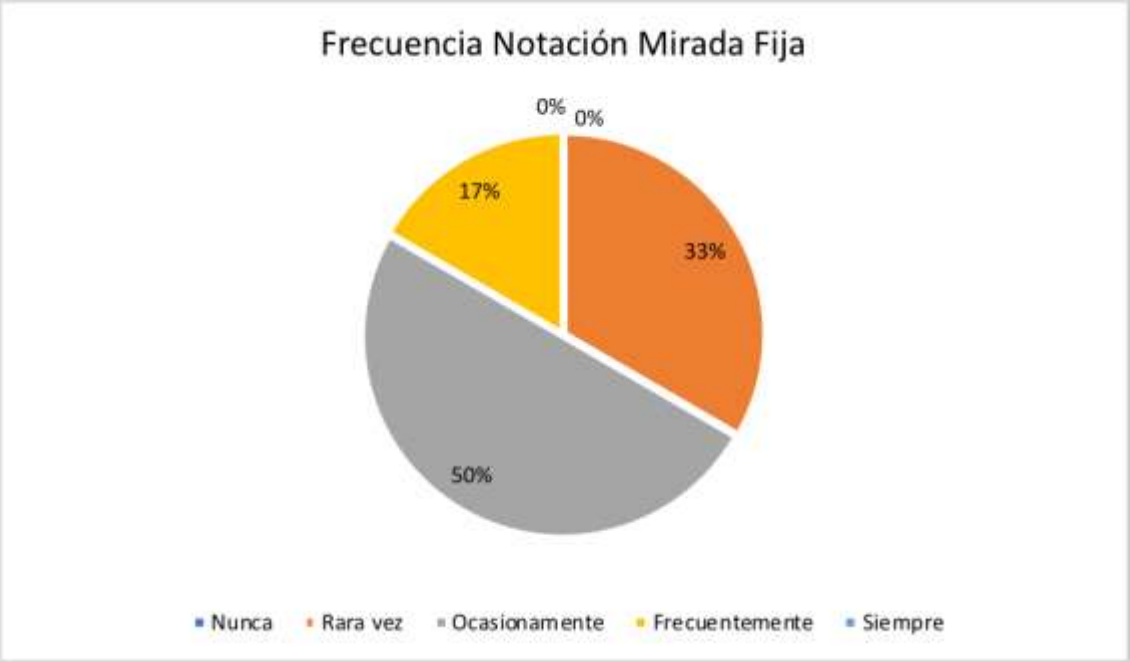


Gráfico 8: Frecuencia notación mirada fija.

Análisis:

El 50% del total expresa que a notado Ocasionalmente miradas fijas hacia partes de su cuerpo mientras se desempeña cantando, mientras que el 33% a notado dicho fenómeno Rara vez y por ultimo un 17% de los casos a notado esto frecuentemente.

Interpretación:

Las personas o target a cual va dirigido este tipo de eventos es llamado con facilidad por el concepto de la sensualidad que manejan los grupos de tecnocumbia es por eso que se cosifica desde el momento en que el público nota los atributos de una forma no voluntaria, puesto que los elementos se encentran presentes y es imposible ignorarlos.

Pregunta :

8.¿Con que frecuencia alguien a realizado gestos sexuales degradantes hacia tu persona mientras te encuentras en tus presentaciones?

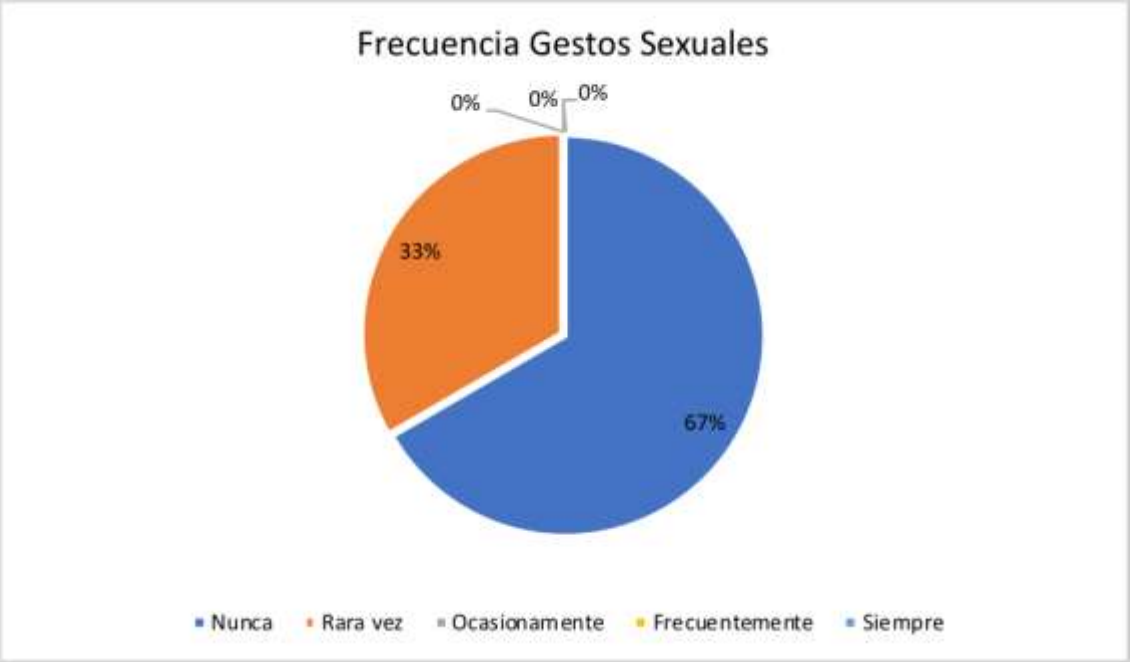


Gráfico 9: Frecuencia gestos sexuales.

Análisis:

El 67% de los casos Nunca a recibido gestos sexuales hacia su persona, mientras que un 33% confirma que esto ocurre Rara vez.

Interpretación:

En cuanto a gestos sexuales se refiere se obtiene un bajo índole de incidencia, donde no se registra un gran porcentaje de agersiones gestuales, pero aún asi se fija un precedente bajo de frecuencia de gestos sexuales degradantes.

Pregunta :

9.¿Qué nivel de sensualidad cree que tienen los trajes de su agrupación, siendo 1 (Formal) y 5 (Muy sensual)?.

