

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE ARTES
DEPARTAMENTO DE PROMOCIÓN CULTURAL

***INFLUENCIA DE LOS MODELOS DE CONSUMO CULTURAL
EMITIDOS POR VENEVISIÓN Y TVES EN LA CONSTRUCCIÓN DE
LA IDENTIDAD CULTURAL.
UN ESTUDIO EN JÓVENES ENTRE 15 Y 17 AÑOS DE EDAD DEL MUNICIPIO
CHACAO DE LA CIUDAD DE CARACAS***

Tutor: Lic. Cruz A. Hernández C. M. S. C

Patricia Díaz Pastrán
C.I. 17.268.503
Carmen Ledezma Rodríguez
C.I. 17.733.385

Caracas, Octubre 2008

INDICE

Nº de página

Índice.....	1
Dedicatoria.....	3
Agradecimientos.....	4
Introducción.....	5
Capítulo I: EL PROBLEMA.....	6
- Planteamiento del problema.....	6
- Objetivos de la investigación.....	9
• Objetivo general.....	9
• Objetivos específicos.....	9
- Justificación e importancia.....	10
- Alcances y limitaciones.....	12
• Alcances.....	12
• Limitaciones.....	12
Capítulo II: MARCO TEÓRICO.....	13
- Bases teóricas.....	13
• Consumo cultural.....	13
• Modelos de consumo cultural.....	15
• Identidad cultural.....	18
• Globalización.....	21
- Antecedentes.....	21
- Bases legales.....	24
• Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.....	24
• Ley Orgánica de Telecomunicaciones.....	25
• Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.....	25
• Ley Orgánica de Educación.....	27
• Ley Orgánica para la Protección del Niño y del Adolescente (LOPNA).....	28
• Convención Internacional sobre los Derechos del Niño.....	28
Capítulo III: MARCO METODOLÓGICO.....	29

- Naturaleza de la investigación.....	29
- Población y muestra.....	30
- Operacionalización de las variables.....	31
- Diseño de instrumentos.....	33
- Aplicación de métodos.....	33
- Procesamiento de datos.....	34
Capítulo IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	35
- Resultado de la observación de los programas transmitidos por TVes.....	35
- Análisis de la programación de TVes.....	37
- Resultado de la observación de los programas transmitidos por Venevisión.....	51
- Análisis de la programación de Venevisión.....	52
- Análisis de los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas al grupo de estudio.....	69
Capítulo V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	124
- Conclusiones.....	124
- Recomendaciones.....	129
Fuentes consultadas.....	132
Anexos.....	135

DEDICATORIA

Ante todo a Dios y a María Auxiliadora, mis guías, mi luz y mi fuerza en todo momento.

A mi madre, Betsy, quien con su esfuerzo incansable y dedicación infinita, ha sido el pilar de mi formación como profesional y ser humano integral, para ti mi amor, respeto, admiración y eterno agradecimiento.

Con cariño a mi abuela Gladys, quien con su amor, su energía, su risa y sus oraciones bendice mi vida, mil gracias.

A ti padre celestial quien me guía por el camino a seguir, por darme el milagro de la vida y hacerme afortunada, cuan grande y hermoso es tu amor por nosotros.

Para mi abuela Leonor quien con su apoyo e inmenso amor me fortalece en todo momento y me alienta a seguir adelante.

A mi madre, Margarita, quien me brindó protección, amor, ayuda e inmensa felicidad en mi vida, fuente de inspiración para alcanzar mis metas.

Con alegría e inmensa felicidad a mi padre Eliades, por su apoyo, amor y solidaridad

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi abuelo Herminio, por su cariño, sus sabias palabras y su ejemplo de sacrificio y dedicación.

Así mismo a mi padre Emilio, por su amor, apoyo y colaboración.

A Juan Manuel, por su amor, comprensión, colaboración y apoyo incondicional, por estar siempre a mi lado y hacerme sonreír.

Igualmente a Luisana y Javier, por su amistad, preocupación y apoyo, por ser mis hermanos de vida.

A mi hermano Emilio, por su colaboración, apoyo y solidaridad, gracias enano.

Mi más sincero agradecimiento a Mercedes, Eliana, Francisco y mi Tía Melba, por su amor, apoyo incondicional y llenar de alegría mi vida.

A mi compañero Greinaldy por su amor, comprensión, gran ayuda y brindarme felicidad y alegría.

Nuestro más profundo y sincero agradecimiento a Cruz Hernández, tutor de esta tesis, por su valioso empeño, dedicación y paciencia para con nosotras en la realización de este trabajo, por ser además de un excelente profesor un gran amigo. Eternamente agradecidas.

Así mismo, nuestro agradecimiento a los colegios: María Auxiliadora de Altamira, Don Bosco de Altamira, Sagrado Corazón de Jesús y el liceo Gustavo Herrera, importantes colaboradores en esta investigación. Y a todos aquellos quienes de alguna u otra forma colaboraron con la realización de este trabajo.

INTRODUCCIÓN

La principal preocupación que lleva al desarrollo de la presente investigación, se centra en la presencia de los modelos de consumo cultural inmersos en los mensajes de los medios de comunicación, específicamente de la televisión. Cada vez más se observa en el acontecer diario personas que, con sus actitudes y comportamiento en general, buscan pertenecer al patrón social que ésta establece, según el momento histórico, determinando necesidades en la población. Este fenómeno genera la creación de una sociedad de consumo, a partir de la caída de la era industrial.

Los sujetos consumen de manera desmedida estos modelos, en su afán de diferenciarse del otro, sin percatarse de su pertenencia a estándares prefabricados y distribuidos de forma masiva.

La investigación consta de cinco capítulos fundamentales:

Capítulo I - El problema: en él se hace una exposición de la situación que será desarrollada. Se plantean los objetivos, la justificación, los alcances y las limitaciones de la presente investigación.

Capítulo II - Marco Teórico: se presentan las bases teóricas de los estudios en el área de consumo cultural e identidad cultural. Y los fundamentos legales que sustentarán la presente investigación.

Capítulo III - Metodología: en este capítulo se describe la naturaleza del estudio, el diseño de la investigación, el universo y la muestra seleccionada, las técnicas e instrumentos de recolección de información y su aplicación, y el procesamiento de los datos.

Capítulo IV - Diagnóstico: en él se hace un análisis e interpretación de los resultados obtenidos en base a los procedimientos aplicados.

Capítulo V - Conclusiones y recomendaciones: se concluye y se recomienda en base a lo analizado en el capítulo anterior.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Según diversos autores, desde finales del siglo XX la sociedad entró en la era *massmediática*, haciéndose cada vez más dependiente de las tecnologías comunicacionales, en particular del medio televisivo (Orozco, 2001, p. 19). Sin duda la televisión se ha convertido en un bien indispensable en la mayoría de los hogares y hasta en restaurantes o sitios de encuentro social, en un hábito tan natural como tomar una taza de café por la mañana, que le proporciona al sujeto placer. Éste, pertenece a una audiencia que participa en el proceso de recepción, que para Orozco es la interacción entre los sujetos activos y el medio, y “se contextualiza material, cognitiva y emocionalmente” (*ibid.* p.23). Se establece una relación sujeto-medio, en la cual puede darse sólo la reproducción, por parte del sujeto, de lo que recibe a través de los mensajes e imágenes, o ir más allá, a la resistencia y/o contestación (*ibid.*).

Hernández (2003) expone las teorías de Mario Kaplún, donde se plantea que el proceso de recepción se da de diferentes maneras, puede ser: de *modo gratificante*, en el que “la televidencia” (*ibid.*) elige el programa que desea ver, y es realmente disfrutado y valorado por el espectador. A su vez, esta misma forma de recepción según Hernández (2003), se subdivide en: la *gratificante fruitiva*, en la cual “el televidente extrae placer y obtiene al mismo tiempo compensación emocional, lúdica y estética” (p.16) y la *gratificante cognitiva-informativa*, que se refiere a aquellos programas de opinión de los cuales el espectador extrae información que le es útil, independientemente de la calidad.

El segundo modo de recepción es el *incidental o aleatorio*, en este modelo el espectador enciende el televisor, no para disfrutar y atender su programación, sino como acompañante en ratos de soledad, para poder conciliar el sueño o para relajarse por medio de imágenes.

Y por último, el modo *supletorio de recepción*, que es aquel en el cual los espectadores ven televisión para cubrir ratos de ocio o tiempo libre por no poder realizar otra actividad que les genere recreación.

El constante recibimiento de mensajes e imágenes por medio de la televisión, brindan a los espectadores oportunidades para desconectarse de sus realidades, a través de las cuales, pueden vivir fantasías o llenar vacíos emocionales, pero, la mayoría de las veces, estos no se detienen a analizar qué tipo de mensaje están recibiendo. Así pues se observa la redefinición del ámbito cultural, puesto que los llamados *flujos massmediáticos* son consecutivos y constituyentes de lo que somos hoy.

Teorías como: el *cultivo televisivo* de Gerbner (1993), *aprendizaje por observación* de Bandura y Berkowitz (1963), y *los medios como agentes cooperantes* de Klapper (1974), demuestran que los mensajes emitidos a través de la programación televisiva actúan junto a otros factores sociales, como la familia, la escuela, las instituciones políticas, entre otras, reforzando ideologías y estereotipos en los espectadores.

Esto también se evidencia en las investigaciones de Barrios (1993, 1996) que plantean que “los efectos de la televisión no son unidireccionales, que el receptor no se enfrenta al mensaje televisivo sin referentes culturales y que la relación con este medio es contradictoria y compleja” (Barrios, citado por Hernández, 1998, p. 61).

Por otra parte, puede observarse evidencia de que la programación televisiva llega a promover antivalores y manifestaciones violentas que repercuten de manera directa en el comportamiento de los televidentes sin importar su extracción social. Un ejemplo de esto es el estudio realizado por Bandura y Berkowitz (1963):

[...] se les mostró a un grupo de niños un programa televisivo donde se veía a un hombre golpeando a una muñeca de plástico. Esta investigación experimental develó que los niños que habían visto dicho programa imitaban de manera análoga el comportamiento agresivo del hombre a través de sus relaciones con sus compañeros (citado por Hernández, 2006, p. 325).

Así mismo, investigaciones recientes de la empresa encuestadora Datanalysis, reflejan que el 96% de los venezolanos poseen televisión en su casa (Datanalysis, Febrero 2006), y según estudios de Bisbal (1999) el 76% de los jóvenes entre 15 y 18 años “prefieren ver

televisión todos los días” (Bisbal citado por Hernández, 2006, p.320), lo que evidencia que este medio representa para ellos un espacio atractivo que les proporciona placer, libertad de escogencia, abstracción momentánea de su entorno y obligaciones, y por ende sensación de bienestar. Pasan la mayor parte de su tiempo libre y/o de ocio frente al televisor, muchas veces sin estar conscientes de que a través de esa *distracción*, que pareciera inofensiva, reciben mensajes que influyen en su desarrollo como seres sociales.

Para García Canclini (2006) “la cultura abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social” (p. 34) bajo este concepto propone varias tendencias de la misma, la primera es “la cultura como la instancia en la que cada grupo organiza su identidad” (*ibid.* p. 35). Es evidente que gracias a los procesos de globalización las identidades se van redimensionando, en el entendido de que la cultura es dinámica, está sujeta a variaciones, a cambios, bien puede resistirse a ser transformada, sin embargo, no lo conseguirá en su totalidad, puede aceptar los cambios, tomar los aspectos positivos para no desaparecer, se convertirá en un híbrido que mantendrá una raíz, su origen. La diferencia es que en los tiempos de las nuevas tecnologías de la información, de la globalización, esto ocurre de una manera muy rápida.

Para Martín (2003) permanece

la identidad entre la díada cultura-comunicación como conceptos mutuamente implicados (Martín 2000). Procesos cultural-comunicacionales son los que explican cómo se elaboran los saberes y cómo funciona ese “telar” pues, reproductora pero también creadora (P. 85)

(...) la cultura no es [sólo] acumulativa, es auto-organizadora, aprehende las informaciones principales, selecciona los problemas principales [y] dispone de principios de inteligibilidad capaces de aprehender los nudos estratégicos del saber (Morin citado por Martín, 2003, p. 85).

Se ha encontrado que la relación entre cultura-comunicación establece la identidad de los diversos grupos sociales, ante esta realidad, y el entendido de que los jóvenes son el futuro de las naciones, el presente estudio será realizado en jóvenes entre 15 y 17 años de edad pertenecientes al Municipio Chacao de la ciudad de Caracas. Ante esto cabe preguntarse ¿Influyen los mensajes transmitidos a través de la programación televisiva en el comportamiento de los jóvenes entre 15 y 17 años de edad pertenecientes al Municipio Chacao de la ciudad de Caracas? ¿En su desenvolvimiento e interacción con el otro? ¿En su

desarrollo como sujeto social? ¿En la construcción de su identidad cultural? ¿Configuran los mensajes nuevos aspectos de la cultura juvenil? ¿Dependerá de sus preferencias a la hora de ver televisión?, ¿qué ven?, ¿qué les atrae? ¿Por qué eligen un determinado programa los jóvenes entre 15 y 17 años de edad pertenecientes al Municipio Chacao de la ciudad de Caracas?

Objetivo general:

Determinar los modelos de consumo cultural que son emitidos a través de los mensajes de la programación de televisoras nacionales en Venezuela (Venevisión y TVes) y sus influencias en la construcción de la identidad cultural de los jóvenes del Municipio Chacao de Caracas con edades comprendidas entre los 15 y 17 años durante noviembre 2007 – enero 2008.

Objetivos específicos:

- Analizar la programación y los mensajes transmitidos por las televisoras nacionales en Venezuela (Venevisión y TVes) en base a los modelos de consumo cultural que ellas promueven y si inciden en los jóvenes del Municipio Chacao de Caracas con edades comprendidas entre los 15 y 17 años.
- Diagnosticar las preferencias, en cuanto a programación televisiva, que tienen los jóvenes del Municipio Chacao de Caracas con edades comprendidas entre los 15 y 17 años.
- Constatar cómo influyen los modelos de consumo cultural en la construcción de la identidad cultural de los jóvenes del Municipio Chacao de Caracas con edades comprendidas entre los 15 y 17 años.

Justificación e importancia

En los últimos años el estudio del consumo cultural ha adquirido mayor fuerza, debido a que, según autores como Néstor García Canclini, Martín Barbero y Marcelino Bisbal, éste configura las sociedades.

Los procesos de producción, apropiación y uso de los bienes generados por las industrias o agentes culturales, bien sean independientes o gubernamentales, originan modelos de consumo que pueden transmitir a través de sus mensajes: valores o antivalores, códigos, patrones y nuevos modos de vida, mediante los cuales se origina una relación entre el emisor (productor) y receptor (consumidor), en la cual, según Martín Barbero, se debe “indagar lo que la comunicación tiene de intercambio e interacción entre sujetos socialmente contruidos” (Barbero citado por Sunkel, 2002, p. 4).

Actualmente, en plena era massmediática, los medios de comunicación cuentan con el alcance necesario como para propiciar cambios socioculturales, ya que al crear nuevos espacios, pueden llegar a modificar los sentidos, la manera de actuar y pensar de los sujetos. Dentro de estas modificaciones puede darse la construcción de la identidad cultural, que se constituye a partir de los referentes culturales que posee cada individuo. Ésta identidad va transformándose al tomar o no los elementos que le brinde su entorno, siendo los medios de comunicación uno de los principales distribuidores.

La importancia de la investigación radica en conocer cómo pueden o no transformarse las identidades culturales de los jóvenes a través de la influencia de los modelos de consumo cultural, ya que las nuevas tecnologías y especialmente los medios de comunicación, en particular la televisión a través de mensajes constantes, son componentes fundamentales de las transformaciones culturales.

Esta investigación se justifica en la medida que:

- Constituye un aporte a los estudios de consumo cultural, ya que se podrán obtener los modelos de consumo cultural emitidos por la programación de dos canales venezolanos, como lo son Venevisión y TVEs.
- Permitirá el establecimiento de la influencia que tienen los modelos de consumo cultural emitidos por la programación de las televisoras antes mencionadas en las culturas juveniles del Municipio Chacao de la ciudad de Caracas, los nuevos

aspectos que estos modelos adicionan a su dimensión cultural que terminarán por ir configurando su identidad como jóvenes.

Esta investigación es importante porque:

- Los estudios sobre el consumo cultural en los últimos años han adquirido mayor fuerza, y los estudios de casos actuales son pocos en nuestro país.
- El organizar las diversas teorías y su posterior utilización para determinar los modelos de consumo cultural y las identidades culturales facilitarán el establecimiento de las teorías formuladas en nuestro país y la sistematización de las existentes en el ámbito cultural.
- Al establecer los modelos de consumo cultural transmitidos por dos televisoras venezolanas a nivel nacional, permite la utilización de esta data para próximos estudios socioculturales referentes a la influencia del consumo cultural en los sujetos sociales. Los estudios que se relacionen con las díadas cultura-comportamiento y cultura-comunicación que se interesen en el consumo cultural y su incidencia en el comportamiento de un grupo (s) social (es).
- Aspira a darle respuestas a algunos comportamientos de los jóvenes frente a la sociedad en la que están inmersos, establecer si sus valores, códigos, patrones y sus modos de vida se encuentran elementos de los modelos de consumo cultural que reflejan en sus comportamientos.
- El principal interés ante el objeto de estudio es indagar lo que nuestros programas televisivos, emitiendo los modelos de consumo cultural, provocan o producen en los jóvenes, entendiendo que el consumo configura sociedades, éstas generan cambios o transformaciones en sus prácticas sociales y por ende en lo cultural y a su vez en la identidad cultural, que se construye a través de los referentes culturales que posee el sujeto. “Indagar lo que la comunicación tiene de intercambio e interacción entre sujetos socialmente contruidos” (Barbero M., citado por Sunkel, 2002, p. 4), es la inquietud que promueve este estudio.

Alcances y limitaciones

Alcances

Se propone un proyecto de investigación que permita conocer cuáles son los modelos de consumo cultural emitidos a través de la programación televisiva de dos canales nacionales: Venevisión y TVes, a los jóvenes con edades comprendidas entre los 15 y 17 años del Municipio Chacao de la Ciudad de Caracas y así mismo la influencia de estos en la construcción de su identidad cultural, que promueva la adecuada utilización de los mensajes que son transmitidos por los medios de comunicación anteriormente mencionados, en pro de la formación de un televidente crítico, y por ende del desarrollo de los jóvenes venezolanos. Este proyecto está destinado a los docentes, adolescentes entre 15 y 17 años de edad y a sus padres, sin menoscabo de ser extendido y aplicado al público en general.

Limitaciones

Toda investigación presenta limitantes, en el caso particular, cuando se intenta realizar una propuesta novedosa. En este caso es necesario destacar algunas de esas limitaciones.

- 1.- La dificultad para obtener información sobre investigaciones similares que pudiesen ser tomadas como referencia, específicamente en lo referente a estudios sobre el análisis de la programación televisiva.
- 2.- Las experiencias en la aplicación de estudios sobre la relación entre el televidente y la programación televisiva son de 9 o más años atrás, y no muestran instrumentos que podrían tomarse como ejemplo en investigaciones subsiguientes.
- 3.- No es sencillo obtener trabajos relacionados con el tema, y la gran mayoría de los que existen se encuentran agotados o son estudios de otros países latinoamericanos que no han llegado a Venezuela.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO
Bases Teóricas

Consumo Cultural

Para García Canclini (1995) el consumo puede ser definido como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos” (pp. 58-59); aún y cuando pudiese ser visto como mera acción sin contenido, para Canclini, tienen una razón de ser. Según Mata, el consumo constituye una práctica sociocultural en la que se configuran modos de vida, “comienza a ser pensado como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales” (Mata citado por Sunkel, 2002, p.3).

Guillermo Sunkel, expone la similitud existente, en varios sentidos, entre Martín Barbero y García Canclini en sus definiciones sobre consumo. En primer lugar, es evidente un punto de convergencia entre ambos autores, en cuanto a que Barbero considerará que:

[...] el consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los *usos* que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales (Barbero citado por Sunkel, 2002, p.3).

Así mismo Sunkel (2002) observa la confluencia en el pensamiento de los autores con respecto a “la dimensión constitutiva del consumo, los procesos de comunicación como espacios de constitución de identidades y de conformación de comunidades” (p. 3).

Al respecto Martín Barbero señala:

[...] yo parto de la idea de que los medios de comunicación no son un puro fenómeno comercial, no son un puro fenómeno de manipulación ideológica, son un fenómeno cultural a través del cual la gente, mucha gente, cada vez más gente, vive la constitución del sentido de su vida. (Barbero citado por Sunkel, 2002, p. 3).

En este sentido en la nueva era *massmediática*, la teoría Hipodérmica, propuesta a finales de los años veinte, con respecto a la influencia ideológica no tiene vigencia, puesto que actualmente los medios de comunicación *no manipulan absolutamente* a los espectadores, son estos últimos quienes deciden sus acciones; sin embargo, estos medios influyen en la configuración de su cultura.

Barbero redimensiona algunos lineamientos de Canclini al plantear que se debe cambiar “el lugar desde el cual se piensan los procesos de la comunicación” (Sunkel, 2002, p. 4) para determinar nuevas formas de interacción entre emisor y receptor.

De lo que se trata [...] es de indagar lo que la comunicación tiene de intercambio e interacción entre sujetos socialmente contruidos, y ubicados en condiciones que son, de parte y parte aunque asimétricamente, producidos y de producción, y por tanto espacio de poder, objeto de disputas, remodelaciones y luchas por la hegemonía. (Barbero citado por Sunkel, 2002, p. 4).

Por su parte, Bisbal (2001) expone otra característica fundamental:

en el consumo cultural están involucrados no sólo el hecho de la apropiación o del *adueñarse*, sino también las variables de los *usos sociales*, la percepción/recepción, el reconocimiento cultural, así como la “construcción” de ciudadanía en sentido de pluralidad, por tanto de concepción democrática de la vida” (p. 32).

Es decir, el consumo configura los sistemas culturales, creando nuevos modos de vida, nuevos códigos y patrones.

Al respecto García Canclini ofrece el siguiente razonamiento:

Si la apropiación de cualquier bien es un acto que distingue simbólicamente, integra y comunica, objetiva los deseos y ritualiza su satisfacción, si decimos que consumir, en suma, sirve para pensar, todos los actos de consumo —y no sólo las relaciones con el arte y el saber— son hechos culturales. ¿Por qué separar, entonces, lo que sucede en conexión con ciertos bienes o actividades y denominarlo consumo cultural? Esta distinción se justifica teórica y metodológicamente debido a la parcial independencia lograda por los campos artísticos e intelectuales en la modernidad (citado por Sunkel, 2002, p. 4).

Para Canclini, en América Latina, desde finales del siglo XIX los espacios de producción cultural (arte, literatura, ciencia) comienzan a obtener cierta autonomía al

independizarse de la subordinación ante las imposiciones religiosas y políticas; esto debido a los cambios acaecidos por los procesos de transformación global de la sociedad y los de circulación y consumo, de este modo se construyen nuevas instituciones para un público nuevo, dando como resultado circuitos independientes para la producción y circulación de los bienes, *cierta democratización*. Entendiendo que estos bienes culturales, ofertados por las industrias o agentes culturales, aún y cuando cuentan con un valor de uso y/o de cambio, son dependientes del valor simbólico.

En palabras de Canclini (1995), el consumo cultural es:

el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica (*ibid.* p. 5). Consumir es hacer más inteligible un mundo donde lo sólido se evapora (p. 64).

Modelos del Consumo Cultural

García Canclini (1993) en su libro *Consumo cultural en México* a través de un estudio multidisciplinario se plantea la dinámica del consumo cultural a través de seis modelos, que son expuestos por Vanesa Rodríguez Breijo y Elsy Torres Luzardo, en su artículo *Caracas en tres cines: una aproximación al estudio del consumo cultural*:

El **primer modelo** de consumo cultural plantea que “el consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital” (Canclini citado por Breijo y Torres, 2003, p. 158), es decir, es perceptible una relación unidireccional entre productores y trabajadores en la cual los primeros, según este planteamiento, son los responsables de establecer una necesidad específica, así son capaces de crear artículos considerados “de primera necesidad” (*ibid.* p. 159).

El **segundo modelo** corresponde a lo planteado por García Canclini (1993) como “el consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social” (citado por Breijo y Torres, 2003, p.159), el modelo anterior es redimensionado por éste, y ya las relaciones de poder no tienen tanto peso, ahora encontramos un “terreno de lucha” (Breijo y Torres, 2003, p. 159) entre los grupos que buscan la obtención del bien o producto social y se concede el valor de uso. Los productores y emisores deben justificarse racionalmente ante los consumidores/receptores, ya no es una labor de mera *seducción* sino de explicación de un por qué elegir determinado producto.

El **tercer modelo** expresa que “el consumo es el” (*ibid.*) “lugar de diferenciación y distinción simbólica entre los grupos” (Canclini citado por Breijo y Torres, 2003, p.159). En la actualidad los esfuerzos de la sociedad por diferenciarse se acentúan, debido a la consolidación del mundo mass-mediático y los procesos de conexión/comunicación/difusión que caracterizan la globalización se hace cada vez más difícil esclarecer distinciones de clases sociales, así las autoras plantean que el valor de uso será el que determinará las posibles diferencias entre los diferentes grupos sociales. En este sentido encontramos otro planteamiento de García Canclini (1995) en su libro *Consumidores y Ciudadanos* que refiere la importancia del conocimiento de los valores simbólicos por parte de otro grupo social, si no existiese la comprensión por parte de éstos no pudiera darse el fenómeno de la diferenciación, en el caso de las clases populares sus diferencias pueden interpretarse como discriminaciones o distinciones, siempre y cuando exista entendimiento del fenómeno por parte de otro grupo social.

Un **cuarto modelo** muestra el consumo cultural “como sistema de integración y comunicación” (*ibid.*), ya no vemos el consumo como elemento de distinción social, sino como unificador de los distintos grupos sociales que comparten los mismos intereses por la adquisición de un bien, aún cuando cada uno le de usos distintos; o que establecen un mismo significado para este.

El **quinto modelo** refleja al consumo como “escenario de objetivación de los deseos” (*ibid.*), en el cual el individuo se siente atraído hacia un bien sin un motivo específico, y se ve en la necesidad de obtenerlo por el simple hecho de satisfacer un deseo.

El **sexto y último modelo**, expone que el consumo es un “proceso ritual” (Canclini citado por Breijo y Torres, 2003, p.160) a través del cual la sociedad determina “mediante acuerdos colectivos los significados que la regulan” (*ibid.*). Por medio del ritual y la utilización de objetos materiales para los mismos se crea un sentido; encontramos así una relación de costo-valor, mientras más costoso sea el objeto mayor será la valoración afectiva del sujeto hacia él (Canclini, 1995, p. 63).

En el entendido que los modelos de consumo cultural son transmitidos a las audiencias a través del mensaje de los programas que son emitidos por la televisión, Guillermo Orozco (2001) en su libro *Televisión, audiencias y educación* plantea que las audiencias son en sí mismas complejas y que a su vez establecen una relación con el medio televisivo en cuatro “dimensiones” (p. 28).

La primera de ellas, corresponde a la *lingüística televisiva* que presenta un lenguaje audio-visual que tiene movilidad y que a su vez deriva en tres sub-lenguajes: lo musical-creativo, la palabra oral y la palabra escrita. Además del lenguaje, esta lingüística presenta una “video-gramática” (*ibid.*), que sigue la secuencia de una historia, así lo expone Ferres parafraseado por Orozco “una nueva gramática, video-gramática que se rige por la lógica del relato, no del discurso” (*ibid.*). Toda esta lingüística embelesada con ayuda de la tecnología y sus efectos especiales.

Esta herramienta permite configurar los códigos con los que se encuentran inmersos los mensajes, a este respecto Orozco establece que estos códigos están enmarcados en las emociones de los sujetos, más que en el plano racional, puede inclusive nublar por instantes la capacidad racional de los sujetos, provocando que aflore sólo el ámbito emocional de la audiencia.

Una segunda dimensión del ámbito televisivo con la que las audiencias se relacionan es la *mediacidad televisiva*, se encuentra subordinada al rating y en la actualidad principalmente al mercadeo aunque sigue estando relacionada con las relaciones de poder políticas. De este modo es posible observar programación televisiva clasificada por géneros que siguen un “flujo de relatos” (*ibid.* p. 29), se configuran escenas dependientes de la publicidad para poder establecer el clímax, los momentos más dramáticos, el desenlace de la escena y del programa, o el tiempo de duración de estos. De esta manera la audiencia, ante una gama de programas que responden a un horario, elige dentro de estas variedades ya fabricadas qué consumir, aunque no sea un producto de “su propia elección” (*ibid.* p. 36).

La tercera dimensión, corresponde a la *tecnicidad televisiva*, se refiere a la tecnología que actualmente configura a un aparato televisivo, tiene grandes alcances, proporciona nuevas dimensiones de las imágenes, se ven tal real que pueden transmitir sensaciones como la de estar en un sitio nunca antes visitado, así como la observación de la realidad de un momento determinado sin estar presente, o vivir realidades ficticias como los programas de ciencia ficción de forma tal que brinda sensación de realidad. Todo esto se logra a través de la percepción de los sujetos, quienes son capaces de comprender los códigos inmersos en la programación y al mismo tiempo entender los diferentes e inmensos datos que se encuentran en la lingüística.

La cuarta y última dimensión, es la *institucionalidad televisiva*, la televisión, en tanto medio de comunicación masivo, se encuentra afectada por las relaciones de poder de una manera directa. Aunque el carácter mercantil está más acentuado que antes, pero jamás

desligado del poder político. En varios países de Latinoamérica surgen los medios de comunicación alternativos y comunitarios como es el caso de Venezuela. Sin embargo no tienen el alcance de una televisora nacional, de transmisión satelital o cable, tampoco configuran una agencia de noticias a nivel mundial como la BBC, CNN, entre otros.

Es evidente en ejemplos como éste el carácter activo/participativo del receptor, en tanto participa, aunque no se de cuenta, en la producción de los programas.

Los programas televisivos pueden llegar a establecer estereotipos, modelos de conducta para cada situación, para Barbero parafraseado por Orozco “las identidades contemporáneas, particularmente reconstituidas a partir de los audiovisual-mediático, son cada vez menos esencialistas y más aglutinadoras o amalgamadoras” (*ibid.* p. 46). A los jóvenes en su mayoría se les atribuye esta identidad cultural, ya que para Canclini (2006), en su libro *diferentes, desiguales y desconectados*, carecen de un sentido histórico y proyección del futuro, viven el presente en toda su expresión, al no poseer principalmente un pasado definido, y al no saber claramente de dónde se proviene es fácil adoptar otra identidad cultural que resulte, podría decirse, más atractiva. Lo preocupante de esta situación, es que muchas veces en lugar de nutrirse de ésta positivamente, así lo plantea Montero (2004) cuando expone que “los sujetos identificados negativamente asumen alienadamente su imagen y en una dinámica reproductora de alienación e ideología, contribuyen a mantener ambas, ajustando su comportamiento a la identidad atribuida. Lo que algunos autores (...) llaman *identidad rendida*” (pp. 80-81).

Identidad cultural

En la conferencia Mundiacult México (1982) la UNESCO establece que:

la identidad cultural de un pueblo se renueva y enriquece en contacto con las tradiciones y valores de los demás. La cultura es diálogo, intercambio de ideas y experiencias, apreciación de otros valores y tradiciones (p. 1).

Según esta definición la identidad cultural corresponde a los valores, costumbres, ideas y experiencias con los que cuentan cada grupo social por herencia y es a través de la cultura que ésta varía, por el intercambio y la interacción entre los diferentes grupos sociales. Más adelante la UNESCO dispone que en la identidad cultural también se encuentra el saber universal, lo que Martín (2003) denomina “Stock Universal” (p. 86). Es

un saber que se genera con los aportes de los grupos sociales, se realizan intercambios entre saberes vividos de los sujetos sociales y el conocimiento intelectual para formar un saber universal, conocimiento propio de la humanidad:

lo universal no puede postularse en abstracto por ninguna cultura en particular, surge de la experiencia de todos los pueblos del mundo, cada uno de los cuales afirma su identidad. Identidad cultural y diversidad cultural son indisociables (ibid. p. 2).

Por su parte Martín Barbero, dice que la identidad es lo que es cada sujeto y no puede existir sin la narración: “(...) necesitamos contar nuestro relato, pues no existe identidad sin narración” (Barbero citado por Piñón, 2004, p. 22).

Gloria Martín refiere que es a través de las representaciones simbólicas (en contradicción u oposición) que los grupos sociales logran establecer el “mundo que les es propio” (Chartier, R. citado por Martín, 2003, p. 81).

Para Canclini (2006) la identidad esta sujeta a la cultura, es en ésta donde cada grupo social constituye su identidad (p.35). Para Piñón (2004) en las actuales ciudades de por si “multiculturales (...) las identidades enmarcan sus demandas de reconocimiento y sentido (...) que nos remiten directamente a la cultura en tanto que mundo del pertenecer a y del compartir con” (p.17)

A la luz de los planteamientos de los diversos autores antes mencionados sobre identidad cultural, ésta se constituye a través de los valores, de los saberes tanto vivenciales como universales, y no puede establecerse sin los modos de expresión, asimismo la identidad cultural conforma las visiones del mundo que tiene cada grupo social para identificar lo propio; y es por medio de la cultura que la identidad cultural se construye.

Para el presente trabajo de investigación será empleado el concepto de lo cultural originario de Morin y releído por Martín (2003) que reúne los elementos antes mencionados. Martín define a lo cultural como “un sistema abierto que hace comunicar, dialogizando, tanto una “zona oscura”, como un saber existencial y un saber constituido, a través de códigos y patrones” (p. 87).

La autora plantea que los elementos de este sistema están interrelacionados, allí se gestan intercambios, contradicciones entre un elemento y otro, es un todo dinámico integrado por cinco componentes, Martín (2003) los clasifica de la siguiente manera: “*una zona oscura nuclear y bioantropocosmológica*” (p. 85, cursivas nuestras), que representa la

cosmogonía, las visiones del mundo que cada cultura tiene, así como las explicaciones de las inquietudes ontológicas por medio de la religión y de la filosofía. Un segundo elemento es *el saber existencial* que corresponde a los modos de vida, los pensamientos y las formas de hablar cotidianas de los sujetos sociales, los aprendizajes transmitidos de generación en generación así como lo atávico de cada persona. El siguiente elemento es *el saber constituido-instituido* o sistematización del saber vivido a través de la experiencia individual o social (...) que se conforma en conexión con el “stock universal” (*ibid.* p. 86, cursivas nuestras), es la unión entre el saber vivido y el saber universal que se transforma en un saber colectivo, el conocimiento obtenido a través de la instrucción y la experiencia. Otro elemento, son *los códigos* que corresponden al lenguaje, a los modos de expresión, y a los “signos y símbolos extralingüísticos” (*Ibid.*) pueden ser abiertos o cerrados. Y el quinto y último elemento, se refiere a *los patrones* que corresponden a las formas de organización social que establecen las instituciones sociales como el estado, la iglesia, entre otras, así como a los deseos y comportamientos de los sujetos sociales que son limitados por estas instituciones.

Como la cultura es dinámica, cambiante y no se encuentra en un estado puro, la identidad cultural también puede configurarse de las interacciones entre los grupos sociales, de incorporar o no nuevos elementos, redimensionar algunos, crear nuevos, o simplemente resistirse a los cambios, Ferguson (2007) establece que “las identidades se construyen en parte a través de la interacción social.” (p. 220). “las identidades (...) siempre se hallan en un estado o bien de construcción, o bien de sometimiento o bien de movimiento.” (*ibid.* p. 206).

Para Chirinos (2000) los jóvenes toman “los componentes culturales de su entorno (...) cada uno de ellos delimitan lo que sería la identidad” (p. 189). Estos componentes son: la familia, los medios de comunicación y la escuela.

Según Martín (2005) la identidad es “un proceso (...) de configuración (...) y (...) de concreción” (p. 77), es un proceso como lo cultural inacabado. Asimismo se encuentra que los procesos de globalización configuran identidades como las locales referentes a un lugar o las “(...) *identidades deslocalizadas o translocales*” (Mato, 2003, p. 33) aquellas que trascienden las fronteras de una nación.

La globalización

Daniel Mato (2000) expone que uno de los elementos comunes del término globalización es la idea de que aquellas restricciones de espacio y tiempo han ido cediendo y ceden, pierden importancia y resultan lo que metafóricamente se denomina “aldea global”, que gira alrededor del aumento de las interconexiones entre los pueblos, sus culturas y sus instituciones. Esto no es algo son algo nuevo, es una tendencia histórica, resultado de procesos sociales en los cuales los actores se forman, transforman, colaboran, entran en conflicto, negocian, etc., que se ha acelerado y se ha hecho más compleja en los últimos años, por lo que Mato dice que vivimos en “tiempos de globalización”.

Asimismo, el autor refiere, que las interconexiones a escala mundial son “multidimensionales” (Agudo y Mato, p.25) porque abarcan el campo cultural, económico, político y tecnológico enlazándose entre si, evidenciando que no pueden estudiarse de forma aislada uno de otro, sino por el contrario reconociendo que son parte de un todo.

Para Agudo y Mato (2000) la globalización vista de manera acabada impide las investigaciones en las prácticas de los sujetos que intervienen en la elaboración de los procesos de cambio inherentes a este fenómeno, ya que este es un proceso inacabado.

Antecedentes

García Canclini (1995) intentó establecer un concepto de consumo que se relacionara con las diversas teorías planteadas por otras disciplinas haciendo especial énfasis en la interconexión entre la apropiación de los bienes y las comunicaciones. El autor plantea que el consumo conlleva un carácter económico que suscita la oferta de los bienes y/o productos; dicho valor económico o de cambio será provisto por el valor de uso de los sujetos sociales. Actualmente los productores deben introducirse de forma racional en el mercado, ya no se basa sólo en el sentir, en los deseos, éstos deben ser razonados (p. 60), así el consumo es parte de “la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad” (*ibid.* p. 61), agrupa y determina, en el sentido que le proporciona al sujeto un objeto que le diferencia de otro grupo social porque puede poseerlo, esto es posible en la medida que otros grupos sociales reconozcan el significado del objeto, así como el valor de uso que se le de. Esto se evidencia en los seis (6) modelos de consumo cultural planteados por el autor.

Canclini establece que el consumo es una acción de obtención colectiva en diversas interacciones sociales y que el valor de cambio es una resultante de éstas y del valor de uso

que se establezca para cada grupo social. Canclini (1995) plantea que el consumo debe estar intrínseco con la ciudadanía, para llegar hasta allí debe haber una reestructuración “del mercado en la sociedad (...) del interés por lo público.” (p. 71). Asimismo el autor hace un estudio sobre consumo cultural en México, en este, entre algunos de los resultados, determina que los grupos populares no se interesan por cine de arte y ensayo, por el teatro, museos de arte por no comprender su simbolismo y por mantener sus grupos sociales, sus valores simbólicos propios. La diferenciación actual entre un grupo elitesco/ hegemónico y uno popular se genera a través de las innovaciones que cada sistema cultural establezca.

Por su parte, Daniel Mato (2003) centra su estudio en la construcción de las identidades culturales por medio de las representaciones simbólicas derivadas de los procesos sociales en América Latina y el caribe, su investigación se centró en la creatividad que emplean los grupos sociales y en los “conflictos de intereses y (...) negocia [ción] y/o contienda, se impone y/o transa al respecto.” (p. 37). Su estudio abarca a las identidades colectivas internas que son conformadas por el mismo grupo. El autor analiza identidades locales, nacionales, supranacionales y étnicas; deconstruye identidades a través de las prácticas sociales, de sus representaciones simbólicas; en este estudio el autor analiza el discurso oral y escrito, reconoce la existencia de elementos que son transmitidos de una generación a otra pero a través del hacer, los sujetos sociales encuentran en el pasado saberes que les ayudan a recrear o a la creación de nuevas representaciones. Una cultura conlleva en si procesos históricos que van cambiando en el tiempo “la construcción de una cultura es un trabajo permanente de *toda* sociedad” (*ibid.* p. 41). Así el autor estudia procesos locales para establecer relaciones de interconexiones a un nivel macro. Reconoce que en la construcción de identidades no sólo participa el grupo social en cuestión sino también los medios de comunicación, las políticas del Estado y la interacción con el otro. (p. 67).

Por otra parte los estudios de García Canclini (1995) refieren que para estudiar la identidad debe tomarse en cuenta el carácter híbrido o multicultural que en ella se encuentra (p. 125). Debido a los procesos de globalización encontramos que se establecen maneras de conservación local y al mismo tiempo diferenciación; sin embargo en la actualidad, según el autor, las identidades se reconstruyen a través de los medios de comunicación y las representaciones artísticas, con la interacción con el otro, es entonces “una coproducción”

(*ibid.* p. 130) que se gesta en los procesos de consumo (producción, circulación y consumo) con desniveles, imperando las relaciones de poder entre los actores sociales.

Ximena Agudo y Daniel Mato (2000) establecen algunas categorías para construir las relaciones entre identidad, lugar y poder, la primera corresponde a “*La Globalización como proceso singular*” (p.38, cursivas nuestras), allí exponen los elementos económicos, tecnológico/comunicacionales que permiten la unión del mundo, donde *lo local* se relaciona con locación, labor y tradición y *lo global* se relaciona con el “espacio, el capital y la historia” (p. 38). Los autores refieren que Canclini plantea la necesaria elaboración de una *identidad global* y por ende de un solo espacio planetario, sin olvidar la existencia de los procesos homogeneizadores, así como esbozan pensamientos de Escobar que afirma que existe un dominio del espacio con respecto al lugar. La segunda categoría propuesta por los autores corresponde a “*la Globalización como énfasis de la existencia de tensiones entre lo múltiple y lo unitario*”, allí se plantea la gran preocupación de las nuevas conciencias sociales, siendo fundamentales los flujos de interconexión entre lo global y lo local.

Agudo y Mato (2000) se centran en las nociones de diversidad y pluralidad de las “prácticas de lugar” (p. 40), llamadas así las prácticas específicas de los actores sociales que se encuentran inmersas dentro de los procesos de cambios de la globalización. Todo esto con el fin de estudiar *las dinámicas de relación* entre los actores sociales para así determinar las relaciones de poder que allí se gestan, a través del estudio de las relaciones entre los actores sociales.

En otro estudio de García Canclini (2006) plantea que la cultura proporciona una identidad, la organiza, existe una relación de producción, circulación y consumo que se dan en varias sociedades, en redes globales, las diferentes culturas se reelaboran con elementos de otras. “En esta época nuestro barrio, nuestra ciudad, nuestra nación son escenarios de identificación, de producción y reproducción cultural” (p. 36).

Para el autor se hace necesario un nuevo concepto de la cultura más abarcador, propone que en la cultura cada grupo organiza su identidad, la cultura es “parte de cualquier producción social, y también de su reproducción (...) la cultura como espacio de reproducción social y organización de las diferencias.” (*ibid.* p. 37). Asimismo otra tendencia de la cultura es vista como un lugar “de confrontación del consenso y la

hegemonía” (*ibid.*) y la cuarta y última tendencia se refiere a la cultura como “dramatización eufemizada de los conflictos sociales” (*ibid.* p. 38).