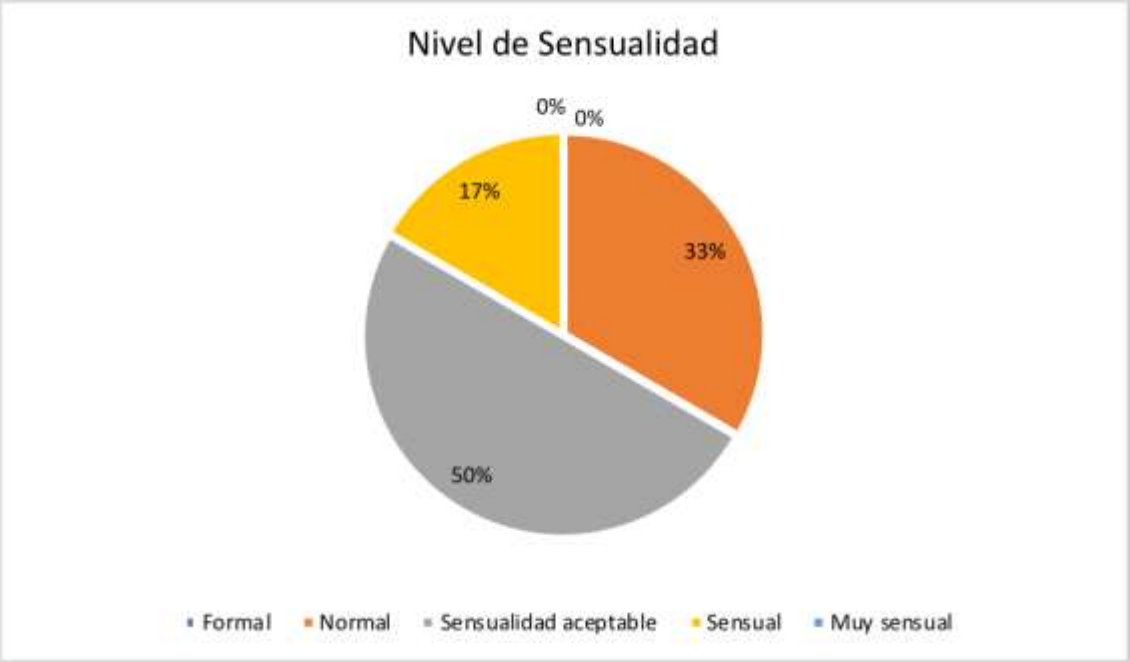


Gráfico 10: Nivel de sensualidad.

Análisis:

El 50% de los casos asegura que en su agrupación existe un nivel de Sensualidad Aceptable, mientras que el 33% asegura que es Normal y el 17% confirma que es Sensual.

Interpretación:

El concepto de la sensualidad se encuentra muy bien posicionado, puesto que llama con mayor eficacia la atención del consumidor, logrando que llegue el mensaje deseado, y de tal forma que cosifica una agrupación dedicada originalmente a la musica como imagen sexual.

Pregunta :

10.¿Qué tan de acuerdo está en usar los vestuarios de tecnocumbia, siendo el punto 1 (No accesible) y el 5 (Muy dispuesta)?.



Gráfico 11: Aceptación de vestuario.

Análisis:

El 83% está Dispuesta a utilizar los vestuarios que se designa en este medio, mientras el 17% está Muy dispuesta.

Interpretación:

En cuanto a este ámbito de aceptabilidad se refiere, se obtiene una gran accesibilidad de las integrantes de las agrupaciones, puesto que estan Dispuestas a utilizar los vestuarios un tanto sugerentes.

Pregunta :

11.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a su grupo, siendo 1 (Nada importante) y 5 (Muy importante)?

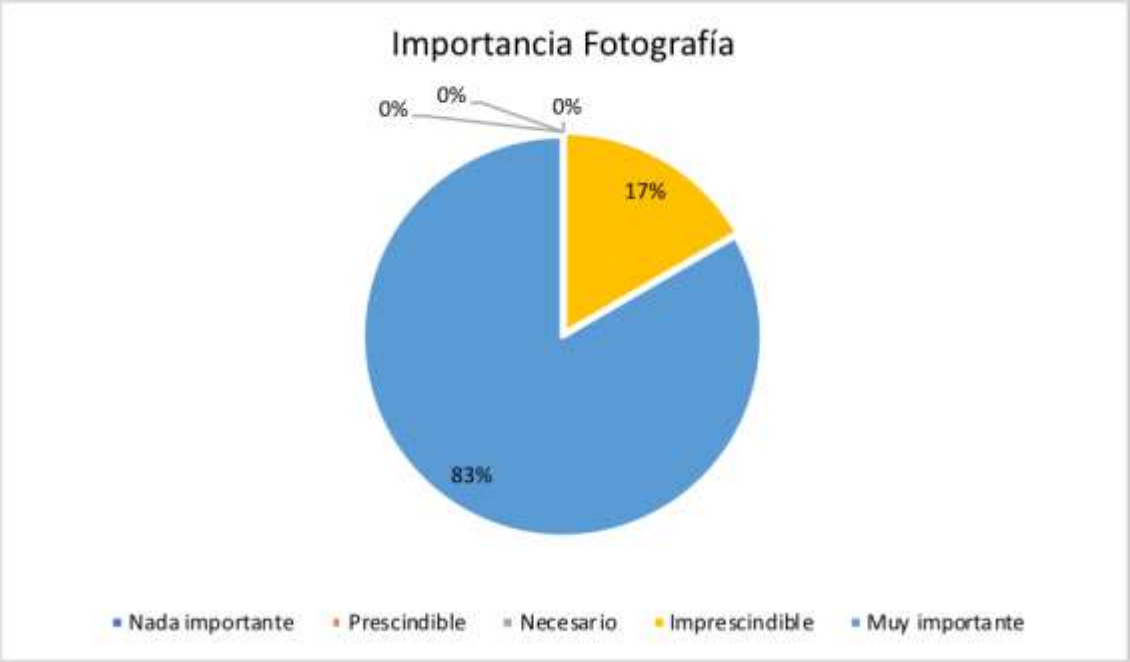


Gráfico 12: Importancia fotografía.

Análisis:

El 83% de los estudios de caso expresan que la fotografia es Muy importante, mientras el 17% la considera como imprescindible

Interpretación:

La fotografía se convierte en un medio imprecindible para comunicar el mensaje de la sensualidad en los grupos musicales femeninos, puesto que una imagen es mucho más fácil de pregnar en la mente del consumidor.

Pregunta :

12.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas, siendo 1 (Nada importante) y 5 (Muy importante).

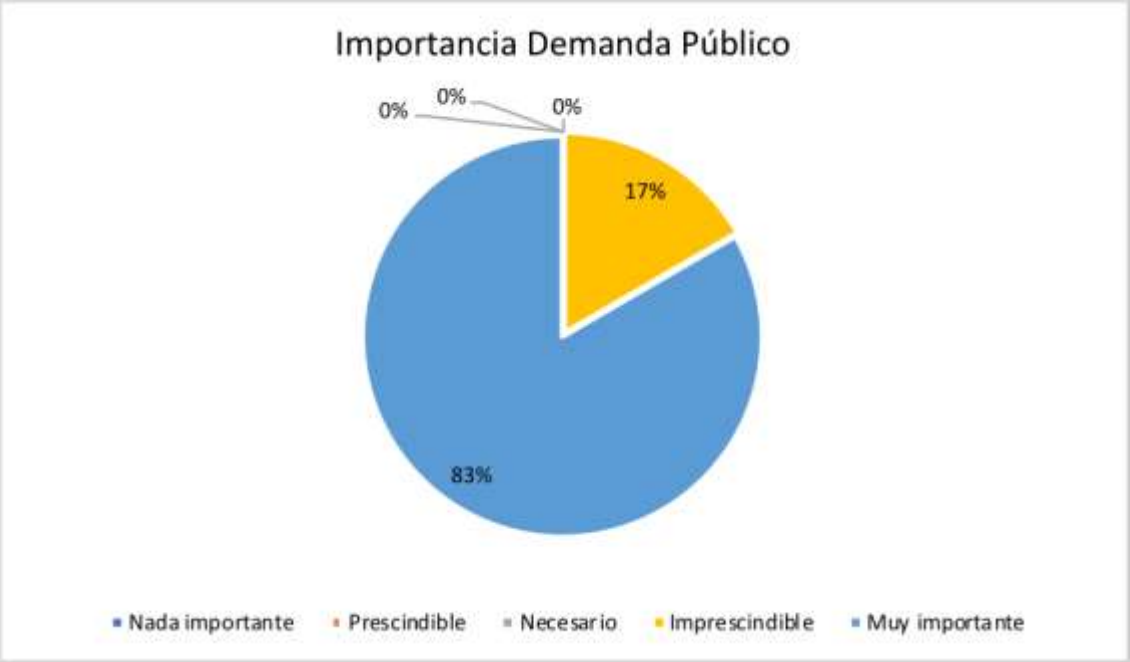


Gráfico 13: Importancia demanda público.

Análisis:

El 83% piensa que es Muy importante la demanda del público, mientras un 17% piensa que es Imprescindible

Interpretación:

Su opinión es una de las causantes de la cosificación sexual puesto que es aquí donde se exige esa imagen sensual como “studium” y “pucntum”.

Entrevista abierta a Fotógrafo Profesional (Diálogo).

Nombres Completos: Juan Carlos Pasto Chuquitarco
Profesión: Ing. Diseño gráfico publicitario
Edad: 29 años.

1. ¿A realizado sesiones fotográficas de agrupaciones de tecnocumbia femeninas?
R: Si

2. ¿Qué tan frecuente realiza este tipo de sesiones fotográficas?
R: No con mucha frecuencia, de 2 a 4 veces al año por escases de grupos femeninos.

3. ¿Cuales son los atributos que se toman en cuenta para realizar una sesión de fotográfica?
R: Las sesiones fotográficas depende mucho de los encargados del grupo la mayoría de grupos hacen notar mucho la sensualidad del físico de las mujeres.

4. ¿Al momento de capturar la imagen sigue algún patrón, estereotipo o línea gráfica? ¿si, no? ¿cuál?
R: No

5. ¿Piensa que los estereotipos en publicidad de grupos de tecnocumbia denigran a la mujer mediante la sensualidad? ¿si, no? ¿Porque?
R: Desde la fotografía hay tipo de publicidades que denigran completamente

6. ¿Porque se captura la fotografía de esa manera?
R: Por los requerimientos de la persona dueño/a de la agrupación por motivo de mostrar sensualidad.

7. ¿Como influye su ética moral al momento de realizar este tipo de fotografías?

R: Como profesional se les ayuda con recomendaciones sobre las fotografías pero existen casos que las personas ya tienen el estereotipo de la mujer tecnocumbiera y exigen que la mujer tenga mas sensualidad ya que eso les garantiza una mayor atracción del publico consumidor.

8. ¿A utilizado un concepto diferente al momento de fotografiar este tipo de agrupaciones?

R: En la mayor parte las agrupaciones no se trabaja con concepto porque ya tienen el pensamiento o la idea de hacer tipos de fotografías donde se note en mayor parte la sensualidad de la mujer, en otras ocasiones se a trabajado con grupos que se dejan guiar por parte de nosotros logrando un producto llamativo y elegante dejando un lado lo vulgar.

9. ¿ Cuales cree que son las causas por las que generalmente se explota la sensualidad de las mujeres en estas agrupaciones musicales?

R: La causa principal por la cual las agrupaciones femeninas realizan este tipo de fotografías es porque a las personas en este caso al publico consumidor le gusta que las mujeres se vean mas sensuales.

10. ¿Desde su punto de vista personal que le parece las fotografías donde se explota la sensualidad de la mujer?

R: Cuando las fotografías son trabajadas con concepto previo se denota elegancia y profesionalidad por lo contrario que exhiben mas a la mujer denota la denigración no solo de las mujeres fotografiadas sino de todas las mujeres en general.

Entrevista abierta a Fotógrafo Profesional (Diálogo).

Nombres Completos: Breyner Marcelo Almagro
Profesión: Fotógrafo artesanal
Edad: 44 años.

1. ¿A realizado sesiones fotográficas de agrupaciones de tecnocumbia femeninas?
R: Si

2. ¿Qué tan frecuente realiza este tipo de sesiones fotográficas?
R: Ocasionalmente, de 4 a 6 veces al año .

3. ¿Cuales son los atributos que se toman en cuenta para realizar una sesión de fotográfica?
R: Bueno pues todo depende de lo que requiera la agrupación, en todo caso se dialoga con el encargado o manager del grupo y se toma en cuenta las necesidades de la agrupación .

4. ¿Al momento de capturar la imagen sigue algún patrón, estereotipo o línea gráfica? ¿si, no? ¿cuál?
R: No, todas las fotografía jamás van a ser exactamente las mismas, pero si hablamos de este tipo de fotografías en estas agrupaciones siempre va a encotrarse inmerso este tema de la sensualidad.

5. ¿Piensa que los estereotipos en publicidad de grupos de tecnocumbia denigran a la mujer mediante la sensualidad? ¿si, no? ¿Porque?
R: Mirando desde el punto de la fotografía en realidad si se denigra a la mujer y no solo a las integrantes, sino más bien a toda una comunidad femenina.

6. ¿Porque se captura la fotografía de esa manera?

R: Por los requerimientos del cliente, donde se requiere mostrar sensualidad, debido a que el público en este caso es quien exige las fotografías de esta manera.

7. ¿Como influye su ética moral al momento de realizar este tipo de fotografías?

R: Bueno como profesional se les puede aconsejar, y pues si existen ciertas fotos subidas de tono y en esos casos simplemente se pide que no se mencione el nombre del autor pues en cierto modo la fotografía llega hasta un punto vulgar .

8. ¿A utilizado un concepto diferente al momento de fotografiar este tipo de agrupaciones?

R: La verdad que se puede utilizar un concepto semejante como la elegancia en sus trajes, pero no muy alejado de la sensualidad propia de cada mujer, donde de igual forma se sigue mostrando una imagen elegante y sensual, lo cual es propio de la comunidad femenina.

9. ¿Cuales cree que son las causas por las que generalmente se explota la sensualidad de las mujeres en estas agrupaciones musicales?

R: Bueno si hablamos de causantes pues diría que el público es el principal puesto que son los que consumen este tipo de material audiovisual, donde para publicitar de igual forma se maneja la fotografía.

10. ¿Desde su punto de vista personal que le parece las fotografías donde se explota la sensualidad de la mujer?

R: Pienso que existen unas muy buenas propuestas donde se nota el profesionalismo pero de igual manera existe material donde por poco y se llega a la vulgaridad en este medio artístico.

Entrevista abierta a Fotógrafo Profesional (Diálogo).

Nombres Completos: Martha Llerena
Profesión: Fotógrafo Artesanal
Edad: 48 años.

1. ¿A realizado sesiones fotográficas de agrupaciones de tecnocumbia femeninas?
R: Si

2. ¿Qué tan frecuente realiza este tipo de sesiones fotográficas?
R: No con mucha frecuencia, de 2 a 4 veces al año por escases de grupos femeninos.

3. ¿Cuales son los atributos que se toman en cuenta para realizar una sesión de fotográfica?
R: Bueno pues en todos los casos lo principal que se nota es la buena presencia de las integrantes y en todo caso que se pueda reflejar la sensualidad en las fotografías para poder de esta manera publicitar al grupo como tal.

4. ¿Al momento de capturar la imagen sigue algún patrón, estereotipo o línea gráfica? ¿si, no? ¿cuál?
R: No se si llamarlo estereotipo pero todo un siempre se requiere enmarcar la sensualidad de las integrantes.

5. ¿Piensa que los estereotipos en publicidad de grupos de tecnocumbia denigran a la mujer mediante la sensualidad? ¿si, no? ¿Porque?
R: Puesto que la sensualidad es muy propio de la mujer, así como la fuerza y vigor es en los hombres, diría que no es tan denigrante, todo depende ya del pensamiento de la sociedad.

6. ¿Porque se captura la fotografía de esa manera?
R: Todo esto se lo atribuye al los requerimientos del encargado o manager.

7. ¿Como influye su ética moral al momento de realizar este tipo de fotografías?

R: Pues bien, como profesional se les puede guíar, pero está muy impregnado ese estereotipo de la sensualidad que sería muy arriesgado cambiar del todo eso, y pues bien la última palabra siempre la va a tener el encargado de la agrupación.