Por su parte Chirinos (2000) enfoca su estudio de caso en jóvenes de la parroquia de Ciudad Alianza donde analiza los componentes culturales que influyen en la educación de los jóvenes de esta parroquia, expone que muchos jóvenes utilizan como medio de recreación la televisión y sobre todo como compañía cuando realizan sus labores académicas. Los procesos de aprendizaje de los jóvenes son configurados por influencias socioculturales y de elementos de naturaleza tecnológica, los padres de estos jóvenes no se percatan que los medios de comunicación, en este caso la televisión, configuran valores y conductas en sus hijos.

Bases Legales

Cuando se hace referencia a las leyes que dictan las reglas y normas constantes e invariables que rigen un campo específico, puede observarse que en muchas oportunidades no se ajustan a lo que son las verdaderas necesidades de su población, y en otras, parecen hacerlo en la teoría más no en la práctica.

En Venezuela, desde mil novecientos noventa y nueve (1999), año en el que se reelaboró y aprobó la nueva Constitución de La República Bolivariana de Venezuela, han surgido nuevas propuestas y modelos legales en distintas áreas de interés nacional; pero básicamente en el área de las Comunicaciones, es donde ha sido más polémico y problematizado el debate.

Entre algunas de las disposiciones concernientes al manejo de este campo se encuentran las siguientes:

Constitución de La República Bolivariana de Venezuela (1999):

Artículo 57°. Toda persona tiene derecho a expresar libremente sus pensamientos, sus ideas u opiniones a viva voz, por escrito o mediante cualquier otra forma de expresión, y de hacer uso para ello de cualquier medio de comunicación y difusión, sin que pueda establecerse censura. Quien haga uso de este derecho asume plena responsabilidad por lo

expresado. No se permite el anonimato, ni la propaganda de guerra, ni los mensajes discriminatorios, ni los que promuevan la intolerancia religiosa.

Artículo 58°. *La comunicación es libre y plural y comporta los deberes y responsabilidades que indique la ley. Toda persona tiene derecho a la información oportuna, veraz, e imparcial, sin censura, así como a la replica y rectificación cuando se vea afectada directamente por informaciones inexactas o agraviantes. Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a recibir información adecuada para su desarrollo integral.*

Artículo 101°. *El Estado garantizará la emisión, recepción y circulación de la información cultural. Los medios de comunicación tienen el deber de coadyuvar a la difusión de los valores de la tradición popular y la obra de artistas, escritores, compositores, cineastas, científicos y demás creadores culturales del país.*

Artículo 108°. *Los medios de comunicación social, públicos y privados, deben contribuir a la formación ciudadana.*

Bajo esta ideología, el gobierno acordó en crear en el mes de junio del año dos mil (2000), la reforma de la **Ley Orgánica de Telecomunicaciones**, con el fin de garantizar el cumplimiento del derecho de todos los seres humanos a la comunicación y regular la realización de actividades económicas de telecomunicaciones necesarias para lograrlo. Entendiendo por telecomunicaciones cualquier transmisión, emisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza, por hilo, radioelectricidad, medios ópticos, u otros medios electromagnéticos afines (**Ley Orgánica de Telecomunicaciones. Artículo 4°**).

En esta nueva ley el Estado se comprometió, entre otras cosas, a proporcionar mejoras en la calidad de la información que se transmite, mediante sanciones fuertes contra aquellos medios de comunicación que incumplan la ley, que en muchos casos pueden llegar a ocasionar el cierre de un canal o el retiro de la concesión.

Con la misma línea, fue creada en el 2004, la **Ley de Responsabilidad social en Radio y Televisión** (Ley RESORTE), con el propósito de establecer el compromiso social de las emisoras de radio y televisión, tanto en el sector público como privado. Esto incluye a los anunciantes y productores nacionales independientes en la difusión de mensajes, y de todos los usuarios en la recepción de estos, para producir mejoras en la formación de la ciudadanía y por consiguiente colaborar con el desarrollo social, cultural y económico del país (**Artículo 1°**).

Esta ley es, sin duda, la que ha tenido la mayor incidencia en la televisión, y ha obligado a los canales a efectuar cambios en su programación. Definiendo tres bloques horarios específicos: todo usuario, supervisado y adulto, en los que debe transmitirse la programación que entre dentro de cada parámetro propuesto por la ley, que se definirá en base al tipo de contenido de cada programa en lo referente a los elementos de lenguaje, salud, sexo y violencia.

- En el horario *todo usuario*, sólo deben difundirse mensajes que sean aptos y puedan ser vistos por todos los usuarios, incluyendo niños, niñas y adolescentes, en un horario comprendido entre las siete de la mañana y las siete de la noche.
- En el horario *supervisado*, se deben transmitir mensajes que puedan ser presenciados por niños, niñas y adolescentes que se encuentren bajo la supervisión de sus padres, madres, representantes o responsables, entre las siete y las once de la noche.
- En el horario *adulto*, se pueden dirigir mensajes destinados a personas adultas, mayores de edad, que no deberían ser recibidos por niños, niñas y adolescentes, en tiempo estipulado, de once de la noche y las cinco de la madrugada.

Dentro de la programación que se transmita deben existir programas diversos, bien sea de tipo educativo y cultural, informativo, de opinión, los cuales deben contar con un mínimo de difusión de tres horas diarias, recreativo, deportivo, o bien mixto, que contemple dos o más categorías de las anteriormente mencionadas. La presencia de elementos que involucren la producción nacional e independiente, es decir, todo programa que cuente con capital, locaciones, guiones, autores, directores, personal artístico o técnico venezolano y propagación de valores de nuestra cultura, debe estar por encima del sesenta por ciento (por lo menos siete horas de transmisión de producción nacional, dentro de la cual se deben tener cuatro horas de producción nacional independiente durante el horario todo usuario); y esta programación debe ser mostrada con anticipación de manera de poder ser verificada y aprobada por el ente correspondiente, CONATEL, antes de la salida al aire.

Por otro lado, entre cada bloque de sesenta minutos de programación, la publicidad o propaganda no deberá excederse de quince minutos, y todo espacio debe permitir la transmisión gratuita de mensajes informativos, preventivos, educativos o culturales del

Estado, los cuales no excederán en su totalidad de sesenta minutos semanales, ni quince minutos diarios.

Ley Orgánica de Educación

Familia y medio de comunicación

Artículo 10º. *Se promoverá la participación activa de la comunidad y de la familia en el proceso educativo escolar, con el fin de garantizar los fines y funciones de la educación. Un reglamento especial determinará sus alcances y funcionamiento.*

Artículo 11º. *Los medios de comunicación social públicos y privados, están obligados a contribuir con la educación y la formación ciudadana. Los dirigidos por el Estado serán orientados por el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes. El Estado garantizará servicios públicos de radio, televisión, redes de biblioteca y de informática, con el fin de permitir el acceso universal a la información.*

Prohibición de propaganda que inciten al terror, al odio y las deformaciones

Artículo 13º. *Se prohíbe la publicación y divulgación de impresos u otras formas de comunicación social que produzcan terror en los niños, inciten al odio, a la agresividad, la indisciplina, deformen el lenguaje y atenten contra los valores la moral, la ética y las buenas costumbres.*

Educación para toda la vida

Artículo 19º. *La educación constituye un conjunto orgánico, sistémico, estructurado que integra políticas y servicios para garantizar, para toda la vida, la unidad del proceso educativo tanto formal escolar, como no formal y extraescolar, y su continuidad como formación permanente de la persona.*

La educación extraescolar y sus formas

Artículo 57º. *La educación extraescolar está orientada al desarrollo de todo tipo de formación permanente de los venezolanos, a través de formas presenciales y/o a distancia, o con la combinación de ambos, a través del uso de procedimientos y metodologías que permitan la educación a lo largo de toda la vida, de los niños y las niñas, de los jóvenes y las jóvenes, de los hombres y mujeres, con el uso de los medios de información impresos, los radiofónicos, los audiovisuales, telemáticos, computarizados e informáticos, con el enfoque de sociedad pedagógica, donde la sociedad en forma específica, a través de sus organizaciones de la comunidad y, en su conjunto, interviene en el proceso de la educación permanente.*

Ley Orgánica para la Protección del Niño y del Adolescente (LOPNA)

Artículos: 2º, 3º, 4º, 5º, 6º, 7º, 35º, 36º, 43º, 50º, 51º, 53º, 55º, 62º, 63º, 67º, 68º, 69º, 70º, 71º, 72º, 73º, 74º, 75º, 79º, 80º y 81º.

Convención Internacional sobre los Derechos del Niño

Artículos: 1º, 13º, 17º, 19º y 24º.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Naturaleza de la investigación:

El presente estudio comprende una investigación documental, descriptiva y de campo. La investigación documental abarcará el estudio del problema planteado con el fin de acrecentar el conocimiento de su naturaleza, con base en información, trabajos previos y datos provenientes de diversas fuentes.

Así mismo se realizará el análisis descriptivo de la realidad televisiva venezolana de dos (2) canales nacionales: Venevisión y TVes, para la obtención de los modelos de consumo cultural que sus programaciones transmiten, tomando como base los *instrumentos de evaluación para los programas de la televisión* (Hernández, A. Cruz, 1996).

Posteriormente la investigación de campo permitirá realizar un análisis sistemático que permita verificar si el supuesto, a partir del cual surge la investigación, de que los modelos de consumo cultural emitidos a través de los mensajes de la programación televisiva de Venevisión y TVes influyen en la construcción de identidad cultural de los jóvenes entre 15 y 17 años del Municipio Chacao de la ciudad de Caracas, es o no cierta. Esto será posible a través del contacto directo y la utilización de la encuesta como instrumento para conocer las preferencias en cuanto a programación televisiva y los modelos de consumo cultural tomados de las televisoras nacionales Venevisión y TVes por estos jóvenes a los cuales se aplicará el método de encuestas, que luego de su recolección, organización y análisis arrojarán resultados que permitirán diagnosticar los mensajes que consumen los jóvenes del Municipio Chacao de la ciudad de Caracas entre 15 y 17 años de edad y si afectan o no en la construcción de su identidad cultural a través de la formulación de las conclusiones de la presente investigación.

Población y Muestra:

La población seleccionada para la presente investigación son los jóvenes entre 15 y 17 años de edad del Municipio Chacao de la ciudad de Caracas. Para el año 2000 Chacao contaba con 2.925 jóvenes con estas edades, según la publicación del Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Por lo tanto, se tomó esta cifra oficial como base para realizar una sumatoria del 15 % anual, pues se estima que es el crecimiento de la población venezolana en general. La cifra estimada para el año 2007 ha sido calculada en 7.781 jóvenes con edades comprendidas entre los 15 y 17 años. Siendo entonces el universo total de 7.781 jóvenes, será aplicada la siguiente fórmula para poder determinar el tamaño de la muestra. (Ver anexo N° 2).

$$\begin{aligned}
 TM &= \frac{4 \cdot p \cdot q \cdot P}{e^2 \cdot (P-1) + 4 \cdot p \cdot q} & P &= 7.781 \text{ jóvenes} \\
 & & 4 \cdot p \cdot q &= 10.000 \\
 & & e &= 10 \\
 \\
 TM &= \frac{10.000 \cdot 7.781}{10^2 \cdot (7.781 - 1) + 10.000} & TM &= \frac{77.810.000}{100 \cdot 7.780 + 10.000} \\
 \\
 TM &= \frac{77.810.000}{778.000 + 10.000} & TM &= \frac{77.810.000}{788.000} = 98,74 \\
 \\
 TM &= 99 \text{ que será llevado a } 100 & TM &= 100
 \end{aligned}$$

TM = 100 jóvenes con edades comprendidas entre 15 y 17 años que habitan en el Municipio Chacao de la ciudad de Caracas.

Operacionalización de las Variables

Variable Nominal	Variable Operacional	Indicadores
VD: Construcción de la identidad cultural de los jóvenes entre 15 y 17 años	A) Códigos: se refiere al lenguaje, modos de expresión, y a los “signos y símbolos extralingüísticos” (Martín, Gloria, 2003, p. 86) pueden ser abiertos y cerrados. B) Patrones: “modos de organización y canalización de las relaciones prácticas y/o imaginarias que comportan valores” (ibidem) componen las maneras en que se dan las relaciones entre los sujetos sociales y las instituciones del estado o no, como por ejemplo la iglesia, para establecer los valores. C) Saber existencial: comprende a los modos de vida, pensamiento y habla, el hacer diario de los sujetos sociales, lleva implícito el carácter hereditario, generacional e instintivo. D) Saber constituido - instituido: “sistematización de saber vivido a través de la experiencia individual o social (...) se conforman en conexión con el “stock universal” (ibidem). Es la relación que existe entre el saber vivido y el saber intelectual, el conocimiento obtenido a través de la instrucción y la experiencia. E) Zona oscura: son las visiones del mundo de los sujetos sociales, así como la cosmogonía y su sentido teológico.	- Lenguaje verbal (discurso, expresiones, palabras). - No verbal (signos, símbolos, imágenes, referencias visuales). - Valores - Nacionalismo /sentido de la patria - Moralidad - Costumbres - Vivencias - Modos de hablar (utilización de palabras coloquiales, muletillas, palabras que un grupo social determinado comprende). - Maneras de actuar (cotidianamente, ante una situación determinada) - Modos de pensar (ideas, creencias, opiniones). - Educación - Información recibida - Experiencias transmitidas - Paradigmas - Religión - Filosofía - Explicaciones ontológicas

Variable Nominal	Variable Operacional	Indicadores
VI: Modelos de Consumo Cultural emitidos a través de los mensajes de la programación de los canales Venevisión y TVes.	A) Incitación a la violencia	- Física (por medio de agresiones, etc.). - Verbal (insultos, etc.). - Psicológica (extorsión, humillación, menosprecio, manipulación, etc.) - Sexual (relaciones sexuales, besos, desnudos).
	B) Determinación de modos de vida y estereotipos	- Económico (distinción de clases, clase alta o ricos: mejor calidad de vida, obtiene lo que desea, ostenta poder. Clase baja, pobres: sumiso, objeto de burlas, algunos vistos como atávicos, irracionales, primitivos) - Religioso: formas religiosas. - Físico: Belleza (maquillaje, atributos físicos, narcisismo). - Verbal: modos de hablar y en el habla, cómo se expresan los diferentes actores sociales en las diferentes situaciones (vocabulario obsceno).
	C) Valores y Antivalores	- Amor - Amistad - Solidaridad - Egoísmo (individualismo). - Deshonestidad (infidelidad, engaño). - Odio - Irresponsabilidad

A continuación se establecerán dos categorías correspondientes a los estereotipos físicos que pueden presentarse en la programación televisiva, los cuales serán empleados en la exposición de los resultados de la presente investigación.

Canon de belleza actual en la mujer: delgada, con prótesis de senos, blanca, pelo largo y liso, color castaño claro, negro o rubio; ojos oscuros y/o claros, rostros perfilados con rasgos finos, y exceso de maquillaje.

Canon de belleza actual en el hombre: delgado con musculatura definida, blanco, rostro perfilado, y pelo rubio, castaño o negro, con cortes y peinados a la moda (escalonados, pinchos o flequillos en las pollinas).

Diseño de instrumentos

Para la obtención de los modelos de consumo cultural emitidos por cada una de las televisoras como se planteó en los objetivos de la investigación, se utilizaron los *instrumentos de evaluación para los programas de la televisión* (Hernández, 1996) como formato base para la realización las guías de análisis de programación para cada uno de los géneros programáticos presentados por los canales de televisión Venevisión y TVes (ver anexos del N° 4 al N° 14).

Para la recolección de datos en lo referente a las preferencias de los jóvenes entre 15 y 17 años de edad del municipio Chacao de la ciudad de Caracas al momento de ver televisión entre de los canales Venevisión y/o TVes, se elaboró una encuesta de ocho preguntas abiertas, cerradas y compuestas; la #1, #2, #3, #7 y #8 son preguntas cerradas, la #4, #7.2, #8.1 y #8.2 abiertas y la #5, #6, #7.1 son compuestas (abiertas y cerradas), que posteriormente fue aplicada (ver anexo N° 15).

Aplicación de métodos

Se realizó un análisis descriptivo de cada uno de los programas transmitidos por los canales Venevisión y TVes en la semana del 16 al 22 de Enero de 2008.

Para la aplicación de la encuesta se llevaron a cabo los siguientes pasos:

1. Escoger y contactar las escuelas del municipio Chacao de la ciudad de Caracas para que se permitiera la aplicación del instrumento dentro de sus instalaciones.
2. Las escuelas que colaboraron con la presente investigación, fueron: U.E. Sagrado Corazón de Jesús, U.E. Gustavo Herrera, U.E. Colegio María Auxiliadora de Altamira y U.E. Colegio Don Bosco Altamira.
3. A cien encuestados se les explicó el contenido de la encuesta y cómo llenarla antes de su aplicación, así como también se les informó que podían preguntar sobre cualquier duda referente al contenido de la misma.

4. Se les agradeció a la comunidad de cada institución educativa, así como también a los jóvenes encuestados su colaboración para la realización del presente estudio.

Después de haber logrado la ejecución de los métodos que se plantearon para en el presente trabajo de investigación, se procedió a establecer el diagnóstico.

Procesamiento de datos

Se determinaron los modelos de consumo cultural inmersos en la programación transmitida durante la semana del 16 al 22 de Enero de 2008 por los canales Venevisión y TVes, a través de la concreción de la información descrita en las diferentes guías construidas para la observación de los programas por género.

Para obtener la información arrojada por las encuestas aplicadas a los cien jóvenes que conformaron el grupo de estudio, se realizaron procedimientos diversos.

En primer lugar, para la recolección de la información de las preguntas abiertas, se analizó el contenido para establecer los aspectos comunes y no comunes y poder agruparlos. Asimismo, la tabulación de las preguntas cerradas y compuestas se realizó en base a la cantidad de respuestas coincidentes; para las especificaciones de éstas se siguieron los mismos pasos que en el caso de las preguntas abiertas.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS:

En el presente capítulo se expone el resultado de la observación de los programas transmitidos por los canales Venevisión y TVes en la semana del 16 al 22 de Enero de 2008, y el análisis de los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas al grupo de estudio durante la misma semana.

Análisis de los programas transmitidos por los canales:

Se analizaron un total de ciento cinco (105) programas, cincuenta y cuatro (54) que transmitió TVes y (51) Venevisión, durante la semana del 16 al 22 de Enero de 2008.

1. Resultado de la observación de los programas transmitidos por el canal TVes:

Hora	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Lunes	Martes
06:00 a.m.	Himno Nacional						
6:05-6:30	Bloque Informativo (TV regionales)			Memorias venezolanas		Bloque Informativo (TV regionales)	
6:30-7:00	Tae-Tek					Tae-Tek	
7:00-7:30	Espacio vital			Semillita y Pillín	Casas de aquí	Espacio vital	
7:30-8:00							
8:00-8:30	Resumen ABN			La casa de todos	Big sky	Resumen ABN	
8:30-9:00	Encontrarte en TVes					Encontrarte en TVes	
9:00-9:30	Misiones			Súper bebé	Fiestas tradicionales de los andes	Misiones	
9:30-10:00	Escuela del poder comunal			Rastros y rostros	Clásicos infantiles	Escuela del poder comunal	
10:00-10:30	Destinos, sabores y cantares	El mundo del arte	Así es mi país	Vuelo en parapente		Las manos artesanas de Venezuela	Paraíso sin fronteras
10:30-11:00	Pueblo y su gente			Punto cero	Historias deportivas	Pueblo y su gente	
11:00-11:30	La alquimia del chef					La alquimia del chef	

Hora	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Lunes	Martes
11:30-12:00	El chef del pueblo			La historia que cuenta mi pueblo	A toda costa	El chef del pueblo	
12:00 p.m.	Himno Nacional						
12:05-12:30	Bloque Informativo			Querencias	4 ruedas y un morral	Bloque Informativo	
12:30-1:00	Bloque institucional (ABN)				Venezuela sobre tablas	Bloque institucional (ABN)	
1:00-1:30	Grandes miniseries			Resumen Grandes miniseries	Rostros de la ciudad	Grandes miniseries	
1:30-2:00					El saber del pueblo		
2:00-2:30	Sabor gaitero			Lugareños	El mágico mundo del cine	Sabor gaitero	
2:30-3:00				Con calor venezolano			
3:00-3:30	El club del arca			Venezuela paraíso natural	Héroes al rescate	El club del arca	
3:30-4:00	Pecoli			Venezuela infinita		Pecoli	
4:00-4:30	Jackers, las aventuras de Piggly Winks			Miniseries juveniles		Jackers, las aventuras de Piggly Winks	
4:30-5:00	Ballesta - La historia de Guillermo Tell					Ballesta - La historia de Guillermo Tell	
5:00-5:30	Pequeños gigantes			TVes presenta	Cine familiar	Pequeños gigantes	
6:00-6:30	2 en 1 deportivo					2 en 1 deportivo	
6:30-7:00	Béisbol al día				Béisbol al día	Béisbol al día	
7:00-7:30	TVes en deportes				Los niños de Venezuela	TVes en deportes	
7:30-8:00							
8:00-8:30	Venezuel a libre de barreras	Leyenda s del rock	Nuevo sonido de Venezuela	Mundo latino	Caribe son	TVes en concierto	El cine, crónicas de lo posible
8:30-9:00							
9:00-9:30	Resumen ABN			A tu ritmo - Vallenato	TVes en concierto	Resumen ABN	
9:30-10:00	Grandes amores de Latinoamérica					Grandes amores de Latinoamérica	
10:00-10:30	Padre coraje				Domingos de Díaz Rangel	Padre coraje	
10:30-11:00							
11:00-11:30	U paso adelante			Béisbol al día	TVes en cine	Un paso adelante	
11:30-12:00							
12:00 a.m.	Himno Nacional						

Hora	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Lunes	Martes
12:05-12:30	Periodistas			Cine relax	TVes en cine	Periodistas	
12:30-1:00					Cine relax		
1:00-1:30	Big sky			Big sky		Big sky	
1:30-2:00							
2:00-2:30	El pueblo y su gente			Espacio vital	Big sky	El pueblo y su gente	
2:30-3:00	Espacio vital		Espec. Espacio vital			Espacio vital	Espacio vital
3:00-3:30							
3:30-4:00	Destinos, sabores y cantares	El mundo del arte	Así es mi país	Súper bebé	Caribe son	Las manos artesanas de Venezuela	Paraíso sin fronteras
4:00-4:30	Resumen informativo			Vuelo en parapente		El mágico mundo del cine	Resumen informativo
4:30-5:00	Reposición TVes en deportes			Mundo latino	El saber del pueblo		Reposición TVes en deportes
5:00-5:30							
5:30-6:00	El mundo y las ciencias			La historia que cuenta mi pueblo		El mundo y las ciencias	

En el caso de **TVes**, se pudo constatar que, entre un total de 54 programas, ofrece: un 3,70% en dramáticos, 55,55% en variedades, 11,11% en programas infantil-juvenil, 3,70% en noticiero, 9,25% deportes, 7,40% en opinión, y 9,25% en series y películas (ver gráfico # 1).