8. ¿A utilizado un concepto diferente al momento de fotografiar este tipo de agrupaciones?

R: La verdad que casi un siempre se a trabajado de esta forma y manejando ese concepto de sensualidad, puesto que es más atraible para el público popular.

9. ¿ Cuales cree que son las causas por las que generalmente se explota la sensualidad de las mujeres en estas agrupaciones musicales?

R:Pues como dije antes sería el encargado del grupo, y de igual forma por los requerimientos que exige el público a este tipo de agrupaciones.

10. ¿Desde su punto de vista personal que le parece las fotografías donde se explota la sensualidad de la mujer?

R: A mí parecer existe muy buen material que es trabajado por profesionales, pero de igual forma existen personas que realizan este tipo de trabajos de una forma más simple y sin fundamentos donde se llega a la vulgaridad, es decir hay de todo en este medio artístico.

Entrevista abierta a Trabajadora Social.

Nombre: Kelly Adriana Rosero Pazmiño

Profesión: Lic. Trabajo Social

Edad: 30 años

1.¿Qué opina sobre la cosificación sexual de la mujer en medios publicitarios?

R: Que es un tema muy fuerte pero muy utilizado por marcas que generalmente buscan comercializar cierto producto para establecerlo de una manera más eficaz.

2.¿Cree que se cosifica a la mujer sexualmente en afiches de tecnocumbia ?

R: Si obviamente el mercado de ese entorno se encuentra saturado de afiches sugerentes donde a la mujer se la ve como un objeto.

3.¿Piensa que la vestimenta de mujeres tecnocumbieras es sugerente a la vista ? ¿Si, no?¿Por qué?

R: Si a simple vista su vestuario es demasiado sugerente como para evidenciar la vrdadera actividad a la ue se dedican que en este caso es la música.

4.¿Considera que la fotografía influye en al percepción del público hacia la mujer?¿Si, no?¿Por qué?

R: Sí la fotografía influye de una forma directa puesto que en el se encuentra el material que será distribuido al público.

5.¿Le parece que en los afiches de tecnocumbia la fotografía transmite un mensaje?¿Si, no?¿Cuál?

R: Pues a simple vista el mensaje que transmite es el de sensualidad.

6. ¿Qué opina acerca de la forma actual en la que se promocionan las agrupaciones musicales femeninas de tecnocumbia?

R: La forma en que realizan este tipo de promociones me parece que es muy efectiva pero al costo de una denigración de género.

7. ¿Piensa que existen estereotipos en este tipo de publicidad?

R: Si

8. ¿Cree que se puede obtener el mismo grado de popularidad tomando un atributo diferente a la sensualidad para realizar este tipo de afiches publicitarios?¿Si, no?¿Cuál?

R: La verdad pienso que se podría lograr emplear un atributo diferente, claro que el resultado dependera de la forma en que se trabaje, por el ejemplo la elegancia me parecería que es un buen atributo para este fin.

9. ¿Cuales cree que son las causas por las que generalmente se explota la sensualidad de las mujeres en estas agrupaciones musicales?

R:Bueno mucho depende de los encargados o dirigentes del grupo, asi tambien influye mucho como arme el arte final el profesional encargado de la fotografía.

10.¿Cree que se denigra a la mujer en los afiches publicitarios de este tipo de agrupaciones musicales ? (Su criterio)

R: Sí y de hecho no solo se degrada la imagen de las integrantes de la agrupación, sino también de todo el género.

Entrevista de integrantes de agrupaciones musicales femeninas

1.

Nombre: Kelly Adriana Rosero Pazmiño

Agrupación: Bailarina, solista Ada Mary

Edad: 30 años

1. ¿Qué tan frecuentemente tiene presentaciones su grupo musical?

R: Siempre

2.¿A realizado algún curso de canto, baile, etc, u otro relacionado a su grupo musical ?

R: No

3.¿Que tipo de vestuario utilizan habitualmente en sus presentaciones ? ¿Está de acuerdo en utilizarla?

R: Vestidos, si estoy de acuerdo.

4.¿Piensa que la imagen en su vestimenta ayuda a impulsar el grupo ?

R: Si

5.¿A sido parte de sesiones fotográficas para publicidad con su agrupación ?

R: Si

6. ¿Quien organiza o dirige la sesión fotográfica, el/la dueño/a del grupo o el fotógrafo?

R: La cantante y el fotógrafo

7. ¿Piensa que la fotografía ayuda a realzar la popularidad de su agrupación?

R: Si

8. ¿Por qué cree que se explota la sensualidad de la mujer en la fotografía de los afiches publicitarios ?

R: Para llamar más la atención del público.

9. ¿Piensa que en este entorno musical se vende o populariza más el talento o la imagen?

R: Siempre depende de que es lo que la artista desea, si es llamar la atención o dar a conocer su arte.

10. ¿Cree que se denigra a la mujer en los afiches publicitarios de este tipo de agrupaciones musicales ? (Su criterio)

R: Si muy de acuerdo.

Entrevista de integrantes de agrupaciones musicales femeninas

2.

Nombre: Gabriela Alexandra Sánchez León

Agrupación: Las Coketas

Edad: 24 años

1. ¿Qué tan frecuentemente tiene presentaciones su grupo musical?

R: Dos presentaciones por mes.

2.¿A realizado algún curso de canto, baile, etc, u otro relacionado a su grupo musical ?

R: Si, clases de canto y baile.

3.¿Que tipo de vestuario utilizan habitualmente en sus presentaciones ? ¿Está de acuerdo en utilizarla?

R: Vestidos formales (vestidos ¾) y vestidos sensuales más no vulgares.

4.¿Piensa que la imagen en su vestimenta ayuda a impulsar el grupo ?

R: Obviamente, la imagen siempre te va a impulsar y hay que cuidarla, y siempre antes de cada presentación nos tomamos nuestro tiempo para elegir nuestro vestuario dependiendo el lugar donde nos presentemos y además siempre nos percatamos de no mostrar más de lo que se puede.

5.¿A sido parte de sesiones fotográficas para publicidad con su agrupación ?

R: Si

6. ¿Quién organiza o dirige la sesión fotográfica, el/la dueño/a del grupo o el fotógrafo?

R: La dueña del grupo, siempre propone y organiza ideas, pero para dirigir como se realiza todo, el fotógrafo es el encargado de eso. De igual forma las integrantes también proporcionan sus sugerencias todo por el bienestar del grupo.

7. ¿Piensa que la fotografía ayuda a realzar la popularidad de su agrupación?

R: Si, claro, obviamente, porque sino no se podría hacer nada, por el hecho de que el público demanda fotografías para mostrarlas en redes sociales de cómo se realizan las presentaciones.

8. ¿Por qué cree que se explota la sensualidad de la mujer en la fotografía de los afiches publicitarios?

R: Mmm jejeje, Bueno verás, es como todo, si no se muestra no se vende, si tienes un producto y no lo muestras pues como piensas vender, más que nada para iniciar hace falta meterle un poquito esa picardía y sensualidad, obviamente sin irse a los extremos y cuidando la imagen.

9. ¿Piensa que en este entorno musical se vende o populariza más el talento o la imagen?

R: Pienso que las dos cosas, porque si te sabes vender bien, pues mediante eso tú poco a poco vas a ganar popularidad con el tiempo, sobre todo si tienes el talento de tu parte como herramienta y vas realizando un buen trabajo.

10. ¿Cree que se denigra a la mujer en los afiches publicitarios de este tipo de agrupaciones musicales? (Su criterio)

R: Lastimosamente si , porque no es un tema nuevo , desde hace muchos años atrás a la mujer se la a visto como un objeto y dentro de estas agrupaciones y ya depende de la mujer netamente, porque existen ciertos vestuarios pasados de tonito y ciertas mujeres que acceden a utilizarlos desde ahí no se hacen respetar, y ahora lo que hay que hacer es demostrar que en realidad existe talento porque solo con eso se opaca todo.

Entrevista de integrantes de agrupaciones musicales femeninas

3.

Nombre: Palacios Patrel María José

Agrupación: Las Coketas

Edad: 35 años

1. ¿Qué tan frecuentemente tiene presentaciones su grupo musical?

R: Dos a tres presentaciones por mes.

2.¿A realizado algún curso de canto, baile, etc, u otro relacionado a su grupo musical ?

R: Por el momento no.

3.¿Que tipo de vestuario utilizan habitualmente en sus presentaciones ? ¿Está de acuerdo en utilizarla?

R: Estoy de acuerdo con la vestimenta lo cual es ropa formal.

4.¿Piensa que la imagen en su vestimenta ayuda a impulsar el grupo ?

R: No, lo que impulsa al grupo es la persona, las cualidades y los valores dea cada integrante de la agrupación.

5.¿A sido parte de sesiones fotográficas para publicidad con su agrupación ?

R: Si

6. ¿Quién organiza o dirige la sesión fotográfica, el/la dueño/a del grupo o el fotógrafo?

R: La dueña del grupo.

7. ¿Piensa que la fotografía ayuda a realzar la popularidad de su agrupación?

R: Si.

8. ¿Por qué cree que se explota la sensualidad de la mujer en la fotografía de los afiches publicitarios?

R: Para tener mas popularidad y acogida al publico al que se va a presentar.

9. ¿Piensa que en este entorno musical se vende o populariza más el talento o la imagen?

R: El talento musical.

10. ¿Cree que se denigra a la mujer en los afiches publicitarios de este tipo de agrupaciones musicales? (Su criterio)

R: Mi punto de vista pues no por que es su imagen de grupo ahora si la persona que ve el afiche lo ve con morbo cambia el aspecto y concepto

Entrevista de integrantes de agrupaciones musicales femeninas

4.

Nombre: Ulloa Vera Jessica Belén (Propietaria)

Agrupación: Las Coketas

Edad: 28 años

1. ¿Qué tan frecuentemente tiene presentaciones su grupo musical?

R: Tres presentaciones por mes.

2.¿A realizado algún curso de canto, baile, etc, u otro relacionado a su grupo musical ?

R: No.

3.¿Que tipo de vestuario utilizan habitualmente en sus presentaciones ? ¿Está de acuerdo en utilizarla?

R: Vestuario sensual pero no vulgar, si estoy de acuerdo.

4.¿Piensa que la imagen en su vestimenta ayuda a impulsar el grupo ?

R: Si.

5.¿A sido parte de sesiones fotográficas para publicidad con su agrupación ?

R: Si

6. ¿Quién organiza o dirige la sesión fotográfica, el/la dueño/a del grupo o el fotógrafo?

R: El fotógrafo y con colaboración del manager.

7. ¿Piensa que la fotografía ayuda a realzar la popularidad de su agrupación?

R: Si.

8. ¿Por qué cree que se explota la sensualidad de la mujer en la fotografía de los afiches publicitarios ?

R: Porque las personas somos muy visuales buscamos algo bonito y estético en la gran mayoría.

9. ¿Piensa que en este entorno musical se vende o populariza más el talento o la imagen?

R: La imagen.

10. ¿Cree que se denigra a la mujer en los afiches publicitarios de este tipo de agrupaciones musicales? (Su criterio)

R: Yo considero que todo depende de la agrupación ya que no se puede generalizar, hay trabajos de excelente calidad que más bien realzan la belleza de la mujer.

Así también hay agrupaciones que si lo hacen pero todo depende del criterio de quienes dirigen este trabajo.

Entrevista de integrantes de agrupaciones musicales femeninas

5.

Nombre: Daniela Giler Villagómez (Popietaria).

Agrupación: Pasión Ardiente.

Edad: 23 años

1. ¿Qué tan frecuentemente tiene presentaciones su grupo musical?

R: 4 veces al mes.

2.¿A realizado algún curso de canto, baile, etc, u otro relacionado a su grupo musical ?

R: No he cursado ningún curso, siempre he cantado y bailado porque me gusta.

3.¿Que tipo de vestuario utilizan habitualmente en sus presentaciones ? ¿Está de acuerdo en utilizarla?

R: El vestuario es corto, antes usábamos de dos piezas, brasier con lentejuelas, boleros, cachetero y una falda corta.

Ahora usamos trajes completos es decir, enterizos con un cinturón e igual el brasier con lentejuelas.

Estoy de acuerdo a veces! Porque considero que ese es ya el estilo de un grupo de tecnocumbia y muy aparte de eso he tenido muy en claro que esa ropa no me define a mi como persona, simplemente es un trabajo que lo hago profesionalmente y no hago caso a terceros en cuestion de comentarios etc...

4.¿Piensa que la imagen en su vestimenta ayuda a impulsar el grupo ?

R: Claro, muchas veces.

Sin embargo si he pensado en que deberíamos cambiarlo por vestidos cortos algo diferente y más elegante.

5.¿A sido parte de sesiones fotográficas para publicidad con su agrupación ?

R: Si, todos los posters que tenemos han sido por sesiones fotográficas.

6. ¿Quién organiza o dirige la sesión fotográfica, el/la dueño/a del grupo o el fotógrafo?

R: La dueña del grupo y el fotógrafo.

7. ¿Piensa que la fotografía ayuda a realzar la popularidad de su agrupación?

R: Si.

8. ¿Por qué cree que se explota la sensualidad de la mujer en la fotografía de los afiches publicitarios?

R: Creo que por el vestuario ya que llama la atención.

9. ¿Piensa que en este entorno musical se vende o populariza más el talento o la imagen?

R: En mi grupo considero que las dos cosas, porque no es solo la imagen la que hace un buen grupo, sino el talento porque se han creado muchos grupos femeninos pero la mayoría hace mal su trabajo y es porque piensan que hacer un grupo y pararse en un escenario es fácil.

Gracias a Dios el grupo ya tiene 11 años y a la gente le gusta la música que hacemos y como llegamos a ellos.

10. ¿Cree que se denigra a la mujer en los afiches publicitarios de este tipo de agrupaciones musicales? (Su criterio)

R: Yo considero que todo depende de la agrupación ya que no se puede generalizar, hay trabajos de excelente calidad que más bien realzan la belleza de la mujer.

Así también hay agrupaciones que si lo hacen pero todo depende del criterio de quienes dirigen este trabajo.

Entrevista de integrantes de agrupaciones musicales femeninas

6.

Nombre: Sánchez Nagelly Fernanda.

Agrupación: Las Coketas.

Edad: 19 años

1. ¿Qué tan frecuentemente tiene presentaciones su grupo musical?

R: 1 o 2 semanal.

2.¿A realizado algún curso de canto, baile, etc, u otro relacionado a su grupo musical ?

R: Sí, e realizado cursos de canta y vocalización.

3.¿Que tipo de vestuario utilizan habitualmente en sus presentaciones ? ¿Está de acuerdo en utilizarla?

R: Por lo general son trajes muy vistosos y llamativos.

4.¿Piensa que la imagen en su vestimenta ayuda a impulsar el grupo ?

R: Si.

5.¿A sido parte de sesiones fotográficas para publicidad con su agrupación ?

R: Si, de hecho nos encontramos a punto de lanzar un nuevo sencillo y las sesiones de fotos son constantes

6. ¿Quién organiza o dirige la sesión fotográfica, el/la dueño/a del grupo o el fotógrafo?