Análisis de la programación de TVes

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
Dramáticos	Padre Coraje (supervisado)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) Presenta un alto grado de violencia a nivel general, predominando la violencia sexual mediante escenas excesivas de sexo entre los personajes. Seguidamente se puede observar violencia psicológica, a través de reiterativas expresiones de manipulación; violencia física presentada a través de peleas y golpes directos y violencia verbal en repetidos insultos y gritos fuertes. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (baja) Un estereotipo físico que se presenta a través de las actrices con exceso de maquillaje. En el comportamiento sociocultural puede observarse como constante una actitud de rebeldía y engaños. <u>Valores y Antivalores</u> Se observó una mayor incidencia de antivalores (mentira, engaño, venganza, odio, rencor, envidia, irrespeto e irresponsabilidad), y mucha menor proporción los valores (amor y justicia).

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
	Los muchachos de la acera de enfrente (supervisado)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) En rasgos generales presenta un alto grado de violencia, predomina la violencia física con escenas de peleas entre pandillas y psicológica mediante amenazas de muerte entre personajes, seguidamente se encuentra la violencia verbal representada con insultos. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) El estereotipo verbal predomina a través de modismos sifrinos y propaganda política implícita en algunas de las expresiones de los personajes; así como también es mostrado un estereotipo físico de mujeres con exceso cirugías y prótesis de senos. <u>Valores y Antivalores</u> Pueden observarse en igual medida valores (solidaridad, compañerismo y amor) y antivalores (odio, venganza, mentira y rencor).
Variedades, espectáculo, misceláneo o show	La otra mirada (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (baja) Se presenta un estereotipo físico que contempla una vestimenta sobria, propia de un profesor. <u>Valores y Antivalores</u> Se observa un contenido medio de valores (conocimiento, sentido de pertenencia y respeto), y ningún antivalor.
	Caminantes “Frida Kahlo” (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) Un estereotipo de comportamiento sociocultural basado en el sacrificio y la dedicación. <u>Valores y Antivalores</u> Un alto contenido de valores (trabajo, esfuerzo, amor, dedicación, disciplina y respeto) mientras que no se evidencian antivalores.
	Biografías de mi pueblo “Hugo Blanco” (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) Es presentado un estereotipo de comportamiento sociocultural de esfuerzo y dedicación ante las metas propuestas. <u>Valores y Antivalores</u> Prevalecen los valores (nacionalismo, esfuerzo, amor, dedicación y perseverancia), mientras que no se evidencian antivalores.

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
	El mágico mundo del cine (todo usuario / adultos)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media-baja) Un estereotipo físico, de canon de belleza actual de la mujer, representado por la conductora. <u>Valores y Antivalores</u> Se pueden observar valores en grado medio-alto (nacionalismo, apoyo al talento nacional, esfuerzo y dedicación) y ningún antivalor.
	Así es mi país (todo usuario / adultos)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media-baja) Un estereotipo físico, de canon de belleza actual de la mujer a través de la animadora. <u>Valores y Antivalores</u> Se evidencia un grado medio-alto de valores (nacionalismo, sentido de pertenencia y amor por la naturaleza), y no se observan antivalores.
	Lugareños (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) Un estereotipo de comportamiento sociocultural de apego a su comunidad y de trabajo por esta. <u>Valores y Antivalores</u> Se observa alto grado de valores (sentido de pertenencia, nacionalismo, solidaridad, compañerismo, amistad y unión) y ningún antivalor.
	Respeto pa' que te respeten (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (media) Violencia física, mediante las técnicas que la animadora utiliza para "crear conciencia". <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media-alta) Un estereotipo de comportamiento sociocultural que pretende generar conciencia en los venezolanos de manera poco educada y adecuada. Y un estereotipo físico, puesto que la animadora tiene el pelo pintado de color rojizo fuerte. <u>Valores y Antivalores</u> Presenta un contenido medio de valores (conciencia, solidaridad y sentido de pertenencia) y ningún antivalor observado.
	Venezuela infinita (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (media) Violencia verbal, fundamentada en agresiones al sector opositor al gobierno. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media-alta) Un estereotipo de comportamiento sociocultural basado en reiterativos elogios al gobierno. <u>Valores y Antivalores</u> Un grado de valores (trabajo en equipo) por debajo de los antivalores (rencor, desunión y odio).

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
	Fiestas tradicionales de los andes (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media-alta) Un estereotipo de comportamiento sociocultural de lucha por mantener las costumbres y tradiciones. <u>Valores y Antivalores</u> Un contenido medio-alto de valores (nacionalismo, sentido de pertenencia, unión y dedicación) y ningún antivalor.
	A toda costa (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) Estereotipo físico, al presentar el canon de belleza actual de las mujeres; y un estereotipo de comportamiento sociocultural que consiste en exaltar la importancia del turismo para el desarrollo de un país. <u>Valores y Antivalores</u> Fue observado un medio-bajo contenido de valores (solidaridad y respeto por el trabajo de los campesinos y agricultores), y ningún antivalor.
	Los niños de Venezuela (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media-alta) Un estereotipo de comportamiento sociocultural que enaltece el esfuerzo de los niños en sus quehaceres diarios. <u>Valores y Antivalores</u> Un alto contenido de valores (esfuerzo, dedicación, solidaridad, amor por la familia, respeto y responsabilidad) y ningún antivalor evidenciado.
	Apuntes (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> No se evidencia estereotipos. <u>Valores y Antivalores</u> Alto contenido de valores (conocimiento, sabiduría, amor por la naturaleza, responsabilidad, amistad y compañerismo), mientras que no se observan antivalores.
	Rostros de la ciudad (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> No se evidencian estereotipos. <u>Valores y Antivalores</u> Un contenido medio-alto de valores (sentido de pertenencia, unión, solidaridad y amistad) y ningún antivalor.

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
	El chef del pueblo (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media-alta) Un estereotipo de comportamiento sociocultural basado en el carisma y la alegría. <u>Valores y Antivalores</u> Pudo evidenciarse un contenido de valores medio (solidaridad y compañerismo entre colegas y buen trato hacia el prójimo), y no se observaron antivalores.
	La historia que cuenta mi pueblo (todo usuario / adultos)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media-alta) Un estereotipo de comportamiento sociocultural basado en las costumbres. <u>Valores y Antivalores</u> Puede observarse un alto grado de valores (sentido de pertenencia, nacionalismo, respeto, solidaridad, amor y compañerismo), mientras que no se evidencia ningún antivalor.
	El cine, crónica de lo posible (supervisado)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (baja) Se evidencia un estereotipo físico, definido por el animador que lleva vestimenta con colores neutros y el pelo largo y suelto. <u>Valores y Antivalores</u> Se evidencia un grado medio de valores (respeto, valoración al trabajo de los artistas latinoamericanos y estimación), no se observan antivalores.
	Pueblos y su gente (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) Un estereotipo de comportamiento sociocultural que muestra la relación entre un abuelo y su nieto, y el valor del conocimiento con el que cuentan las personas de la tercera edad. <u>Valores y Antivalores</u> Se observan valores (respeto por los mayores, sabiduría y amor), y no se evidencian antivalores.
	La alquimia del chef (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media-baja) Un estereotipo físico que presenta el canon actual de belleza en los hombres. <u>Valores y Antivalores</u> Alto grado de valores (aprecio por la naturaleza, cordialidad, paciencia, dedicación y respeto) y ningún antivalor.

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
	Súper bebé (todo usuario / adultos)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> No se evidencia estereotipos. <u>Valores y Antivalores</u> Se encuentran valores en grado medio (amor, solidaridad y comprensión entre las parejas). Ningún antivalor.
	Venezuela paraíso natural (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (baja) Un estereotipo físico, en la forma de peinar del animador (pinchos), así como también un estereotipo verbal, basado en errores gramaticales. <u>Valores y Antivalores</u> Se presentan en bajo grado valores (nacionalismo y respeto) y ningún antivalor.
	A tu ritmo-Vallenato (supervisado)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (baja) Un estereotipo físico, los “vallenateros” como hombres morenos, de vestimenta peculiar y accesorios llamativos. <u>Valores y Antivalores</u> Se observa un grado medio de valores (solidaridad, compañerismo entre los cantantes y respeto).
	Sones y pasiones (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) No se evidencian estereotipos. <u>Valores y Antivalores</u> Pueden encontrarse valores en un grado medio-alto (sentido de pertenencia, compañerismo y amor por la música), mientras que no se observa ningún antivalor.
	Querencias (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) Un estereotipo físico, presentado en un modo de vestir por parte de los cantantes (jeans, camisas semiabiertas, botas y en algunos casos sombreros). <u>Valores y Antivalores</u> Se observa un grado bajo de valores (nacionalismo y valoración del esfuerzo) y ningún antivalor.

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
	Caribe son (adultos)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (media)</u> Un estereotipo verbal, que se basa en expresiones típicas de la salsa (“¡vaya!”, “reviéntalo”), y un estereotipo físico referente al modo de vestir de los salseros específicamente (ropa llamativa y abundancia de prendas de oro y/o plata). <u>Valores y Antivalores</u> Se observan valores en grado medio (compañerismo entre los músicos, valoración de los géneros musicales latinoamericanos) y ningún antivalor.
	Con calor venezolano (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> No se evidencian estereotipos. <u>Valores y Antivalores</u> Alto contenido de valores (nacionalismo, trabajo en equipo, compañerismo, amor por la música) y no se evidencian antivalores.
	TVes en concierto “Pablo Milanes y Piero” (supervisado)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> No se evidencian estereotipos. <u>Valores y Antivalores</u> Bajo contenido de valores (conocimiento y aprecio por la música latinoamericana) y no se observan antivalores.
	TVes presenta “Concierto tema” (todo usuario / supervisado)	<u>Incitación a la violencia (media)</u> Violencia psicológica, determinada por constantes comentarios que enaltecen el canal TVes, a costa de dar malas referencias de otros canales en reiteradas ocasiones. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (media-alta)</u> Estereotipo físico, definido por vestimenta ajustada y descotada con muchos accesorios, así como también es presentado el canon de belleza actual. <u>Valores y Antivalores</u> Un alto grado de valores (nacionalismo, sentido de pertenencia, unión y compañerismo), muy por encima de los antivalores (rencor).
	Mundo latino (adultos)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (media-alta)</u> Un estereotipo físico referente al modo de vestir de los salseros específicamente (ropa llamativa y abundancia de prendas de oro y/o plata), así como también un estereotipo verbal, que se basa en expresiones típicas de la salsa (“¡vaya!”, “¡reviéntalo!”). <u>Valores y Antivalores</u> Contiene valores en un grado medio (exaltación de la música latinoamericana y respeto), mientras que no se observan antivalores.

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
	Sabor gaitero (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (baja) Puede observarse un comportamiento sociocultural, que se basa en la exaltación de la música zuliana. <u>Valores y Antivalores</u> Pueden encontrarse valores en un grado medio (amor por las tradiciones y conocimiento) y no se observan antivalores.
	Leyendas del rock (supervisado)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) Se evidencia un estereotipo físico, definido por vestimenta y estilo de los años 70 (pelo largo, suelto y ropa blanca, negra o gris). Así como también un estereotipo de comportamiento sociocultural que concibe el rock como una expresión artística “contracultural”. <u>Valores y Antivalores</u> Contiene valores en un grado medio (conocimiento y educación), mientras que no se observan antivalores.
Infantil-juvenil, comics	Pequeños gigantes (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (medio) Se evidencia en las animadoras un estereotipo físico que es criticado por ser utilizado en programas infantiles-juveniles de otros canales (niñas delgadas con pelo liso y pollinas y de rasgos delicados) y estereotipo de comportamiento sociocultural que presenta a las animadoras con posturas preestablecidas de modelo. <u>Valores y Antivalores</u> Contiene un alto grado de valores (responsabilidad, disciplina, dedicación, esfuerzo y amistad.
	Mafalda (diferentes horarios)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (medio) Un estereotipo verbal al presentar expresiones propias de la cultura argentina. Así mismo, transmite manifestaciones de comportamiento sociocultural diversas, entre las cuales destacan: la madre que se dedica al hogar mientras el padre provee el sustento de la familia y la valoración del dinero como medio para obtener la felicidad y en contraposición el personaje principal tiene una visión analítica de su entorno y las problemáticas sociales. <u>Valores y Antivalores</u> Mayor grado de valores (amor, autoestima, compañerismo, constancia, conocimiento) muy por encima de los antivalores (interés y materialismo).

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
	Héroes al rescate (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (medio)</u> Un estereotipo de comportamiento sociocultural que se basa en la colaboración y la solidaridad con la humanidad. <u>Valores y Antivalores</u> Alto contenido de valores (altruismo, valentía, compañerismo solidaridad, colaboración y amor al prójimo) mientras que no se observan antivalores.
	Jakers, las aventuras de Piggly Winks (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (medio)</u> Un estereotipo de comportamiento sociocultural que se basa en la unión y la colaboración, dejando a un lado los intereses individuales, para alcanzar objetivos que benefician a un grupo. <u>Valores y Antivalores</u> Alto contenido de valores (responsabilidad, trabajo en equipo, unión, desprendimiento, compañerismo) mientras que no se observan antivalores.
	Franklin y sus amigos (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (medio)</u> Un estereotipo de comportamiento sociocultural que basa en la valoración de la familia por encima de todo, así como el respeto a los mayores. <u>Valores y Antivalores</u> Alto contenido de valores (amor, compañerismo, solidaridad, amistad, comprensión y respeto) mientras que no se observan antivalores.
	Caillou (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (medio)</u> Un estereotipo de comportamiento sociocultural que basa en la valoración de la familia por encima de todo, así como el respeto a los mayores. <u>Valores y Antivalores</u> Alto contenido de valores (amor, compañerismo, solidaridad, amistad, comprensión y respeto) mientras que no se observan antivalores.
Noticiero	Bloque Informativo (todo usuario / adultos)	<u>Incitación a la violencia (alta)</u> Un alto contenido de violencia psicológica que denigra la labor de políticos opositores al gobierno, ocasionando aversión para con ellos por parte de los espectadores. Así mismo, se observa violencia verbal, en palabras utilizadas por los entrevistados en los avances.

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
		<u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) Un estereotipo verbal que consiste en emplear expresiones a favor del gobierno, apoyándose en mal poner a otras tendencias adversas. <u>Valores y Antivalores</u> Un contenido de valores (sentido de pertenencia), muy por debajo de los antivalores (agresiones, odio, resentimiento).
	Resumen ABN (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) Violencia psicológica, a través de la manipulación para hacer ver al Presidente Hugo Chávez Frías como única persona en el país capaz de dirigir la revolución. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) Un estereotipo verbal, basado en expresiones a favor del gobierno, así como un estereotipo de comportamiento sociocultural de parcialidad ideológica. <u>Valores y Antivalores</u> No se observan valores, mientras que existe un contenido alto de antivalores (irrespeto, odio, desunión y rencor).
Deportes	Tae-Tek (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (Alta) Un estereotipo basado en un comportamiento sociocultural clasista en la apariencia. <u>Valores y Antivalores</u> Se observan valores que enfatizan el bienestar físico alcanzado mediante el ejercicio, el esfuerzo y la dedicación y antivalores relacionados con el culto a la imagen.
	Baloncesto urbano (todo usuario)	<u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) Un estereotipo físico, que se manifiesta fundamentalmente en la publicidad subliminal al llevar ropa deportiva de marcas reconocidas. <u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Valores y Antivalores</u> Se observa un contenido medio de valores (esfuerzo, dedicación y compañerismo) y no se observan antivalores.
	TVes en deportes (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) Un estereotipo físico, que se manifiesta en la vestimenta de los jugadores, con ropa de marcas muy reconocidas. <u>Valores y Antivalores</u> Se observan valores (valoración del esfuerzo y nacionalismo).

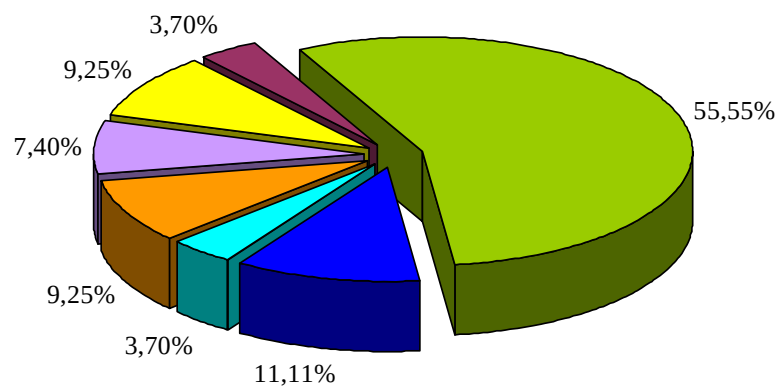
Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
	Béisbol al día (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (Media)</u> Estereotipo verbal, que contempla un incorrecto uso del lenguaje; un estereotipo físico que muestra a los jugadores con accesorios como zarcillos, cadenas, anillos pulseras de oro y plata en un número importante. <u>Valores y Antivalores</u> Se observan en igual medida valores (esfuerzo, dedicación y nacionalismo) y antivalores (ostentación y mala educación).
	2 en 1 deportivo (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (Media)</u> Un estereotipo de comportamiento sociocultural que promueve la dedicación al deporte. <u>Valores y Antivalores</u> Se observa un alto grado de valores (esfuerzo, compañerismo, trabajo en equipo y nacionalismo) y en menor magnitud antivalores (ostentación).
Opinión	Venezuela libre de barreras (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (baja)</u> Un estereotipo de comportamiento sociocultural que presenta la cotidianidad de las personas con discapacidad y el espíritu de lucha ante la vida. <u>Valores y Antivalores</u> Alto de grado de valores (solidaridad, amor, comprensión, compañerismo), no se observan antivalores.
	Espacio vital (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (baja)</u> Un estereotipo físico presentado por la animadora, quien es delgada, rubia, con prótesis de senos y se viste con ropa muy ajustada y escote. <u>Valores y Antivalores</u> Un contenido medio de valores (autoestima y responsabilidad), no se observan antivalores.
	Misiones (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (alta)</u> Un estereotipo verbal, que se basa en buscar opiniones favorables a las misiones gubernamentales, de la mano de un estereotipo de comportamiento sociocultural que obvia las dificultades y problemas para resaltar los logros obtenidos por encima de todo. <u>Valores y Antivalores</u> Similar grado de valores (respeto, solidaridad, valoración del trabajo y esfuerzo) y antivalores (incitación al odio, parcialidad ideológica).

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
	Domingos de Díaz Rangel (supervisado)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) Un estereotipo de comportamiento sociocultural que se basa en intentar mantener la ecuanimidad y objetividad en el tratamiento de los temas. <u>Valores y Antivalores</u> Un alto grado de valores (respeto, equilibrio y objetividad), no se observan antivalores.
Series o películas	Un paso adelante (supervisado)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) Presenta un grado alto de violencia, en el que predomina la violencia verbal que se manifiesta en insultos usuales entre los personajes y violencia psicológica determinada por la degradación del otro. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (baja) Un estereotipo físico se observa a través de la vestimenta de las actrices con ropa muy ajustada y en el comportamiento sociocultural predomina la lucha por destacar. <u>Valores y Antivalores</u> Se observó un balance entre valores (amor, solidaridad y compañerismo) y los antivalores (irrespeto, irresponsabilidad y deshonestidad).
	Ballesta, la historia de Guillermo Tell (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) Presenta un alto grado de violencia, en el que predomina la violencia física manifestada a través de enfrentamientos con armas diversas y violencia verbal en diálogos que incitan a las luchas. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (baja) Estereotipo físico al presentar al protagonista con patrones preestablecidos de el deber ser de un héroe. Se presenta un estereotipo de comportamiento sociocultural basado en el enfrentamiento como medio necesario para lograr alcanzar la justicia. <u>Valores y Antivalores</u> Se observan en igual medida valores (justicia, solidaridad, amistad y altruismo) compañerismo) y antivalores (odio, venganza y guerra).
	Cásper -la primera aventura, Cine familiar (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (baja) Presenta un grado de violencia bajo, puede observarse violencia verbal a través de insultos menores entre los personajes. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (medio) Estereotipo verbal manifestado en expresiones propias de otras culturas (México) y un comportamiento sociocultural que se basa en la unión para alcanzar los objetivos planteados. <u>Valores y Antivalores</u> Contiene un alto contenido de valores (amistad, amor, compañerismo, solidaridad, unión y colaboración).