R: La dueña del grupo.

7. ¿Piensa que la fotografía ayuda a realzar la popularidad de su agrupación?

R: Si, bastante.

8. ¿Por qué cree que se explota la sensualidad de la mujer en la fotografía de los afiches publicitarios?

R: Creo que por el vestuario ya que llama la atención.

9. ¿Piensa que en este entorno musical se vende o populariza más el talento o la imagen?

R: Pienso que aunque es triste lo que más se populariza es la imagen.

10. ¿Cree que se denigra a la mujer en los afiches publicitarios de este tipo de agrupaciones musicales? (Su criterio)

R: Si, de mi parte es un sí, muchas veces no me gusta cuando salgo en los afiches así.

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados.

Análisis Técnico: Tiene como fin explicar y comprender de una manera técnica la realización de publicidad destinada para promocionar los grupos musicales femeninos y el proceso que esto conlleva.

Objetivo a responder:

- Analizar piezas gráficas donde se involucre la fotografía en publicidad de agrupaciones musicales Femeninas.

DATOS DE LA AGRUPACIÓN A ANALIZAR:

Agrupación: Las Coketas. Año publicación: 2012.

Trayectoria: 7 años.



Imagen 4: Agrupación Las Coketas.
Fuente: facebook.com , 2019.

PUNTOS A ANALIZAR

Forma: En este aspecto trataremos las poses (sugerentes, puesto que con las inclinaciones se nota el derrier femenino).

Composición: Deficit de diseño(no existe composición).

Elementos: 4 participantes, silla, atuendo sugererente, cortina traslúcida.

Contraste: El texto no se diferencia del fondo (no existe).

Distribución: Se oberva un carga central.

Concepto: Sensualidad y erotismo.

Cromática: Se basa en tonos rojos.

Ángulos: Normal.

Plano: Completo.

Luces: Fuertes y difuminadas.

Estilo: Popular (connotación).

Saturación: Excesiva en caunto a elementos.

DATOS DE LA AGRUPACIÓN A ANALIZAR:

Agrupación: Pasión Ardiente. Año publicación: 2019.

Trayectoria: 11 años.



Imagen 5: Pasión ardiente

Fuente : Proporcionada por Daniela Giler (integrante de la agrupación).

PUNTOS A ANALIZAR

Forma: Sugerentes, puesto que con las inclinaciones leves se nota el derrier femenino, de igual forma con la última participante de espaldas a ¾.

Composición: Deficit de diseño(no existe composición).

Elementos: 4 participantes, texto fuerte.

Contraste: Existe contraste, colores vistosos en la parte superior y un tono leve como fondo (exagerado).

Distribución: No existe distribución armónica.

Concepto: Sensualidad y erotismo.

Cromática: Básica, tonos azules.

Ángulos: Normal.

Plano: Completo.

Luces: Fuertes y difuminadas.

Estilo: Popular (connotación).

Saturación: Saturación de elementos presente y además mala distribución del contenido.

DATOS DE LA AGRUPACIÓN A ANALIZAR:

Agrupación: Ada Mary (Solista y bailarinas).

Trayectoria: 11 años. Año de publicación: 2013



Imagen 6: Ada Mary, (solista y bailarinas).

Fuente: google.com , 2019.

PUNTOS A ANALIZAR

Forma: Inclinación de cuerpo de bailarinas(pose sensual).

Composición: Deficit de diseño(no existe composición).

Elementos:3 participantes, telones, texto aparentemente copiado, vestuario sugerente.

Contraste: No existe contraste.

Distribución: Mala distribución.

Concepto: Sensualidad y erotismo.

Cromática: Basada en tonos rojos.

Ángulos: Normal.

Plano: Completo.

Luces: Fuertes.

Estilo: Popular(connotación).

Saturación: Presente en texto.

Se requiere una comparación entre las conclusiones de las entrevistas realizadas a los Fotógrafos profesionales, Trabajadora social e Integrantes de las agrupaciones musicales femeninas y la opinión de los encargados de las agrupaciones para lograr establecer una conclusión global y mas acertada.

Conclusión General (Fotógrafos profesionales):

En base a las respuestas de las preguntas 3, 4 y 8 puntualmente se deduce lo siguiente, respondiendo al primer objetivo específico de la investigación, como causales principales de la cosificación sexual en las agrupaciones musicales femeninas están los encargados de dichas agrupaciones (managers o encargados de los grupos y consumidor o target).

Por otro lado para responder al segundo objetivo específico de la investigación se toma como sustentación las respuestas de las preguntas 5, 7, 9 y 10, donde por deducción se establece que la fotografía es un medio para comunicar un concepto sensualidad ya establecido con anterioridad como un estereotipo presente en el ámbito artístico musical de las agrupaciones femeninas , debido a su eficacia .

Conclusión General (Trabajadora Social):

En base a las respuestas de las preguntas 5 y 8, responde un aporte al cuestionamiento del primer objetivo específico de la investigación, donde se enmarca como factor físico el vestuario de las integrantes de las agrupaciones musicales femeninas, como causal de la cosificación sexual, donde además coincide con el target como segundo causante de dicha cosificación.
También tomando como referencia la respuesta dada en la pregunta 9, responde al segundo objetivo específico de la investigación, donde se enmarca la necesidad de la fotografía para publicitar, tomando como concepto estereotipado la sensualidad.

3.2 **Verificación de hipótesis.**

Para comprobar la hipótesis planteada se empleará el metodo de triangulación concurrente teórica, Denzin (como se citó en Valencia, M. M. A. , 2000) donde afirma que su funcionamiento consiste en la comparación de distintos tipos de perspectivas de criterios hacia un mismo objeto de estudio. Todo esto con el fin de encarar opiniones vertidas en las entrevistas abiertas y cerradas, tanto de fotógrafos, integrantes femeninas de las agrupaciones musicales y managers o encargados de los grupos que en este caso de igual forma se encuentran como integrantes de las agrupaciones.

H_1 : La fotografía contribuye en la percepción en cuanto a cosificación sexual refiere.

H_0 : La fotografía no contribuye en la percepción en cuanto a cosificación sexual refiere.

Triangulación concurrente:

Categorías	Entrevista fotógrafos	Entrevista integrantes musicales	Entrevista (managers)
Cosificación	En base las opiniones y criterios de los profesionales de la fotografía tanto en las entrevistas abiertas y cerradas se concluye que	Por otra parte según las integrantes de las agrupaciones musicales, se dedujo que en la fotografía si existe cosificación	Puesto que las que manejan las agrupaciones musicales femeninas son integrantes de la misma, se toma su criterio como

	en realidad existe una cosificación de la mujer en las agrupaciones musicales femeninas en la ciudad de Ambato.	sexual en las piezas gráficas promocionales.	una presente cosificación sexual dentro de este ámbito.
Causantes (factor interno)	Los fotógrafos de acuerdo a sus declaraciones están dispuestos a asesorar a sus clientes, pero de igual forma coinciden en que siempre la útlima palabra recae sobre los encargados de los grupos o propietarios directamente.	De igual forma al realizar las entrevistas abiertas al diálogo con las integrantes de las agrupaciones musicales se concluye que la mayor responsable de aprobar los artes finales son directamente las encargadas del grupo o manejadores.	De acuerdo a los criterios tomados por Jessica Ulloa y Daniela Giler, que son en este caso las propietarias de sus grupos respectivos, concuerdan con que los responsables de aprobar las artes gráficas son directamente los fotógrafos y los dirigentes de los grupos.
Causantes (factor externo)	En cuanto a causantes externo se obtuvo como resultado la demanda directa del público con respecto a la imagen de las integrantes de las agrupaciones musicales, puesto que la definen como muy importante.	De acuerdo a las entrevistas puntuales, el 83% de del total de entrevistadas piensa que es muy importante la demanda del público.	Tomando en cuenta la opinión de las dos encargadas de sus respectivas agrupaciones, se resume que de igual forma la imagen es muy importante en el ámbito artístico donde se