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
	Miss Marple, Cine relax/ Cine para noctámbulos (todo usuario / adultos)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (baja) Presenta estereotipos físicos de vestimenta maquillaje y accesorios, así como también comportamiento sociocultural propio de la época y el país donde se desarrolla la historia (Inglaterra de los años cincuenta). <u>Valores y Antivalores</u> Un alto grado de transmisión de valores (solidaridad, compañerismo, amistad y colaboración) y en mucho menor grado antivalores (engaño y deshonestidad).
Publicidad y propaganda	Bolívar fuerte	<u>Incitación a la violencia</u> (media) Se observa un grado medio de violencia psicológica, manipulación del sentido de pertenencia con el sistema monetario anterior y su valoración histórica. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> No se evidencia. <u>Valores y Antivalores</u> Se observa el desmerito como antivalor.
	Publicidad del canal	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) Se presenta un estereotipo verbal alto por medio de expresiones, que ofrece mostrar la realidad venezolana desde una perspectiva que se muestra como única verdad. <u>Valores y Antivalores</u> Desunión.
	Jeep	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) Se refleja un comportamiento consumista para la obtención de la felicidad. <u>Valores y Antivalores</u> Se observa el nacionalismo como único valor.

De los programas que fueron establecidos por el canal para ser transmitidos durante la semana de observación, veinte (20) fueron modificados sin previo aviso y cambiados por otros programas nuevos o repetidos bien documentales o enlaces noticiosos con referencia a actividades del gobierno.

Gráfico #1 - Programación TVes



2. Resultado de la observación de los programas transmitidos por el canal Venevisión:

Hora	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Lunes	Martes
06:00 a.m	Himno Nacional						
06:05 06:30	Primer contacto			Al son de Venezuela		Primer contacto	
06:30 07:00	Noticiero Venevisión						
07:00 07:30	Noticiero Venevisión			Alegre despertar	Horizontes de Venezuela	Noticiero Venevisión	
07:30/07:40 08:00	Arquitecto de sueños		Así son las cosas		VIP con Mariana D'Angelo	Arquitecto de sueños	
08:00 08:30			Arquitecto de sueños		Vida Ligera		
08:30 09:00	¿Cuál es la solución?				Alegre despertar	¿Cuál es la solución?	
09:00 09:30							
09:30 10:00	Mujeres con historia y hombres también				Dexiree y sus amigos	Mujeres con historia y hombres también	
10:00 10:30							
10:30 11:00	Portada's			Vamos al cine	Dexiree el ángel de los niños	Portada's	
11:00 11:30				Ahora venimos con todo	Alegre despertar		
11:30 12:00 pm							
12:00 12:30	Noticiero Venevisión			Te ponemos en las buenas	Play ball	Noticiero Venevisión	
12:30 01:00							
01:00 02:00	La hija del mariachi				Juegos del béisbol Round Robín	La hija del mariachi	
02:00 03:00	Pasiones prohibidas					Pasiones prohibidas	
03:00 04:00	Necesito una amiga			Mujeres con historia y hombres también	Películas del domingo	Necesito una amiga	
04:00 06:00	Tardes Felices			Juegos del béisbol			
06:00 07:00							
07:00 08:00	Súper cine acción	El gran navegante	Tardes felices				
08:00 09:00			Cásate y verás		Sálvese quien pueda		
09:00 10:00	Arroz con leche					Arroz con leche	

Hora	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Lunes	Martes
10:00 11:00	Aunque mal paguen				Lo mejor de que locura	Aunque mal paguen	Pasión
11:00 11:35	Pasión				Abducidos	Pasión	
11:35 12:00	Noticiero Venevisión					Noticiero Venevisión	
12:00 a.m.	Himno Nacional						
12:05 12:30	Noticiero Venevisión				Abducidos	Noticiero Venevisión	Noticiero Venevisión
12:30 12:45	Iglesia Universal					Cabocla	Iglesia Universal
12:45 01:00	Cabocla			Oppenheimer presenta			
01:00 01:15	Sos mi vida				Gigantísimo	Cine hasta el amanecer	Cine hasta el amanecer
01:15 01:30				Cabocla			
01:30 01:45					Sos mi vida		
01:45 02:00	Cine hasta el amanecer			Gigantísimo	Cine hasta el amanecer	Cine hasta el amanecer	
02:00 03:00							
03:00 04:00							
04:00 04:15	Noticiero Venevisión (reposición)				Al son de Venezuela	Ritmo, sabor y tierra	
04:15 05:00	Ritmo, sabor y tierra			Al son de Venezuela			
05:00 06:00	Ritmo, sabor y tierra			Al son de Venezuela		Ritmo, sabor y tierra	

Por su parte, **Venevisión**, transmitió 51 programas, discriminados de la siguiente manera: un 15,68% en dramáticos, 31,37% en variedades, 27,45% en programas infantil-juvenil, 3,92% en noticiero, 3,92% deportes, 5,88% en opinión, 3,92% en opinión y 7,84% en series y películas (ver gráfico # 2).

Análisis de la programación de Venevisión

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
Dramáticos	Arroz con leche (supervisado)	<u>Incitación a la violencia</u>(muy alta) Se evidencia un grado excesivo de violencia, en el que predomina la violencia sexual a través de alusiones excesivas al sexo, y la violencia psicológica reflejada en la manipulación y humillación como herramientas coercitivas, y la extorsión. Seguidamente la violencia verbal se manifiesta con insultos reiterativos; y por último la violencia física con golpes hacia la mujer de parte de los hombres, y entre los hombres. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) El estereotipo físico es el que más predomina, presentando en actores el canon de belleza actual en el hombre, vestimenta ejecutiva y casual de moda; en las actrices se establece el canon de la belleza actual en la mujer, accesorios de moda, vestimenta casual y/o ejecutiva

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
		de moda. Seguido del estereotipo verbal, resaltando los modismos sifrinos que predominan en las actrices. En el comportamiento sociocultural resaltan las formas de caminar alusivas a modelos, el materialismo, la superficialidad y la distinción de clases sociales, la homosexualidad, el machismo, la falta de moralidad de la mayoría de los personajes. <u>Valores y Antivalores</u> Se observa una proporción de valores (honestidad, amor y amistad) por debajo de un alto contenido de antivalores (irresponsabilidad, deshonestidad, engaño, infidelidad, narcisismo, irrespeto hacia uno mismo, materialismo).
	Pasiones Prohibidas (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) Se evidencia un alto contenido de violencia en esta novela, resaltando la violencia psicológica por medio del menosprecio, la humillación y la manipulación. Consecutivamente se encuentra la violencia verbal con insultos y gritos, y la violencia sexual con erotismo. Por último se observó la violencia física con agresiones entre los personajes. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) El estereotipo que más destaca es el físico, en los actores se presenta el canon de belleza actual en el hombre, vestimenta ejecutiva y casual, accesorios a la moda; y en las actrices: canon de belleza actual en la mujer, accesorios de moda. El siguiente estereotipo corresponde al comportamiento sociocultural, que refleja el materialismo y la superficialidad, la sifrinería, y la promoción del modo de vida de la clase alta. Finalmente se evidencia un estereotipo verbal a través de la utilización reiterativa de modismos sifrinos. <u>Valores y Antivalores</u> Se observa un contenido bajo de valores (amor, comprensión, solidaridad) en relación a un alto contenido de antivalores (mentira, engaño, egoísmo, avaricia, desconfianza y odio).
	Aunque mal paguen (supervisado)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) Se observa un alto grado de violencia, entre la violencia psicológica presentada a través de la manipulación, humillación y amenazas; violencia sexual en las alusiones directas al sexo y erotismo; la violencia verbal en gritos entre los personajes y la violencia física en peleas. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) Se presenta un estereotipo físico con mayor relevancia, en el caso de las actrices: al canon de belleza actual en la mujer, accesorios sencillos y a la moda, vestimenta informal; en el caso de los actores: presentan el canon de belleza actual para el hombre, accesorios a la moda, y vestimenta informal. El estereotipo referente al comportamiento sociocultural expone el desinterés por la moralidad e importancia de la distinción de las clases sociales. <u>Valores y Antivalores</u> Puede observarse un grado bajo de valores (amor, amistad, solidaridad, constancia y compañerismo) superado por el alto grado de antivalores (infidelidad, deshonestidad, engaño, irrespeto, odio, venganza y rencor).

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
	Necesito una amiga (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) Presenta un grado de violencia alta, en el que predomina la violencia psicológica representada por la humillación y el menosprecio hacia la mujer en las historias que son narradas; así mismo, violencia verbal en gritos entre padres e hijos y peleas entre parejas. Violencia sexual en alusiones al sexo, erotismo. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) Un estereotipo físico predominante en las animadoras que presentan las historias, observándose el canon de belleza actual para la mujer, vestimenta elegante y provocativa con accesorios a la moda. Un estereotipo de comportamiento sociocultural basado en la crítica destructiva, y un estereotipo verbal en el que prevalecen los modismos sifrinós. <u>Valores y Antivalores</u> Se observa un contenido de valores (amor y honestidad) muy por debajo de los antivalores (mentiras, deshonestidad, traición, irrespeto, odio, irresponsabilidad y desconfianza).
	Sos mi vida (adultos)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) Se evidencia un alto grado de violencia, entre violencia verbal, expresada en amenazas, gritos e insultos; violencia psicológica a través de la humillación, manipulación, y menosprecio; violencia sexual representada por alusiones al sexo; y violencia física reflejada en peleas y golpes directos. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) El estereotipo físico se presenta en mayor grado, expresado en las actrices por: el canon de belleza actual en la mujer, vestimenta casual y accesorios a la moda; en los actores se evidencia: el canon de belleza actual para el hombre vestimenta y accesorios ejecutivos. El comportamiento sociocultural está determinado por una actitud ofensiva, impulsiva y/o interesada, con importancia en la distinción de las clases sociales. El estereotipo verbal se refleja en la utilización de modismos sifrinós. <u>Valores y Antivalores</u> Los valores (amor, solidaridad, compañerismo, comprensión y amistad) se encuentran en menor grado en relación al alto grado de antivalores (mentira, engaño, odio, infidelidad, deshonestidad, envidia, narcisismo) observados.
	Cabocla (adultos)	<u>Incitación a la violencia</u> (media-alta) Se observa una incidencia media-alta de violencia, resaltando la violencia verbal, expresada en los insultos fuertes y gritos entre los personajes; violencia psicológica determinada por el miedo infundado en amenazas y maltrato del hombre hacia la mujer, y por último violencia física, en discusiones. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) El estereotipo que más prevalece es el comportamiento sociocultural basado en la impulsividad como mecanismo de agresión al otro, y la astucia con fines estratégicos en el amor y la política; seguido de un estereotipo físico en las actrices, que se refleja en la delgadez, piel blanca y morena, pelos largos, ojos oscuros; y en los actores, por delgadez, robustez, piel blanca y ojos claros y oscuros.

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
		<u>Valores y Antivalores</u> Los valores (amor, fidelidad y comprensión) se encuentran en menor grado en relación al alto grado que se observan de antivalores (odio, deshonestidad, engaños, mentiras e irrespeto).
	La hija del mariachi (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia (alta)</u> Se muestra una violencia media-alta a nivel general, destacándose la violencia psicológica a través de la manipulación y extorsión a costa del sufrimiento del otro; sexual por alusiones al sexo y violencia verbal, por insultos, gritos y lenguaje agresivo, se observó violencia física por medio de peleas. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (media):</u> El estereotipo físico es el que más resalta, a través de: en las actrices, el canon de belleza actual en la mujer, accesorios de mariachi, vestimenta de mariachi y casual; en los actores prevalece el canon de belleza actual en el hombre, vestimenta de mariachi y casual de moda, accesorios de mariachi El comportamiento sociocultural es agresivo, amoroso y egoísta, existe la distinción entre las clases sociales, proponiéndose seguir el modelo de vida correspondiente a la clase alta. <u>Valores y Antivalores</u> Es similar el contenido de valores (amor, amistad, comprensión, solidaridad) y antivalores (infidelidad, odio, venganza, engaño).
	Pasión (adultos)	<u>Incitación a la violencia (alta)</u> Se presenta una violencia en alto grado, predominando la violencia sexual con un explícito y excesivo contenido sexual, seguidamente se observa que la violencia física presenta agresiones en peleas, la violencia psicológica se genera por medio de manipulaciones. Y la violencia verbal es manifestada por gritos. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (media)</u> El comportamiento sociocultural está marcado por una conducta agresiva, egoísta, interesada, irrespetuosa y de víctima. El estereotipo físico transmitido corresponde en actrices al canon de belleza actual pero con peinados del siglo XVII; en los actores corresponde al canon de belleza actual en el hombre pero con peinados de la época. <u>Valores y Antivalores</u> Los valores presentan una menor proporción (amor, amistad, solidaridad) en relación a la mayor proporción que se observan en los antivalores (infidelidad, odio, venganza, engaño, envidia, irrespeto).
Variedades, Espectáculo, Misceláneo o Show	Sábado sensacional (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia (alta)</u> Se observa en este programa un nivel de violencia alta, prevaleciendo la violencia sexual en acciones alusivas al sexo visual y a través de comentarios, erotismo, seguidamente se encuentra la violencia verbal a través de comentarios despectivos.

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
		<u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) El estereotipo destacado es el físico, en las actrices y algunas participantes se expresan en el canon de belleza actual en la mujer, vestimenta y accesorios eróticos, el animador presenta el canon de belleza actual en los hombres, vestimenta y accesorios formales. <u>Valores y Antivalores</u> La obscenidad como antivalor prevalece de formas reiterativas, por encima de la cooperación (único valor observado para este programa).
	Portada's (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) Se presenta un grado de violencia media, predominando la violencia sexual con alusiones sexuales reiterativas en bailes, erotismo, seguida de la violencia verbal expresada en burlas, y la violencia psicológica a través de la humillación. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) El estereotipo que destaca es el físico, las animadoras presentan el canon de belleza actual para la mujer, vestimenta y accesorios de moda; el animador refleja el canon de belleza actual en el hombre, vestimenta y accesorios a la moda. El comportamiento sociocultural es individualista, superficial y narciso. El estereotipo verbal establece modismos sifrinós. <u>Valores y Antivalores</u> En este programa no se observan valores, los antivalores prevalecen (irrespeto, egoísmo, narcisismo, superficialidad).
	Gigantísimo (adultos)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) Se evidencia un nivel alto de violencia para este programa, resaltando la violencia sexual con excesivas, reiterativas alusiones al sexo y al erotismo; seguidamente de la violencia psicológica con la humillación y la verbal por medio de burlas. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) El estereotipo más destacado es el físico caracterizándose en las mujeres por el canon de belleza actual, vestimenta y accesorios eróticos; en los hombres se establece el canon de belleza actual, vestuario provocativo y accesorios de moda. Se observa en el comportamiento sociocultural, obscenidad, materialismo y ridiculización del sujeto. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores obscenidad e irrespeto al otro predominan sobre el valor cooperación.
	Ahora venimos con todo (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (media-alta) Se evidencia un grado de violencia media-alta correspondiente a la violencia sexual por medio de alusiones sexuales de manera reiterativa, erotismo. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) El estereotipo más destacado es el físico, se expresa en la animadora y bailarinas el canon de belleza actual en la mujer; la animadora presenta vestimenta y accesorios a la moda juvenil, en las bailarinas se observa vestimenta y accesorios eróticos.

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
		El programa establece primordialmente un comportamiento obsceno, y secundariamente un comportamiento jovial. <u>Valores y Antivalores</u> El único antivalor observado es la obscenidad que prevalece sobre el único valor percibido, el compañerismo.
	El gran navegante (supervisado)	<u>Incitación a la violencia (alta)</u> El grado de violencia para este programa es alto, establecida en violencia sexual alusión excesiva al sexo, y violencia psicológica a través de la humillación reiterativamente. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (media)</u> El estereotipo destacado es el comportamiento sociocultural expresado en conductas homosexuales, obscenas (heterosexual y homosexual) e irrespeto al otro. El estereotipo físico reflejado por el animador corresponde al canon de belleza actual en los hombres. <u>Valores y Antivalores</u> Se evidencia que los valores (conformismo y cooperación) se presentan en mucho menor grado que los antivalores (narcisismo, desconfianza en si mismo, obscenidad).
	VIP con Mariana D'Angelo (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia (media-baja)</u> En este programa se observa un grado de violencia medio-bajo a través de la violencia psicológica con la manipulación. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (alta)</u> Se establece el estereotipo físico en la mujer a través del canon de belleza actual, con accesorios y vestimenta a la moda. <u>Valores y Antivalores</u> Se observa el valor del amor.
	Te ponemos en las buenas (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia (baja)</u> En este programa se establece un rango de violencia baja, manifestado en la violencia psicológica con el menosprecio. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (alta)</u> El estereotipo físico es el más destacado, en las mujeres se determina por el canon de belleza actual, vestimenta y accesorios a la moda. En el estereotipo verbal se presentan modismos sifrinos. En el comportamiento sociocultural se observa la valoración a la superficialidad en alto grado, comportamiento sifrinos, e incitación al excesivo consumo. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (superficialidad y materialismo) prevalecen sobre el valor amor hacia uno mismo.
	Vamos al cine (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia (media-alta)</u> En este programa la violencia presenta un nivel medio-alto, predominando la violencia sexual en escenas alusivas al sexo; la violencia física expresada en golpes y peleas en escenas de películas; la violencia psicológica a través del menosprecio por parte del animador; y la violencia verbal mediante burlas por parte del animador hacia el público. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos (media)</u> El estereotipo físico en la animadora se establece en el

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
		canon de belleza actual en la mujer, vestimenta y accesorios a la moda juvenil; en el animador se observa en el canon de belleza en el hombre, vestimenta y accesorios a la moda juvenil. Seguido de un comportamiento sociocultural dinámico y espontáneo. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (egoísmo, irresponsabilidad, envidia y odio), tienen mayor incidencia que los valores (amor y compañerismo).
	Sálvese quien pueda (supervisado)	<u>Incitación a la violencia</u> (media-alta) En este programa se observa una violencia media-alta en, la violencia sexual por medio de alusiones al sexo, visual y a través de comentarios, erotismo y violencia verbal mediante las burlas. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) Se establece un estereotipo físico considerable, en las actrices por el canon de belleza actual en la mujer, vestimenta provocativa y accesorios de moda; en los actores se presenta el canon de belleza en el hombre, vestimenta y accesorios de moda. Seguidamente se establece un comportamiento sociocultural narciso, superficial, erótico y la homosexualidad. <u>Valores y Antivalores</u> Se observan los antivalores narcisismo y superficialidad.
	Vida ligera (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (baja) Este programa presenta un grado bajo de violencia, expresa en la violencia sexual mediante consejos eróticos. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (medio-alto) El estereotipo físico es el que prevalece manifestándose, en las mujeres a través del canon de belleza actual, vestimenta y accesorios de la moda deportiva; los hombres presentan un canon de belleza actual, vestimenta y accesorios de la moda deportiva. Se encuentra un comportamiento sociocultural narciso y superficial. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (narcisismo y superficialidad) se destacan por encima de los valores (amor).
	Al son de Venezuela (adultos)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (baja) El estereotipo físico es presentado por la animadora a través del canon de belleza en la mujer, vestimenta casual y accesorios de moda. <u>Valores y Antivalores</u> Se observan únicamente los valores (sentido de pertenencia, nacionalismo y trabajo en equipo).
	Ritmo, sabor y tierra (todo adulto).	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (bajo) El único estereotipo que se presenta es el físico en el animador, mediante el canon de belleza actual en los hombres, y el canon de belleza actual en las cantantes invitadas.

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
		<u>Valores y Antivalores</u> Se presenta únicamente valores (nacionalismo y sentido de pertenencia).
	Horizontes de Venezuela (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia violencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media-baja) Prevalece el estereotipo físico, en la animadora, se evidencia el canon de belleza actual en la mujer. <u>Valores y Antivalores</u> Los valores (nacionalismo y sentido de pertenencia)
	Así son las cosas (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (baja) Se observa el estereotipo verbal a través de las expresiones de la jerga popular venezolana. <u>Valores y Antivalores</u> Se observaron valores (conocimiento de las tradiciones venezolanas) y ningún antivalor.
Infantil-juvenil, comics	Dexiré el ángel de los niños (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (media-alta) Se evidencia una violencia media-alta a nivel general, en el que predomina la violencia sexual a través del erotismo. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media-alta) El estereotipo predominante corresponde al físico, en la animadora se refleja en el canon de belleza actual en la mujer, vestimenta provocativa y accesorios a la moda. El comportamiento sociocultural sensual y superficial. <u>Valores y Antivalores</u> Los valores (amistad) se expresan en menor grado que los antivalores (superficialidad).
	Dexiré y sus amigos (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (media-alta) Este programa presenta un nivel general de violencia medio-alto, prevalece una violencia psicológica en manipulaciones, humillaciones y menosprecio; violencia verbal con insultos y gritos; violencia física por golpes en los comics. Violencia sexual, exceso de sensualidad por parte de la animadora. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (medio) El estereotipo predominante es el físico, en la animadora por el canon de belleza actual en la mujer, accesorios y vestimenta a la moda, provocativa. El comportamiento sociocultural superficial. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (aprovechamiento del otro, egoísmo, irrespeto hacia el otro) se presentan en mayor proporción que los valores (colaboración, compañerismo).

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
	Alégrate (alegre despertar) (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (media-alta) Se presenta un nivel de violencia media-alta, específicamente en, violencia psicológica en invalidaciones, humillaciones y manipulaciones; violencia verbal por medio de insultos y gritos; y violencia física por golpes en los comics. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (bajo) El estereotipo físico presentado corresponde a: en la animadora, a delgadez, pelo liso y largo, vestimenta y a accesorios a la moda infantil. Estereotipo verbal en los modismos siñrinos. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (irrespeto al otro, aprovecharse de otro, egoísmo, individualismo). Prevalecen sobre los valores (colaboración).
	Mansión Foster para amigos imaginarios (alegre despertar) (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (media-alta) Se evidencia una violencia media-alta a nivel general, prevaleciendo la violencia psicológica expresado en manipulación y la humillación; violencia verbal a través de insultos y gritos, y física en golpes. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (medio) Se evidencia un comportamiento sociocultural materialista y agresivo. Un estereotipo verbal con expresiones agresivas. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (irrespeto al otro, aprovecharse de otro, egoísmo e individualismo) se manifiestan en mayor proporción que en los valores (colaboración y cooperación).
	Drupi (tardes felices) (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (media) Se presenta en este programa un nivel de violencia media, desglosada en violencia psicológica en la humillación; violencia verbal por gritos; y la violencia física con intenciones de golpe. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media-baja) Se transmite un estereotipo físico de comportamiento sociocultural agresivo, pasivo y tranquilo. Un estereotipo físico que hace referencia al canon de belleza actual en la mujer. <u>Valores y Antivalores</u> Los valores (honestidad y paciencia) se presentan en igual proporción que los antivalores (deshonestidad y engaño).
	La tostadorcita valiente (alegre despertar) (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (medio) El estereotipo que se observa corresponde al comportamiento sociocultural de ayuda al prójimo, cooperativo y participativo. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (irrespeto al otro, desprecio) se presentan en mucho menor grado que los valores (compañerismo, amor, amistad, solidaridad).

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
	El chavo del 8 animado (tardes felices) (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (media-alta) En este programa se evidencia una violencia general media-alta, manifestado en violencia psicológica en humillación, menosprecio; violencia verbal con burlas e insultos; y violencia física en golpes directos a objetos. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) Se observa un estereotipo de comportamiento sociocultural agresivo y materialista. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (irrespeto al otro, egoísmo, individualismo y materialismo) predominan sobre los valores (compañerismo y solidaridad).
	Los padrinos mágicos (tardes felices y alegre despertar)	<u>Incitación a la violencia</u> (media-alta) Se evidencia que este programa presenta un nivel de violencia medio-alto, siendo predominante la violencia psicológica en humillaciones y menosprecio; violencia verbal por invalidaciones; violencia física con peleas y golpes. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (medio) El estereotipo que prevalece es el comportamiento sociocultural agresivo, narcisista, materialista e individualista. El estereotipo verbal por voz muy aguda y estruendosa, y finalmente físico con el excesivo maquillaje que presentan los personajes femeninos. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (irresponsabilidad, avaricia, mentira, engaño, narcisismo, irrespeto hacia el otro e individualismo) prevalecen sobre los valores (compañerismo).
	Tom y Jerry (tardes felices y alegre despertar) (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (media-alta) Se evidencia el grado medio-alto de violencia a nivel general que presenta este programa, manifestada en violencia psicológica en la humillación; violencia física a través de golpes directos. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (medio) Se observa un estereotipo de comportamiento sociocultural agresivo, de conformidad y de engaños. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (conformismo, engaño, deshonestidad y el aprovecharse de otro). Se presentan en mayor grado que los valores (compañerismo).
Noticiero	Noticiero Venevisión (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (media- alta) Se evidencia un nivel medio-alto de violencia, por medio de la violencia psicológica expresada en la manipulación e incitación a la muerte en las noticias. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) Estereotipo físico reflejado en las mujeres por el canon de belleza actual, vestimenta y accesorios de moda. El estereotipo verbal presenta modismos sifrinis. Comportamiento sociocultural superficial en una de sus secciones (estrenos y estrellas).

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
		<u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (irrespeto a la vida) prevalecen sobre los valores (compañerismo, solidaridad).
	Primer contacto (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) El estereotipo físico que se observa es el físico en la animadora el canon de belleza actual en la mujer, en el animador se evidencia el canon de belleza física actual en el hombre. <u>Valores y Antivalores</u> No se evidencia.
Deportes	Play Ball (horario todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> No se evidencia. <u>Valores y Antivalores</u> Se presentan valores (valoración del béisbol, constancia y esfuerzo) únicamente.
	Juegos del béisbol (todo usuario).	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> No se evidencia. <u>Valores y Antivalores</u> Se presentan valores (valoración del béisbol, esfuerzo, compañerismo, dedicación y amor) únicamente.
Opinión	¿Cuál es la solución? (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (muy alta) Se establece para este programa un grado muy alto en todos los tipos de violencia; la psicológica es manifestada a través de humillaciones, menosprecio, invalidaciones; la violencia física mediante golpes en las peleas; y la violencia verbal se refleja en insultos, agresiones en el tono de voz. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alto) El estereotipo que prevalece es el comportamiento sociocultural excesivamente violento y coercitivo, la denigración de la clase baja; el estereotipo verbal se establece a través del empleo de un lenguaje inapropiado; y por último el estereotipo físico que se transmite mediante los animadores corresponde al canon de belleza actual en el hombre y en la mujer, junto a la vestimenta y accesorios de moda. <u>Valores y Antivalores</u> En este programa solo se observaron antivalores (irrespeto al otro, irresponsabilidad, agresividad, egoísmo, deshonestidad, infidelidad, individualismo, coerción).
	Mujeres con historia y hombres también (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (media-alta) Este programa contiene un grado de violencia media-alta, en el prevalecen la violencia psicológica por medio de la manipulación; violencia verbal en gritos y atropellamiento en el

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
		diálogo; violencia física en peleas. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) El estereotipo referente al comportamiento sociocultural es el más destacado, es expresado por conductas agresivas. El estereotipo verbal se presenta con lenguaje inapropiado. <u>Valores y Antivalores</u> Los valores (amor y solidaridad) inciden en menor grado en relación a los antivalores (odio, egoísmo, irresponsabilidad y el irrespeto).
	Oppenheimer presenta (adultos)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> No se evidencian. <u>Valores y Antivalores</u> Se observan únicamente valores (respeto hacia las diversas opiniones).
Series o películas	Te llegue a querer (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (media) La violencia en este programa presenta un nivel medio exaltándose la violencia psicológica con invalidaciones a otras personas. Seguida de la violencia sexual por medio de la alusión al sexo (semidesnudos, escotes pronunciados); y violencia verbal expresada por comentarios agresivos y discusiones. Por último se evidencia que la violencia física es reflejada por gestos agresivos. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) El estereotipo predominante es el físico, expresado en las actrices por el canon de belleza actual para la mujer, accesorios de moda y vestimenta de moda; y en los actores manifestándose por el canon de belleza actual para el hombre, accesorios de moda y vestimenta a la moda. El comportamiento sociocultural es egoísta, despreocupado. En el estereotipo verbal se evidencian las formas del habla maracucha. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (irrespeto, control del otro, egoísmo, perfeccionismo, invalidación) se presentan en mayor grado que los valores (amor, amistad, compañerismo, constancia).
	Somos tú y yo (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) En este programa predomina una violencia alta, destacándose la violencia sexual con alusiones al sexo en un grado considerable. Seguidamente la violencia psicológica por medio de la manipulación, la extorsión y el engaño. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (muy alta) El estereotipo físico es el más resaltante expresado en: las actrices por el canon de belleza actual, accesorios y vestimenta a la moda juvenil; en los actores se evidencia el canon de belleza actual en el hombre, accesorios y vestimenta a la moda juvenil. El comportamiento sociocultural es reflejado por el individualismo, la superficialidad, por el narcisismo principalmente y gestos sifrinos. El estereotipo verbal se establece por modismos sifrinos de manera muy reiterativa.

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
		<u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (irrespeto, engaño, deprecio, venganza, narcisismo, superficialismo y egoísmo) predominan sobre los valores (amor, amistad, compañerismo).
	Lola érase una vez tardes felices (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) Se observa un grado alto de violencia, predominando la violencia psicológica por medio de la manipulación, menosprecio, extorsión y humillación; y la violencia sexual con alusiones sexuales reiterativas. Consecutivamente se evidencia la violencia verbal a través de insultos. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) El estereotipo físico es el más destacado, en las actrices por el canon de belleza actual en la mujer, accesorios y vestimenta a la moda juvenil; en los actores se presenta el canon de belleza actual en el hombre, vestimenta y accesorios a la moda. El estereotipo de comportamiento sociocultural se refleja en el narcisismo, individualismo, el control hacia los demás, y conflictivo. <u>Valores y Antivalores:</u> Los antivalores (egoísmo, deshonestidad, odio, irresponsabilidad, narcisismo) se presentan en mayor grado que los valores (amor y amistad).
	El chavo (tardes felices) (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (media-alta) El nivel de violencia para este programa es medio-alto, estableciéndose en la violencia psicológica a través de la humillación, manipulación y menosprecio; la violencia verbal por insultos y gritos; y violencia física a través de golpes; todas las violencias de manera reiterativa. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media) El estereotipo verbal es el que predomina a través de expresiones agresivas, mal pronunciamiento de palabras, así como expresiones despectivas. El comportamiento sociocultural es individualista, egoísta, agresivo, se muestra malcriadez en los niños. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (indiferencia, egoísmo, conformismo, intolerancia, coerción) prevalecen sobre los valores (amistad).
	Abducidos (adultos)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) La violencia que se observa en este programa es alta, resaltando la violencia física, con enfrentamientos militares y asesinatos; se manifiesta la violencia psicológica expresada en manipulación y violencia verbal en gritos. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) El estereotipo que se destaca es el comportamiento sociocultural agresivo, creencias sobrenaturales, ansias de poder, tranquilidad y confianza en si mismo. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (engaño, deshonestidad, egoísmo, irrespeto) se presentan en mayor grado que los valores se presentan en menor grado (comprensión, amor y confianza).

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
	El chapulín colorado (tardes felices) (todo usuario)	<u>Incitación a la violencia</u> (media-baja) La violencia a niveles generales se presenta en un rango medio-bajo, en violencia psicológica por medio de manipulaciones y la violencia física expresada en golpes y gritos. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (baja) El estereotipo que destaca es el verbal, por medio de diversas expresiones; seguidamente se presenta un comportamiento sociocultural de ridiculización de la figura del súper héroe. <u>Valores y Antivalores</u> Los valores se muestran en mayor grado (amor, comprensión, solidaridad, unión). Y los antivalores en menor grado (engaño, deshonestidad).
	Ninja americano II (cine hasta el amanecer) (adultos)	<u>Incitación a la violencia</u> (muy alta) En este programa se presenta un excesivo grado de violencia, destacándose la violencia física por medio de golpes y agresiones muy reiterativas; la violencia psicológica expresado en la extorsión, y violencia sexual presentado alusión al sexo en un grado mucho menor a las anteriores. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media-alta) El estereotipo físico se manifiesta el estereotipo del soldado americano ideal. Y el comportamiento sociocultural es muy agresivo, <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (ambición, avaricia, irrespeto, opresión) predominan sobre los valores (solidaridad, compañerismo).
	El smoking (cine ficción) (supervisado)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) En esta película se evidencia un alto grado de violencia, resaltando la violencia física con agresiones y peleas reiterativas; violencia sexual manifestada por las alusiones al sexo, sensualidad reiterativa; y la violencia psicológica en manipulaciones y extorsiones. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media- alta) El estereotipo físico es el más destacado, en las actrices por el canon de belleza actual en la mujer, accesorios a la moda, vestimenta elegante, provocativa y ejecutiva; en los actores trajes formales y accesorios ejecutivos. El comportamiento sociocultural es el agresivo, y destructivo. Se evidencia la distinción de la clase alta y la clase baja. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (infidelidad, avaricia, ambición, individualismo, egoísmo, odio, agresividad) prevalecen sobre los valores se (fidelidad, confianza, constancia, solidaridad, honestidad, amor).
	Ni una palabra (supervisado)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) Este programa presenta un alto grado de violencia en general, destacándose la violencia psicológica por manipulaciones y extorsión, violencia física a través de golpes muy fuertes y severos; violencia verbal manifestándose en insultos y gritos. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (baja) Se evidencia el estereotipo físico en las actrices referentes al canon de belleza actual en la mujer.

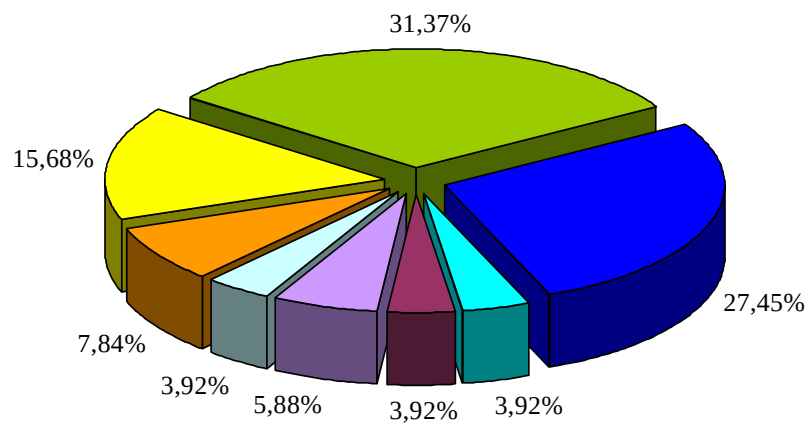
Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
		El comportamiento sociocultural es el engaño y la coerción. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (engaño, odio, irrespeto a la vida) se evidencian en mayor proporción que los valores (amor y constancia).
Humor	Cásate y verás (supervisado)	<u>Incitación a la violencia</u> (muy alta) Se observa un nivel de violencia muy alto para este programa, prevaleciendo la violencia sexual mediante alusiones excesivas al sexo, muy reiterativas, seguidamente se presenta la violencia verbal por medio de groserías. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) El estereotipo que predomina es el físico, en las actrices a través del canon de belleza actual en la mujer, vestuario erótico y provocativo, accesorios de la moda actual; el comportamiento sociocultural es establecido por la obscenidad. <u>Valores y Antivalores</u> Los antivalores (obscenidad, infidelidad, deshonestidad, traición y engaño) son los únicos que se muestran en este programa.
	Que locura (supervisado)	<u>Incitación a la violencia</u> (alta) Se refleja un grado alto de violencia a nivel general, en el que predomina la violencia psicológica expresada por la manipulación y humillación; la violencia verbal por insultos, comentarios agresivos y gritos; violencia física manifestada por las agresiones y golpes en las peleas. Y en mucha menor proporción la violencia sexual a través de comentarios. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (alta) El estereotipo que prevalece es el verbal basado en expresiones de irrespeto y burlas constantes. El comportamiento sociocultural excesivamente irrespetuoso. El estereotipo físico se presenta en menor grado que los anteriores, y se expresa, en los actores y actrices se releja el canon de belleza actual en las mujeres y hombres, con vestuario y accesorios a la moda. <u>Valores y Antivalores</u> Se observan únicamente los antivalores (irrespeto al otro y engaño).
Religioso	Iglesia Universal: Pare de sufrir (adultos)	<u>Incitación a la violencia</u> (media-alta) Este programa presenta un grado de violencia medio-alto mediante la manipulación espiritual del sujeto. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (media-alta) Se evidencia en el comportamiento sociocultural por el fanatismo religioso. <u>Valores y Antivalores</u> Se reflejan únicamente antivalores (engaño, mentira).
Publicidad y propaganda	Perfume Yanbal	<u>Incitación a la violencia</u> (medio) Se presenta la violencia en un grado medio a través de la alusión al sexo y a la sensualidad de manera marcada. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (medio) Se muestra el canon de belleza actual para la mujer, y un

Género del programa	Nombre / Tipo de horario	Análisis del programa
		comportamiento sociocultural que incita a la obtención de un bien para que las mujeres sean deseadas por los hombres. Se presenta un comportamiento sensual y erótico, a través de la utilización del producto. <u>Valores y Antivalores</u> Se observa la obscenidad como antivalor.
	Always (toallas sanitarias)	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (medio) Se muestra el canon de belleza actual para la mujer, y un comportamiento sociocultural que incita a la atracción del sexo masculino a través de la utilización del producto. <u>Valores y Antivalores</u> No se evidencia.
	Nivea body good bye celulitis	<u>Incitación a la violencia</u> (media) Se evidencia la violencia sexual a través de alusiones al sexo. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (medio-alto) Se muestra el canon de belleza actual para la mujer. Se observa un comportamiento sociocultural de culto al cuerpo para sentirse bien a través de la obtención del producto. <u>Valores y Antivalores</u> Se observa la obscenidad y el narcisismo como antivalores.
	New York and company	<u>Incitación a la violencia</u> No se evidencia. <u>Determinación de modos de vida y estereotipos</u> (medio-alto) Se muestra el canon de belleza actual para la mujer a través de la obtención del producto. <u>Valores y Antivalores</u> No se evidencia.

El programa juvenil Somos tú y yo dejó de transmitirse en el año 2007, sin embargo, fue analizado por el alto índice de respuestas por parte de los encuestados con mención a esta serie juvenil.

Asimismo, el programa Sábado Sensacional no fue transmitido durante la semana en que se realizó el análisis de la programación, sin embargo, entró en el análisis por ser un programa de trayectoria y alta mención por parte de los encuestados. El programa Cine ficción no fue transmitido.

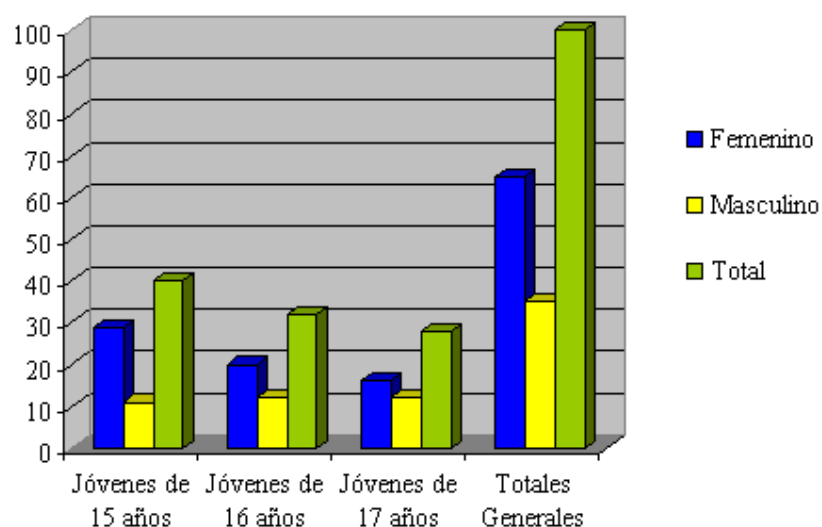
Gráfico #2 - Programación Venevisión



Análisis de los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas al grupo de estudio:

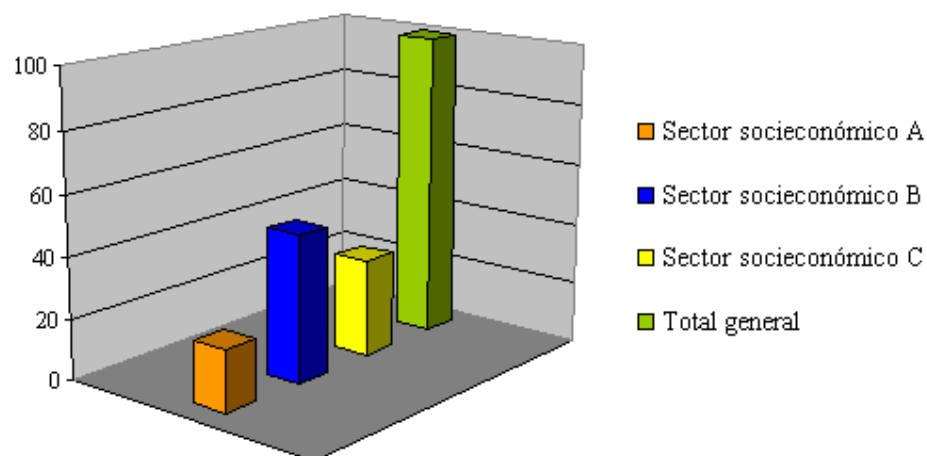
Datos por Edades

	Femenino	Masculino	Total
Jóvenes de 15 años	29	11	40
Jóvenes de 16 años	20	12	32
Jóvenes de 17 años	16	12	28
Totales Generales	65	35	100



Clasificación Socioeconómica General de los Jóvenes Encuestados

Sector socioeconómico A	20
Sector socioeconómico B	48
Sector socioeconómico C	32
Total general	100



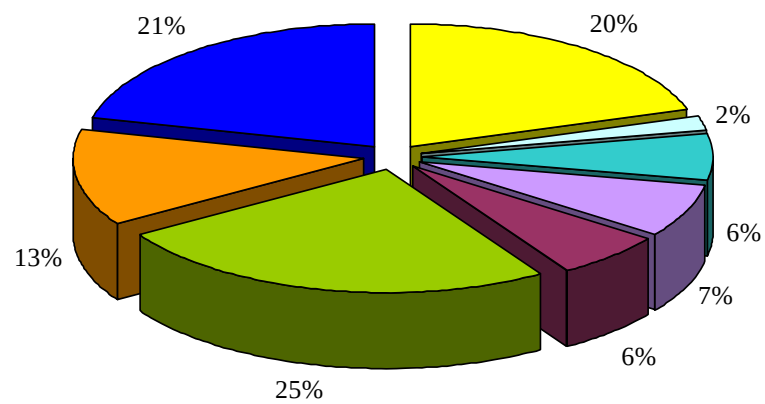
Pregunta #1

¿Qué lo motiva a ver la programación televisiva de los canales Venevisión y/o TVes?