			encuentran, que de igual manera es fuertemente demandado por el target.
Causantes (factor físico)	De acuerdo a las entrevistas abiertas donde se consiguió un diálogo más abierto sobre el tema se concluyó que dos de los tres fotógrafos coinciden en que el vestuario es uno de los factores que afecta en la cosificación presente en las fotografías utilizadas para realizar las piezas gráficas de las agrupaciones musicales femeninas.	El 50% de ellas asegura que en cuanto a vestuario existe un nivel aceptable de sensualidad, mientras que el 33% dice que es normal y el 17% afirma que es sensual, todos estos nivels refiriendo netamente al vestuario. Pero de igual manera se enuncia que el 83% de las integrantes de las agrupaciones musicales están dispuestas a utilizar dicha vestimenta, mientras el 17% está Muy dispuesta.	En las opiniones vertidas en la entrevista abierta, Daniela Giler enmarca al vestuario como un factor presente que llama la atención de su público en las artes gráficas donde existe sensualidad.

Tabla 16: Triangulación concurrente.

Conclusión de hipótesis:

Donde de acuerdo a los resultados arrojados la fotografía influye de una forma directa en la percepción en cuanto a cosificación sexuale refiere, debido a que se utiliza como concepto eficaz la sensualidad de la mujer, de igual forma existen otros factores que influyen de forma directa, siendo los managers o encargados de agrupaciones los responsables de aprobar las artes gráficas finales, donde de igual manera el vestuario influye directamente, siendo estas exigidas por un target popular.

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

La imagen que se utiliza para promocionar un sevicio en el medio artístico es muy importante, por lo cual se debe pensar cuidadosamente lo que se desee transmitir hacia el público, en este caso particular la eficacia para captar seguidores depende netamente de la sensualidad reflejada en las fotografías publicitarias.

Como resultado de la presente investigación, se determino la participación de la fotografia en la cosificación sexual de las agrupaciones como Muy importante e imprescindible, arrojando como causantes principales a factores como el vestuario, poses, el fotógrafo como referente leve, de igual forma la influencia de los managers de las agrupaciones y el target como el referente más fuerte, donde principalmente en el mercado se transmite el concepto de sensualidad puesto que se encuentra ya posicionado hasta el punto de convertirse en un estereotipo de este género musical, en torno a la imagen.

4.2 Recomendaciones

La demanada del público siempre va en constante aumento en cuanto a la imagen que se exige de las integrantes de agrupaciones musicales femeninas, por lo que se recomienda una evolución del medio intentando mostrar una imagen más elegante, dejando de lado la vulgaridad que hoy en día conlleva el medio artístico, y con ello satisfacer de otra manera más sutíl las necesidades del target, todo esto sin dejar de lado la sensualidad de la mujer, puesto que es un atributo propio de la misma.

Bibliografía:

Barthes, R. (1986). *El mensaje fotográfico. Lo obvio y obtuso. Imágenes, gestos, voces.*

Barthes, R. (1979). *La cámara lúcida* (1989 ed.). Barcelona, España: Paidós Ibérica.

Baumgardner, J., & Richards, A. (2004). Feminism and femininity: Or how we learned to stop worrying and love the thong. *All about the girl: Culture, power, and identity*, 59-67.

Centro de Escritura Javeriano. (2018). Normas APA, sexta edición. Cali, Colombia: Ponti□cia Universidad Javeriana, seccional Cali.

DRAE. (2001). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de http://www.rae.es/la-institucion/iv-centenario-de-miguel-de-cervantes/bibliografia

Delgado-Publicidad. (s.f.). *La problemática de la cosificación sexual de la mujer en la publicidad de desodorantes AXE en Argentina*. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/31187_107653.pdf

Desire, E. (05 de 01 de 2015). *Inerciadigital*. Obtenido de https://blog.inerciadigital.com/2015/01/05/crear-impacto-visual/

Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador* .

Frascara, J. (1994). *Diseño Gráfico y comunicación.* Buenos Aires: Infinito.

Gemma Sáenz, I. V.-S. (2012). Is empowerment or Women`s Subjugation? Experiences of Interpersonal Sexual Objevtification. 41-51. España.

HC. (07 de febrero de 2004). La tecnocumbia llegó con la migración. *La Hora*.

Hedgecoe, J. (1992). *Manual de técnica fotográfica.* España: AKAL.

Kozee, H.B., Tylka, T.L., AUGUSTUS-Horvath, C.L., & Denchik, A. (2007) Development and psychometric evaluation of the Interpersonal Sexual Objectification Scale. *Psychology of Women Quarterly*, 31, 176-189.

Lamas, M. (1986). La antropología feminista y la categoría "género". En *Nueva antropología* (págs. 173 - 178).

Langford, M. (1990). *La fotografía paso a paso.* Londres, Gran Bretaña: Akal.

Lozano, L., I. V.-S., G. S., & F. E. (2007). The Spanish adaptation of the In-terpersonal Sexual Objectivation Scale.

López. (2013). *Origen del diseño gráfico.*

Martínez, J. I. (2008). Educación e interpretación. Cruzando Límites y Produciendo Alternativas. En *Patrimonios culturales* (págs. 57 - 74). País Vasco.

Maza, R. E. (2005). *La fotografía publicitaria.*

Munari, B. (1973). *Diseño y comunicación visual.* Gustavo Gili.

Salvo, N. (2017). *tribunafeminista.elplural.com*. Obtenido de Tribuna Feminista: https://tribunafeminista.elplural.com/2017/01/cosificadas-mujeres-y-medios-de-comunicacion/

Sapiens, B. (2013). *Orbita diversa*. Obtenido de https://orbitadiversa.wordpress.com/2013/01/28/cosificacion-sexual/

Short, M. (2011). *Contexto y narración en fotografía.*

Valencia, M. M. A. (2000). La triangulación metodológica: sus principios, alcances y limitaciones. *Investigación educación en enfermería*, *18*(1), 13-26.

Anexos:

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARTES
DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO
ENTREVISTA ABIERTA A FOTÓGRATO PROFESIONAL

Nombres completos:

Profesión: Edad:

1. ¿A realizado sesiones fotográficas de agrupaciones de tecnocumbia femeninas?

2. ¿Que tan frecuente realiza este tipo de sesiones fotográficas?

3. ¿Cuales son los atributos que se toman en cuenta para realizar una sesión de fotográfica?

4. ¿Al momento de capturar la imagen sigue algún patrón, estereotipo o línea gráfica? ¿si, no? ¿cuál?

5. ¿Piensa que los estereotipos en publicidad de grupos de tecnocumbia denigran a la mujer mediante la sensualidad? ¿si, no? ¿Porque?

6. ¿Porque se captura la fotografía de esa manera?

7. ¿Como influye su ética moral al momento de realizar este tipo de fotografías?

8. ¿A utilizado un concepto diferente al momento de fotografiar este tipo de agrupaciones?

9. ¿ Cuales cree que son las causas por las que generalmente se explota la sensualidad de las mujeres en estas agrupaciones musicales?

10. ¿Desde su punto de vista personal que le parece las fotografías donde se explota la sensualidad de la mujer?

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARTES
DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO
ENTREVISTA ABIERTA A LIC. TRABAJO SOCIAL

Nombres completos:

Profesión: Edad:

1. ¿Qué opina sobre la cosificación sexual de la mujer en medios publicitarios?