Opciones	Venevisión	TVes	Totales	
	Cantidad	Cantidad	Cantidad	%
A. Disfrutar el programa seleccionado	20		20	20%
B. Buscar información	1	1	2	2%
C. Emplear la programación transmitida como acompañante en momentos de soledad	6		6	6%
D. Conciliar el sueño	5	2	7	7%
E. Relajarse	6		6	6%
F. Cubrir ratos de ocio	25		25	25%
G. Cubrir espacios de tiempo libre por no poder realizar otra actividad	13		13	13%
H. No contestó			21	21%
Totales	76	3	100	100%

De los 100 encuestados, 76 ven Venevisión, 3 TVes y 21 no contestaron. No podría aseverarse por qué no respondieron, sin embargo, la motivación que llevo a los 79 que contestaron esta relacionada con satisfacer la necesidad de recreación e interacción que tiene el hombre, aunque sea con un aparato como lo es la televisión como se plantea en *el mago de la cara de vidrio* de Eduardo Liendo (1980); optando para esto, en su mayoría, por el canal Venevisión

Gráfico pregunta #1



- A. Disfrutar el programa seleccionado
- B. Buscar información
- C. Emplear la programación transmitida como acompañante en momentos de soledad
- D. Conciliar el sueño
- E. Relajarse
- F. Cubrir ratos de ocio
- G. Cubrir espacios de tiempo libre por no poder realizar otra actividad
- H. No contestó

Pregunta #2

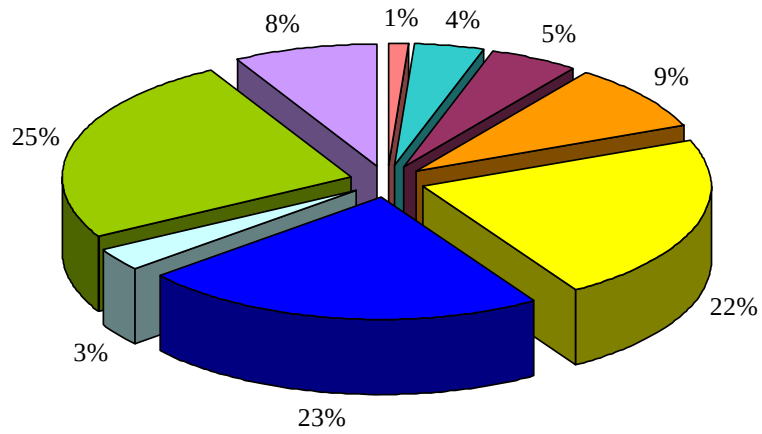
Señale con una X el horario en el que prefiere ver televisión:

Opciones	Venevisión	TVes	Totales	
	Cantidad	Cantidad	Cantidad	%
A. En la mañana (6:00 AM. a 9:00 AM.)	1		1	1%
B. En la mañana (9:00 AM. a 12:00 PM.)	4		4	4%
C. En la tarde (12:00 PM. a 3:00 PM.)	5		5	5%
D. En la tarde (3:00 PM. a 6:00 PM.)	8	1	9	9%
E. En la noche (6:00 PM. a 9:00 PM.)	22		22	22%
F. En la noche (9:00 PM. a 12:00 AM.)	20	3	23	23%
G. En la madrugada (12:00 AM. a 6:00 AM.)	3		3	3%
H. A cualquier hora	25		25	25%
I. No contestó			8	8%
Totales	88	4	100	100%

De los 100 encuestados, 45 prefirieron ver televisión en horas de la noche (espacio durante el cual predomina la transmisión de series juveniles y novelas), posiblemente por ser el tiempo del que disponen para el descanso y la recreación, luego de haber finalizado su jornada diaria. Mientras que a 25 les es indiferente el horario en el que ven televisión.

De igual manera se observa una inclinación marcada por la escogencia de Venevisión (88 encuestados) por encima de TVes (4 encuestados).

Gráfico pregunta #2



- A. En la mañana (6:00 AM. a 9:00 AM.)
- B. En la mañana (9:00 AM. a 12:00 PM.)
- C. En la tarde (12:00 PM. a 3:00 PM.)
- D. En la tarde (3:00 PM. a 6:00 PM.)
- E. En la noche (6:00 PM. a 9:00 PM.)
- F. En la noche (9:00 PM. a 12:00 AM.)
- G. En la madrugada (12:00 AM. a 6:00 AM.)
- H. A cualquier hora
- I. No contestó

Pregunta #3

Indique los programas que más le agrada ver, enumerados en el orden de su preferencia del 1 al 4 respectivamente:

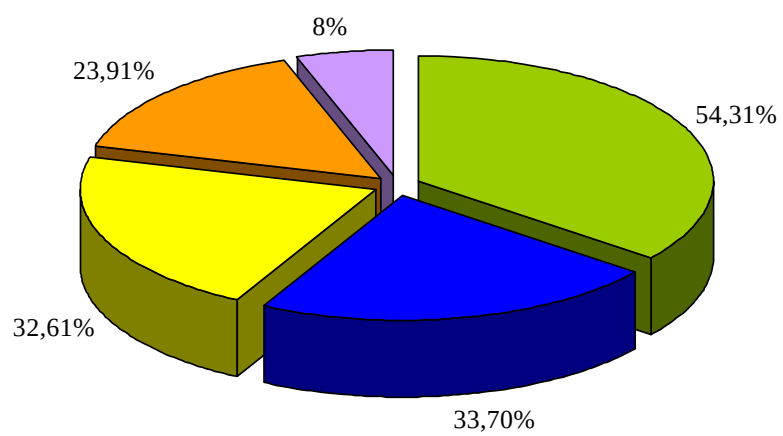
GÉNERO	PROGRAMAS DE VENEVISIÓN	1	2	3	4	TOTAL	% TOTAL
DRAMÁTICOS	Arroz con leche	14	14	9	13	50	54,35
	Pasiones Prohibidas	11	3	6	2	22	23,91
	Sos mi vida	2	2	3	3	10	10,87
	La Hija del Mariachi	1	5	4	0	10	10,87
	Pasión	4	3	1	1	9	9,78
	Necesito una amiga	0	3	5	1	9	9,78
	Aunque Mal Paguen	0	1	0	2	3	3,26
	Cabocla	1	1	0	0	2	2,17
VARIEDADES	Portada`s	11	10	5	5	31	33,70
	Sábado Sensacional	1	5	2	7	15	16,30
	Vamos al cine	0	1	5	4	10	10,87
	Sálvese quién pueda	2	1	1	2	6	6,52
	Arquitecto de Sueños	3	1	1	0	5	5,43
	El Gran Navegante	0	0	0	2	2	2,17
	Al Son de Venezuela	0	1	0	1	2	2,17
	Ahora Venimos con Todo	0	0	1	1	2	2,17
	Gigantísimo	0	0	0	1	1	1,09
INFANTIL - JUVENIL	Tardes Felices	10	5	10	5	30	32,61
	Alegre Despertar	1	1	1	1	4	4,35
NOTICIERO	Noticiero Venevisión	6	2	3	6	17	18,48
DEPORTES	Juegos del Béisbol	2	2	11	1	16	17,39
	Play Ball	0	0	1	3	4	4,35
OPINIÓN	¿Cuál es la solución?	5	5	3	4	17	18,48
	Mujeres con historia y hombres también	4	6	5	0	15	16,30
	Primer Contacto	0	0	1	1	2	2,17
	Openhaimeer presenta	0	0	1	0	1	1,09

GÉNERO	PROGRAMAS DE VENEVISIÓN	1	2	3	4	TOTAL	% TOTAL
HUMOR	Qué locura	2	10	2	2	16	17,39
	Cásate y Verás	1	0	1	3	5	5,43
PELÍCULAS Y SERIES	Películas del domingo	1	2	4	7	14	15,22
	Súper Cine ficción	5	3	1	0	9	9,78
	Series del domingo	1	1	2	0	4	4,35
	Cine para adultos	0	0	2	2	4	4,35

GÉNERO	PROGRAMAS DE TVes	1	2	3	4	TOTAL	% TOTAL
DRAMÁTICOS	Padre Coraje	0	1	2	0	3	25
VARIEDADES	TVes en Concierto	1	0	0	0	1	8,33
	El saber del pueblo	1	0	0	0	1	8,33
NOTICIERO	Bloque institucional	0	1	0	0	1	8,33
DEPORTES	TVes en Deportes	0	1	0	4	5	41,67
	Tae-Tek	0	0	0	1	1	8,33
	2 en 1 deportivo	0	0	1	0	1	8,33
	Béisbol al día	0	0	0	1	1	8,33
	A tu ritmo	0	0	0	1	1	8,33
OPINIÓN	Domingos de Díaz Rangel	0	1	0	0	1	8,33
SERIES Y PELÍCULAS	Un paso adelante	0	0	0	2	2	16,67
	Cine relax	0	0	0	1	1	8,33

	Cantidad	%
No contestaron	8	8%

Gráfico I pregunta #3



- Arroz con leche
- Portada's
- Tardes Felices
- Pasiones Prohibidas
- No conrtestó

Gráfico II pregunta #3 - Venevisión

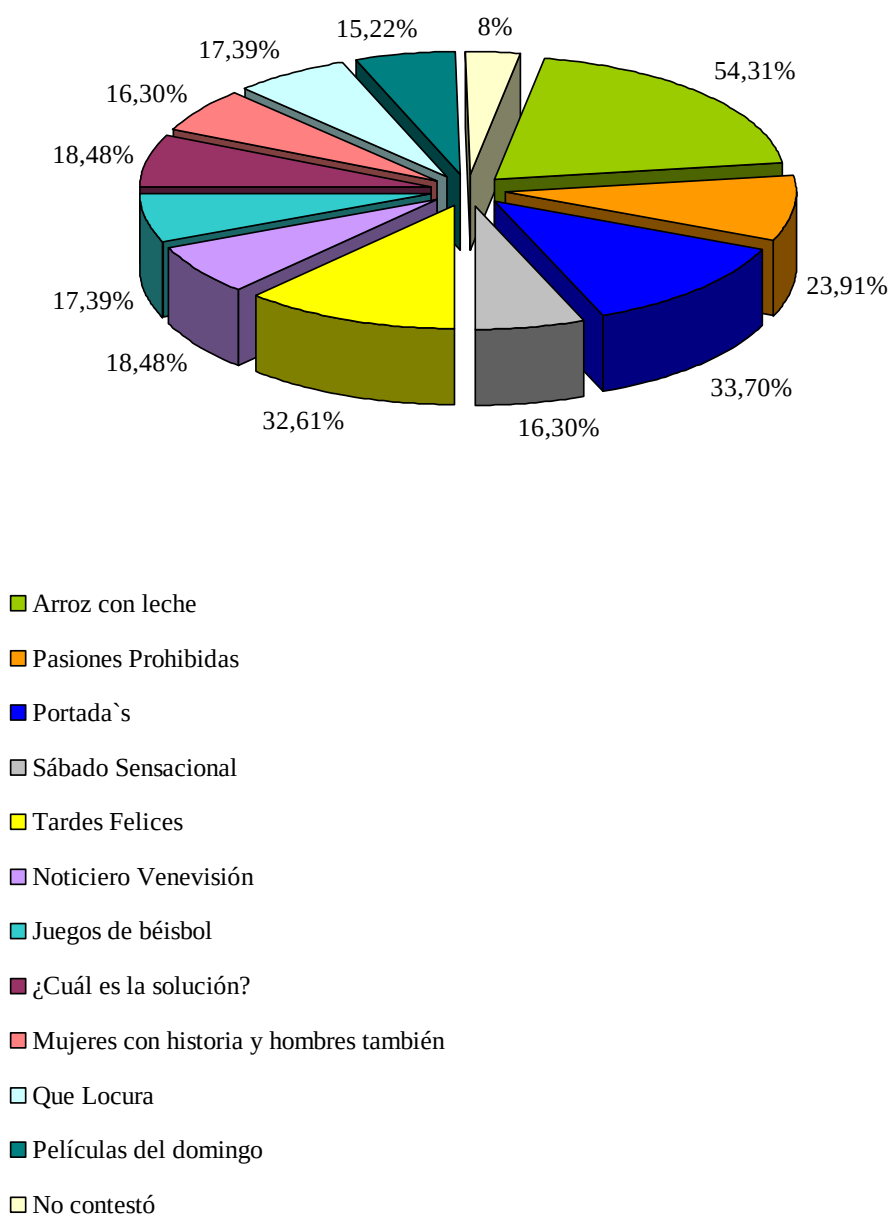
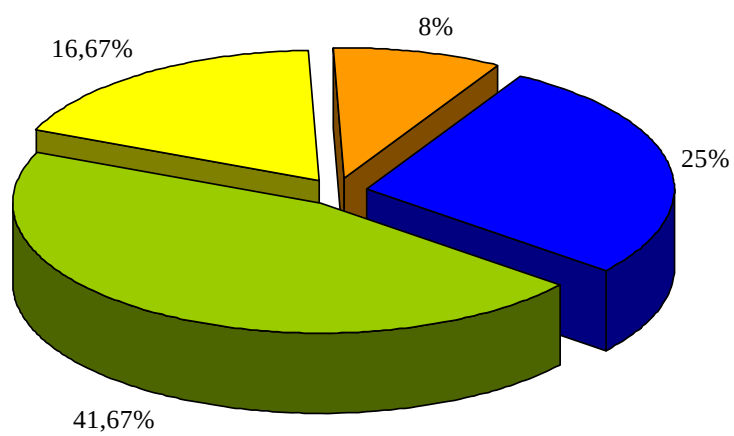


Gráfico III pregunta #3 - TVes



- Padre Coraje
- TVes en deportes
- Un paso adelante
- No contestó

Pregunta #4

Explique por qué:

VENEVISIÓN					
Género	Programa	Valoración	Cantidad	Cantidad General	% Total
DRAMÁTICOS	Arroz con Leche	Me parece una Novela muy divertida, me entretiene	13	50	54,95
		Me gusta la trama de la Novela	13		
		Aprendo porque tiene mucho parecido con la vida real	5		
		Me gusta el protagonista	2		
		Están los artistas más conocidos	2		
		Es interesante	2		
		Por las actrices	1		
		Es romántica	1		
		Me encantan los culebrones	1		
		La mayoría de los actores eran de RCTV y me gustan	1		
		Me gusta ver cómo pelean	1		
		Descanso	1		
		Interés por ser venezolana	1		
		Es para todo público	1		
		Forma de vestir de los actores	1		
		No da razón	4		
	Pasiones Prohibidas	Original y divertida, muy buena	7	22	24,18
		Me gusta y me entretiene	6		
		Es una mezcla de drama y romance	2		
		Tiene misterios	1		
		Me gustan los protagonistas	1		
		Para ver algo mientras estoy almorzando	1		
		Algunas veces refleja la realidad	1		
		Es muy entretenida y muestra todos los problemas de la vida actual	1		
		No da razón	2		
	Sos mi Vida	Me divierte, es cómica	4	10	10,99
		Es muy buena	1		
		Me gustan cómo hablan argentino y es súper divertida	1		
		Es divertida e interesante	1		
		Me gustan las Novelas	1		
		Para desestresarme	1		
		No da razón	1		

Género	Programa	Valoración	Cantidad	Cantidad General	% Total
DRAMÁTICOS	La Hija del Mariachi	Es muy buena, y son bellos los actores	4	10	10,99
		Me relajo	1		
		Es divertida	1		
		Por las canciones	1		
		Me gustan las novelas colombianas	1		
		Me llama la atención	1		
		Cuando no tengo clases me entretengo viéndola	1		
	Pasión	Es interesante por conocer cómo eran esas épocas	5	9	9,89
		Es un programa entretenido	1		
		Me gustan las Novelas mexicanas	1		
		Demuestran la sinceridad y el respeto de la pareja	1		
		No da razón	1		
	Necesito una amiga	Me gusta escuchar las historias de diferentes casos de la realidad	4	9	9,89
		Para ver los problemas de los demás y las soluciones	1		
		Matar el ocio	1		
		Me gusta, aunque no lo veo muy seguido	1		
		Me gusta porque siempre cuentan cosas chéveres	1		
		No da razón	1		
	Aunque mal paguen	Es divertida y diferente	1	3	3,30
		Entre el cura y la prostituta no existen barreras para sus sentimientos	1		
		Es interesante	1		
	Cabocla	Por la época que evoca la Novela	1	2	2,20
		Las Novelas brasileras se desarrollan muy bien	1		
VARIEDADES	Portada's	Por sus variedades: música, recetas, artistas, invitados especiales, etc.	9	31	34,07
		Es muy divertido y entretenido	7		
		Es lo mejor de la mañana, empiezas bien	3		
		Para pasar el tiempo cuando no tengo nada qué hacer	3		
		Es un buen programa	1		
		Dan a conocer la ropa y los accesorios de moda	1		
		Pasan cosas interesantes	1		
		Me enteró de los chismes de la farándula	1		
		Me encanta el animador	1		
		Por sus animadoras	1		
		Me informo de diversos temas de la vida	1		
		Es distinto	1		
		No da razón	1		

Género	Programa	Valoración	Cantidad	Cantidad General	% Total
VARIEDADES	Sábado Sensacional	Me entretiene	6	16	17,58
		Po los cantantes invitados	2		
		Me gusta, es chévere	2		
		Critico a la gente que va	1		
		Por ver algo los sábados	1		
		Por el precipicio y la guerra de los sexos	1		
		Porque sí	1		
		No da razón	1		
	Vamos al Cine	Me informo de las películas que están en el cine	3	10	10,99
		Me entretiene	3		
		Por la animación del programa	1		
		Soy aficionado al cine	1		
		Pasan películas buenas	1		
		No da razón	1		
	Sálvese quién pueda	Me entero de lo que pasa con la farándula	2	6	6,59
		Son entretenidas las bromas y chistes que hacen	1		
		Me entretiene	1		
		Me gusta	1		
		No da razón	1		
	Arquitecto de sueños	Me gusta saber sobre el futuro, mi signo y la suerte	3	4	4,40
		Me gustan los signos, todo lo relacionado con el estudio de esta materia	1		
		Para pasar el tiempo	1		
	El gran Navegante	Participan colegios	1	2	2,20
		Para entretenimiento, aprendo algunas cosas	1		
	Al Son de Venezuela	Es el único canal que pasa música venezolana	1	2	2,20
		Saber de Venezuela	1		
	Gigantísimo	Es un programa internacional muy bueno	1	1	1,10
INFANTIL - JUVENIL	Tardes Felices	Me entretienen las comiquitas	11	30	32,97
		Me hace reír	6		
		Me gusta ver <i>Lola érase una vez</i>	3		
		Me gusta El Chavo	3		
		La variedad de programas	2		
		Me gusta	1		
		Relaja	1		
		Por el entretenimiento que ofrecen a los niños en las tardes	1		
		No da razón	2		
	Alegre despertar	Por las series cómicas animadas que pasan	2	4	4,40
		Me entretiene y divierte	1		
		Me gusta	1		

Género	Programa	Valoración	Cantidad	Cantidad General	% Total
NOTICIERO	Noticiero Venevisión	Me mantiene informado de la situación del país	9	17	18,68
		Me gusta informarme sobre lo que pasa en el Mundo	2		
		Me educa	1		
		Me quedo dormida viéndolo	1		
		Me gusta la noticia	1		
		Son entretenidos	1		
		No da razón	2		
DEPORTES	Béisbol	Me gusta ese deporte	8	16	18
		Pasan todos los resúmenes de los partidos	2		
		Es emocionante	1		
		Es la tradición y pasión, me gusta	1		
		Entretenerme un rato	1		
		Es un programa educativo	1		
		Por sus estrellas	1		
		No da razón	1		
	Play Ball	Me gusta el Béisbol	2	4	4,40
		Para actualizarme en el Béisbol	1		
		Aportan información	1		
OPINIÓN	¿Cuál es la solución?	Ayuda a solucionar los problemas de las personas	6	17	18,68
		Para aprender cómo se resuelven los problemas	3		
		Me llaman la atención esos problemas	2		
		Me da risa	1		
		Es chistoso ver cómo la gente resuelve sus problemas	1		
		Me gusta verlo en la mañana cuando me paro	1		
		Es muy emocionante y diferente	1		
		Me da demasiada risa los problemas de la vida real	1		
		No da razón	1		
	Mujeres con Historia	Ayudan a las personas que de verdad lo necesitan	4	15	16,48
		Me entretiene ver las discusiones de las personas	2		
		Refleja problemas de la realidad social venezolana	2		
		Para pasar el tiempo	2		
		Se aprenden cosas de la vida	1		
		Enseñan a resolver los problemas	1		
		La animadora es divertida y pasan los signos	1		
		Veo los casos de mujeres infelices y me alegro más de la vida	1		
		Es lo único que me gusta en la mañana	1		

Género	Programa	Valoración	Cantidad	Cantidad General	% Total
OPINIÓN	Primer Contacto	Me gusta informarme de cómo está el país	1	2	2,20
		Es bueno, y las animadoras están bien	1		
	Oppenheimer Presenta	Presentan diversos temas de gran importancia para mí	1	1	1,10
HUMOR	Qué Locura	Es cómico y divertido	6	16	17,58
		Me causa risa ¡el inspector es lo máximo!	5		
		Desestresa	3		
		Hacen bromas a la gente	1		
		En ocasiones es estúpido	1		
	Cásate y Verás	Causa risa	4	5	5,49
		Lo veo cuando no tengo mucho qué hacer	1		
SERIES Y PELÍCULAS	Películas	Me gusta ver películas	3	14	15,38
		Para pasar el tiempo	3		
		Para distraerme	1		
		Es un programa interesante	1		
		Para estar el fin de semana en la casa	1		
		Depende de la película	1		
		Pasan películas a veces en estreno	1		
		No da razón	3		
	Cine Ficción	Pasan películas buenas	3	9	9,89
		Me gusta ver la acción de las películas	3		
		Me entretiene	1		
		Me relaja	1		
		Pasan películas para el ocio	1		
SERIES Y PELÍCULAS	Serie del Domingo	Para entretenerme	1	4	4,40
		Son buenas	1		
		Para dormir	1		
		No da razón	1		
	Cine para adultos	Me entretiene	3	4	4,40
		Me llaman la atención	1		

TVes					
Género	Programa	Valoración	Cantidad	Cantidad General	% Total
DRAMÁTICOS	Padre Coraje	Para conciliar el sueño	2	3	25
		Lo ve mi mamá y me acostumbre a verlo	1		
VARIEDADES	TVes en Concierto	Pasan buena música	1	1	8
	El saber del pueblo	Indica lo que somos, como pueblo sabemos	1	1	8

Género	Programa	Valoración	Cantidad	Cantidad General	% Total
NOTICIERO	Bloque Institucional	Dan Basket, y sirve de aprendizaje	1	1	8
DEPORTES	TVes en Deportes	Pasan noticias deportivas	3	5	41,67
		Pasan juegos de otro de mis deportes favoritos	1		
		Dan Basket, y sirve de aprendizaje	1		
	Tae-Tek	Hago la rutina de ejercicios	1	2	17
	2 en 1 Deportivo	Recopilación de deportes	1	1	8
	Béisbol al día	Los juegos de la LVBP	1	1	8
	A tu ritmo	Me encanta lo que pasan	1	1	8
OPINIÓN	Domingos de Díaz Rangel	Es un programa de opinión de las noticias actuales	1	1	8
SERIES Y PELÍCULAS	Un paso adelante	Se trata de una escuela de actuación, baile, etc.	1	2	17
		Causa risa cómo hacen el ridículo	1		
	Cine Relax	Relaja	1	1	8

	Cantidad	%
No contestaron	9	9%

En la pregunta #3, de los 100 encuestados, 92 contestaron correctamente haciendo referencia a programas de Venevisión y 12 a programas de TVes, y 8 no contestaron. En la pregunta #4, 91 encuestados contestaron el por qué de su escogencia por programas de Venevisión en la pregunta anterior, 12 el por qué de su elección por programas de TVes, y 9 no contestaron.