2.¿Cree que se cosifica a la mujer sexualmente en afiches de tecnocumbia ?

3.¿Piensa que la vestimenta de mujeres tecnocumbieras es sugerente a la vista ? ¿Si, no?¿Por qué?

4.¿Considera que la fotografía influye en al percepción del público hacia la mujer?¿Si, no?¿Por qué?

5.¿Le parece que en los afiches de tecnocumbia la fotografía transmite un mensaje?¿Si, no?¿Cuál?

6. ¿Qué opina acerca de la forma actual en la que se promocionan las agrupaciones musicales femeninas de tecnocumbia?

7. ¿Piensa que existen estereotipos en este tipo de publicidad?

8. ¿Cree que se puede obtener el mismo de grado de popularidad tomando un atributo diferente a la sensualidad para realizar este tipo de afiches publicitarios?¿Si, no?¿Cuál?

9. ¿Cuales cree que son las causas por las que generalmente se explota la sensualidad de las mujeres en estas agrupaciones musicales?

10.¿Cree que se denigra a la mujer en los afiches publicitarios de este tipo de agrupaciones musicales ? (Su criterio)

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARTES
DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

ENTREVISTA ABIERTA INTEGRANTE DE AGRUPACIÓN MUSICAL

Nombres completos:

Agrupación: Edad:

1. ¿Qué tan frecuentemente tiene presentaciones su grupo musical?

2.¿Tiene cursado algun curso de canto, baile, etc, u otro relacionado a su grupo musical ?

3.¿Que tipo de vestuario utilizan habitualmente en sus presentaciones ? ¿Está de acuerdo en utilizarla?

4.¿Piensa que la imagen en su vestimenta ayuda a impulsar el grupo ?

5.¿A sido parte de sesiones fotográficas para publicidad con su agrupación ?

6. ¿Quien organiza o dirige la sesión fotográfica, el/la dueño/a del grupo o el fotógrafo?

7. ¿Piensa que la fotografía ayuda a realzar la popularidad de su agrupación?

8. ¿Por qué cree que se explota la sensualidad de la mujer en la fotografía de los afiches publicitarios ?

9. ¿Piensa que en este entorno musical se vende o populariza más el talento o la imagen?

10.¿Cree que se denigra a la mujer en los afiches publicitarios de este tipo de agrupaciones musicales ? (Su criterio)

Tabla 6: Entrevista a Fotógrafo Profesional.					
Entorno de agrupaciones musicales femeninas (tecnocumbieras), como objeto de captura fotográfica.					
Por favor, piense detenenidamente su respuesta en base a su último año de experiencia laboral y marque con una X.					
Nombre: Pasto Chuquitarco Juan Carlos Profesión: Ing. Diseño Gráfico. Edad: 29 años	1 Nunca	2 Rara vez	3 Ocasionalmente	4 Frecuentemente	5 Siempre
1.¿Con que frecuencia realiza sesiones de fotos a grupos femeninos de tecnocumbia?		X			
2.¿Con que frecuencia realiza afiches publicitarios de agrupaciones de tecnocumbia?			X		
3.¿Con que frecuencia es usted el encargado de aprobar el arte final de los afiches de tecnocumbia?		X			
4.¿Con que frecuencia, el manager o dueño del grupo musical es el encargado de aprobar u organizar el arte final?					X
5.¿Qué tan frecuente piensa que se utiliza el concepto de la sensualidad y erotismo en las fotografías de agrupaciones de tecnocumbia?				X	
6.¿Qué tan alto considera usted el nivel de sensualidad en los afiches de tecnocumbia? Siendo 1 (nada) y 5 (muy erótico)				X	
7.¿Cambiaría el concepto de sensualidad y erotismo para realizar las publicidades correspondientes de las agrupaciones de tecnocumbia?		X			
8.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas? Siendo 1 (nada importante) y 5 (demasiado importante).				X	
9.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a una agrupación de esta índole? Siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X
10.¿Qué tan importante cree usted que es comunicar un mensaje en las fotografías? Siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).				X	

Tabla 9: Entrevista a Trabajadora Social.					
Entorno artístico de agrupaciones musicales femeninas (tecnocumbieras), como objeto de cosificación sexual.					
Por favor, piense detenenidamente su respuesta en base a su último año de experiencia laboral y marque con una X.					
Nombre: Rosero Pazmiño Kelly Adriana Profesión: Lic. Trabajo Social. Edad: 30 años	1 Nunca	2 Rara vez	3 Ocasionalmente	4 Frecuentemente	5 Siempre
1.¿Qué tan denigrante cree que es la cosificación sexual? Siendo 1 (nada) y 5 (mucho)			X		
2.¿Qué tan a menudo ha visto afiches de tecnocumbia donde la sensualidad es su atributo central y único ?					X
3.¿Que tan frecuente piensa que se da la cosificación sexual en las fotografías de artistas tecnocumbieras?				X	
4.¿Piensa que la cosificación sexual lleva al sexismo, a que nivel ? Siendo 1 (nada) y 5 (muy alto).			X		
5.¿Qué tan frecuente piensa que influye el vestuario en la cosificación sexual?			X		
6.¿Qué tan alto considera usted el nivel de sensualidad en los afiches de tecnocumbia? Siendo 1 (nada) y 5 (muy erótico)				X	
7.¿A sido testigo de comentarios sexuales groseros hacia las artistas tecnocumbieras sobre su cuerpo?		X			
8.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas? Siendo 1 (nada importante) y 5 (demasiado importante).					X
9.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a una agrupación de esta índole? Siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X
10.¿Qué tan fuerte piensa que es la cosificación sexual en las fotografías de artistas femeninas de tecnocumbia?. Siendo 1 (leve) y 5 (abismal).				X	

Tabla 10: Entrevista a integrantes de agrupaciones musicales femeninas (tecnocumbieras).					
Adaptación de "In-terpersonal Sexual Objectivation Scale (ISOS)"(Kooze, Tylka, August-Horvarth, & Denchik, 2007)					
Por favor, piense detenenidamente su respuesta en base a las presentaciones del último año y marque con una X.					
Nombre: Ulloa Verá Jessica Bélen Agrupación: Grupo femenino las coketas (propietaria del grupo) Edad: 28 años	1 Nunca	2 Rara vez	3 Ocasionalmente	4 Frecuentemente	5 Siempre
1.¿Con que frecuencia a la semana tiene presentaciones musicales su agrupación?			X		
2.¿Con que frecuencia te han silvado en una presentación?					X
3.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te está evaluando durante las presentaciones del grupo?			X		
4.¿Con que frecuencia has sentido que alguien te estaba mirando el cuerpo fijamente?				X	
5.¿Con que frecuencia a escuchado comentarios sexuales groseros sobre su cuerpo?		X			
6.¿Con que frecuencia te has sentido acosada sexualmente (en el trabajo, escuela, etc)?		X			
7.¿Con que frecuencia has notado que alguien no estaba escuchando cuando cantas, sino mirando fijamente partes de tu cuerpo?			X		
8.¿Con que frecuencia alguien a realizado gestos sexuales degradantes hacia tu persona mientras te encuentras en tus presentaciones?	X				
9.¿Qué nivel de sensualidad cree que tienen los trajes de su agrupación, siendo 1 (Formal) y 5 (Muy sensual).		X			
10.¿Qué tan de acuerdo está en usar los vestuarios de tecnocumbia, siendo el punto 1 (No accesible) y el 5 (Muy dispuesta).					X
11.¿Qué importancia le daría a la fotografía para dar a conocer a su grupo, siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X
12.¿Qué tan importante piensa que es la demanda del público hacia la imagen de las integrantes de tecnocumbia femeninas, siendo 1 (nada importante) y 5 (Muy importante).					X