En lo referente a Venevisión, en el género *dramáticos*, los encuestados refieren que les gusta por la trama, se podría decir que por la forma como es desarrollada la novela les genera recreación, distracción y relajación. Por otra parte se identifican con las situaciones que son presentadas; de allí que atraiga su atención las soluciones que se plantean para cada realidad. Otro elemento que les atrae son los artistas que están en las novelas, podría ser por su identificación con ellos desde diversos ámbitos como el comportamiento sociocultural.

Para el género *variedades*, los encuestados en líneas generales ven los programas que allí se transmiten porque los entretiene y les es divertido, para pasar sus ratos de ocio, por los diversos temas tratados, porque aprenden cosas de la vida, por los animadores. Estos programas transmiten el estereotipo físico correspondiente al canon de belleza actual en la mujer y en el hombre, de esta manera se refleja que a los jóvenes encuestados les agrada dicho estereotipo. Podría decirse que ese aprender de la vida vendría relacionado igual que en el género anterior, con la identificación de situaciones correspondientes a la realidad. Posiblemente buscan un parecido con los animadores para verse físicamente “bien”, y ser aceptado por un sector de la sociedad regida por la superficialidad, el individualismo, y la arrogancia.

En el género *infantil-juvenil* los comics captan su atención; estos transmiten un grado de violencia medio-alto, así como en su mayoría comportamientos socioculturales agresivos y negativos, así como también una amplia gama de antivalores. Otro aspecto por el cual les agradan, son las series que allí se transmiten, éstas igualmente presentan violencia, predominancia de antivalores y comportamientos socioculturales que reflejan aspectos despectivos del hombre.

Para el género *noticiero* presenta la necesidad de estar informado de los encuestados. En el género *deportes* se refleja la pasión por el béisbol de la mayoría de los venezolanos.

Los encuestados exponen en el género *opinión*, que los problemas de la realidad que son tratados en estos programas pertenecen a la venezolana, creen que las soluciones planteadas allí son las más acertadas. Sin embargo la mayoría de los programas de este género realmente no plantean salidas que verdaderamente resuelvan el conflicto, no utilizan el diálogo para la mediación.. Los jóvenes encuestados buscan referentes en estos programas para la resolución de situaciones que les puedan estar ocurriendo o les puedan suceder.

En el género *humor* las opiniones giran entorno a la risa y la liberación de estrés. Estos programas emplean recursos como la ridiculización e irrespeto al otro para hacer reír a las personas. Para el género *series y películas* los encuestados expresan que son interesantes, entretenidas, les proporcionan relajación; son películas en las que predomina el suspenso, la comedia y acción. Predomina la violencia física en un alto grado, es un contenido al que se acostumbran a ver y les parece relajante.

En el caso de TVes, el género *dramáticos*, los encuestados expresan que lo ven para conciliar el sueño o por costumbre aprendida de su madre, lo que quiere decir que para

relajarse en la noche observan un programa con alto contenido de violencia y antivalores; del género variedades les gusta buena música, ya que este género en su mayoría transmite musicales o documentales con referencia a. El noticiero por las noticias deportiva; los deportes porque en su mayoría pasan de las actividades que les gustan. Opinión por emitir un programa de opinión actual, y series y películas porque los entretiene y relaja, una vez más un contenido medianamente alto de violencia, estereotipos y valores y antivalores.

Pregunta #5

¿En algunos de los programas de Venevisión y/o TVes ha observado: Violencia Física (VF), Violencia Verbal (VB), Violencia Psicológica (VP) y/o Violencia Sexual (VS)?

VENEVISIÓN								
Género	Programa	Nº de observadores	TV	Actor	Actriz	Animador(a)	Cantidades Generales	% General de Violencia
DRAMÁTICOS	Arroz con Leche	26	VF	10	6		16	29,89
			VV	11	11		22	
			VP	7	7		14	
			VS	12	7		19	
	Pasiones Prohibidas	23	VF	10	9		19	26,44
			VV	11	7		18	
			VP	8	8		16	
			VS	5	6		11	
	Aunque mal paguen	22	VF	9	6		15	25,29
			VV	8	6		14	
			VP	5	4		9	
			VS	10	5		15	
	Necesito una amiga	15	VF	5	4		9	17,24
			VV	4	3		7	
			VP	5	5		10	
			VS	4	1		5	
	La hija del Mariachi	9	VF	6			6	10,34
			VV	3	4		7	
			VP	2			2	
			VS	1			1	
DRAMÁTICOS	Pasión	8	VF	2	1		3	9,20
			VV	3	1		4	
			VP	3	2		5	
			VS	3	2		5	
	Cabocla	2	VF	2	2		4	2,30
			VV	2	2		4	
			VP					
			VS					
	Sos mi vida	4	VF	3	2		5	4,60
			VV				0	
			VP	1	1		2	
			VS	1	1		2	
VARIEDADES	Sábado Sensacional	3	VF			1	1	3,45
			VV			3	3	
			VP			1	1	
			VS					
	Sálvese quién pueda	14	VF	2		2	4	16,09
			VV	4		3	7	
			VP			2	2	
			VS	1	2	3	6	

Género	Programa	N° de observadores	TV	Actor	Actriz	Animador(a)	Cantidades Generales	% General de Violencia
VARIEDADES	Portada's	9	VF	1	1	3	5	10,34
			VV	2		3	5	
			VP			3	3	
			VS			1	1	
	Vamos al cine	2	VF	1	1	2	4	2,30
			VV					
			VP					
			VS					
INFANTIL - JUVENIL	Tardes Felices (Lola)	7	VF		1		1	8,05
			VV		4		4	
			VP	2	2		4	
			VS					
	Tardes felices	2	VF	1	1		2	2,30
			VV					
			VP					
			VS					
	Dexiré el Ángel de los niños	2	VF					2,30
			VV					
			VP					
			VS			2	2	
	Somos tú y yo	1	VF					1,15
			VV					
			VP		1		1	
			VS		1		1	
NOTICIERO	Noticiero	10	VF	2	1	1	4	11,49
			VV	1		3	4	
			VP	2		4	6	
			VS	1			1	
	Primer Contacto	1	VF			1	1	1,15
			VV			1	1	
			VP					
			VS					
DEPORTES	Béisbol	2	VF	2			2	2,30
			VV					
			VP					
			VS					
OPINIÓN	¿Cuál es la solución?	28	VF	10	6	2	18	32,18
			VV	13	10	8	31	
			VP	3	2	3	8	
			VS	3	1	1	5	
	Mujeres con Historia	20	VF	2	3		5	22,99
			VV	8	11	5	24	
			VP	5	7	4	16	
			VS	1	2		3	

Género	Programa	N° de observadores	TV	Actor	Actriz	Animador(a)	Cantidades Generales	% General de Violencia
HUMOR	Qué locura	25	VF	19	5	3	27	28,74
			VV	12	6	2	20	
			VP	3		1	4	
			VS					
	Cásate y Verás	10	VF		1		1	11,49
			VV	2	1		3	
			VP		1		1	
			VS	3	7		10	
SERIES Y PELÍCULAS	Cine para adultos	15	VF	2	2		4	17,24
			VV	2	2		4	
			VP	2	2		4	
			VS	13	11		24	
	Películas	4	VF	2	1		3	4,60
			VV	2	1		3	
			VP	4	3		7	
			VS					
	Cine Ficción	2	VF	2	1		3	2,30
			VV	1	1		2	
			VP	1			1	
			VS	1	1		2	
RELIGIOSO	Pare de sufrir	1	VF					1,15
			VV					
			VP			1	1	
			VS					

TVes

Género	Programa	N° de observadores	TV	Actor	Actriz	Animador(a)	Cantidades Generales	% General de Violencia
DRAMÁTICOS	Padre Coraje	8	VF	4	1		5	47,06
			VV	1	1		2	
			VP	1			1	
			VS	5	5		10	
VARIEDADES	Misiones	2	VF					11,76
			VV	2	1	1	4	
			VP	1	2	2	5	
			VS					
	Así es mi país	1	VF					5,88
			VV					
			VP	1	1	1	3	
			VS					
	Escuela del poder comunal	1	VF					5,88
			VV					
			VP			1	1	
			VS					

Género	Programa	N° de observadores	TV	Actor	Actriz	Animador(a)	Cantidades Generales	% General de Violencia
NOTICIERO	Bloque Informativo (Noticiero)	2	VF					11,76
			VV			2	2	
			VP			2	2	
			VS					
	En el Mundo TVes	2	VF					11,76
			VV					
			VP			2	2	
			VS					
	TVes es Noticia	2	VF					11,76
			VV			2	2	
			VP			2	2	
			VS					
DEPORTES	TVes en deportes	3	VF	2			2	17,65
			VV	2			2	
			VP					
			VS					
SERIES Y PELÍCULAS	Cine Relax	1	VF					5,88
			VV	1			1	
			VP					
			VS					
	Un paso adelante	1	VF					5,88
			VV					
			VP					
			VS	1			1	

	Cantidad	%
No contestaron	13	13%

En esta pregunta, de los 100 encuestados 87 dicen ver violencia en los programas transmitidos por **Venevisión**, 17 verla en **TVes**, y 11 no contestaron.

En el canal **Venevisión** los encuestados opinan que:

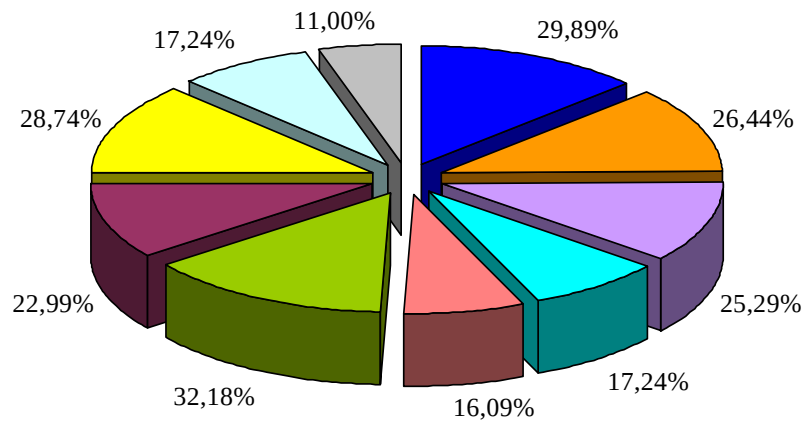
El género *dramáticos*, es el que transmite mayor grado de violencia, predominando la violencia verbal, física y sexual en ese orden de valoración. Seguido del género *opinión* con altos índices de violencia verbal, y con un rango medio-bajo la violencia psicológica y física. El siguiente género corresponde a *humor*, presentando violencia física y verbal en un grado bajo. El género *series y películas* refleja una violencia sexual y física baja. En líneas

generales el género *variedades* muestra un nivel de violencia bajo. Asimismo el género *infantil-juvenil* presenta un índice de violencia bastante bajo. Para el género *noticiero* la violencia expresada corresponde a proporciones muy bajas. El género *deportes* y *religioso* reflejan un grado de violencia excesivamente bajo.

En el caso de **TVes** que:

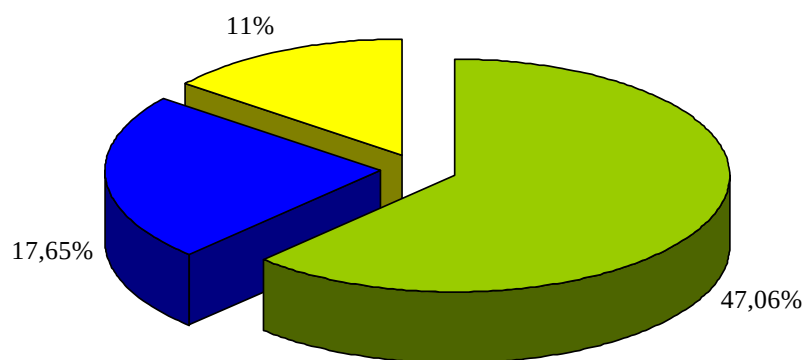
El género *dramáticos* presenta un nivel de violencia medio-alto en el que predomina la violencia sexual y física, seguido de un índice medio para el género *noticiero*, mientras que para los géneros *variedades*, *deportes*, *series* y *películas* los encuestados observan un índice de violencia bajo.

Gráfico I pregunta #5 - Venevisión



- Arroz con leche
- Pasiones prohibidas
- Aunque mal paguen
- Necesito una amiga
- Sálvese quién pueda
- ¿Cuál es la solución?
- Mujeres con historia y hombres también
- Que locura
- Cine para adultos
- No contestó

Gráfico II pregunta #5 - TVes



■ Padre coraje

■ TVes en deportes

■ No contestó

Pregunta #6

¿De la programación que se presenta en Venevisión y/o TVes, usted ha asimilado aspectos y comportamientos de algunos de los actores, actrices y/o animadores? Expresiones (E); Gestos (G); Vestimenta y calzado (V); Accesorios (A); Peinados y maquillaje (P); Físicamente (F); Comportamiento sociocultural (C).

VENEVISIÓN								
Género	Programa	Nº de observadores	TE	Actor	Actriz	Animador(a)	Cantidades Generales	% General de Estereotipos
DRAMÁTICOS	Arroz con leche	27	E		2		2	34,62
			G	3	4		7	
			V	4	9		13	
			A	2	8		10	
			P	1	8		9	
			F	4	2		6	
			C					
	Pasiones prohibidas	14	E		3		3	17,95
			G	1	6		7	
			V	3	5		8	
			A		2		2	
			P	1	4		5	
			F	2	1		3	
			C					
	Sos mi vida	5	E		2		2	6,41
			G		1		1	
			V					
			A	1	1		2	
			P		1		1	
			F		1		1	
			C					
	Necesito una amiga	4	E			1	1	5,13
			G					
			V			1	1	
			A					
			P					
			F					
			C	1	2		3	
	Aunque mal paguen	2	E					2,56
			G					
			V					
			A					
			P					
			F		2		2	
			C					

Género	Programa	Nº de observadores	TE	Actor	Actriz	Animador(a)	Cantidades Generales	% General de Estereotipos
DRAMÁTICOS	Pasión	2	E					2,56
			G					
			V					
			A					
			P					
			F	2			2	
			C					
	Cabocla	1	E					1,28
			G					
			V	1			1	
			A					
			P					
			F					
			C					
	La hija del Mariachi	1	E	1			1	1,28
			G					
			V					
			A					
			P					
			F					
			C					
VARIEDADES	Portada´s	48	E	1	2	5	8	61,54
			G		2	4	6	
			V	2	7	30	39	
			A		2	13	15	
			P		1	11	12	
			F			4	4	
			C		1	3	4	
	Sábado Sensacional	9	E	5	1		6	11,54
			G	3			3	
			V	4		1	5	
			A	3			3	
			P	3		1	4	
			F	2			2	
			C	2		2	4	
	Sálvese quién pueda	8	E			5	5	10,26
			G			3	3	
			V			2	2	
			A			4	4	
			P			1	1	
			F					
			C					
	Ahora venimos con todo	1	E					1,28
			G	1	1	1	3	
			V	1	1	1	3	
			A	1	1		2	
			P			1	1	
			F					
			C					

Género	Programa	Nº de observadores	TE	Actor	Actriz	Animador(a)	Cantidades Generales	% General de Estereotipos
VARIEDADES	Vamos al cine	3	E					3,85
			G					
			V	1	1		2	
			A					
			P	1	1		2	
			F					
			C		1	1	2	
	Gigantísimo	2	E	1			1	2,56
			G			1	1	
			V					
			A					
			P			1	1	
			F					
			C			1	1	
	Te ponemos en las buenas	1	E					1,28
			G					
			V			1	1	
			A					
			P			1	1	
			F					
			C					
	Al son de Venezuela	1	E					1,28
			G					
			V					
			A					
			P					
			F					
			C			1	1	
	Arquitecto de sueños	1	E					1,28
			G					
			V					
			A					
			P					
			F					
			C			1	1	
INFANTIL - JUVENIL	Somos tú y yo	22	E	6	14		20	28,21
			G	4	9		13	
			V	3	3		6	
			A	3	1		4	
			P	2	1		3	
			F	1	1		2	
			C	3	3		6	
	Tardes felices	4	E	1	1		2	5,13
			G		1		1	
			V		1		1	
			A	1	1		2	
			P	1	1		2	
			F					
			C					

Género	Programa	Nº de observadores	TE	Actor	Actriz	Animador(a)	Cantidades Generales	% General de Estereotipos
INFANTIL - JUVENIL	Lola (Tardes felices)	5	E		1		1	6,41
			G		3		3	
			V					
			A		2		2	
			P		1		1	
			F					
			C					
	Te llegue a querer	2	E	1			1	2,56
			G	1	1		2	
			V					
			A					
			P					
			F					
			C					
	Dexiré, el Ángel de los niños	2	E					2,56
			G					
			V			1	1	
			A			1	1	
			P			1	1	
			F					
			C					
	Alegre despertar	1	E					1,28
			G					
			V					
			A	1	1		2	
			P					
			F					
			C					
NOTICIERO	El Noticiero	4	E					5,13
			G					
			V			2	2	
			A			1	1	
			P			1	1	
			F					
			C			2	2	
DEPORTES	Béisbol	2	E			1	1	2,56
			G					
			V	1			1	
			A	2			2	
			P					
			F					
			C					
	Play Ball	1	E					1,28
			G			1	1	
			V					
			A					
			P					
			F					
			C					

Género	Programa	Nº de observadores	TE	Actor	Actriz	Animador(a)	Cantidades Generales	% General de Estereotipos
OPINIÓN	¿Cuál es la solución?	5	E	4	4		8	6,41
			G	2	2		4	
			V					
			A					
			P			1	1	
			F	2	2		4	
			C					
	Mujeres con historia	3	E					3,85
			G					
			V		1		1	
			A					
			P					
			F		1	1	2	
			C		1		1	
	Oppenheimer presenta	1	E			1	1	1,28
			G					
			V					
			A					
			P					
			F					
			C			1	1	
HUMOR	Qué locura	13	E	4	2	3	9	16,67
			G	2	2	1	5	
			V	1		1	2	
			A					
			P					
			F		1		1	
			C	2			2	
	Cásate y Verás	5	E					6,41
			G	1	1		2	
			V		1		1	
			A					
			P					
			F		1		1	
			C		1		1	
SERIES Y PELÍCULAS	Películas	1	E					1,28
			G					
			V					
			A	1	1		2	
			P					
			F					
			C					
	Cine para adultos	1	E					1,28
			G	1			1	
			V					
			A					
			P					
			F					
			C					

TVes								
Género	Programa	Nº de observadores	TV	Actor	Actriz	Animador(a)	Cantidades Generales	% General de Estereotipos
VARIEDADES	Escuela del poder comunal	1	E			1	1	25
			G					
			V					
			A					
			P					
			F					
			C					
	La alquimia del Chef	1	E					25
			G			1	1	
			V					
			A					
			P					
			F					
			C					
DEPORTES	TVes en Deportes	1	E	1			1	25
			G	1			1	
			V	1			1	
			A	1			1	
			P					
			F					
			C					
	Fútbol	1	E					25
			G					
			V			1	1	
			A					
			P					
			F					
			C					

	Cantidad	%
No contestaron	22	22%

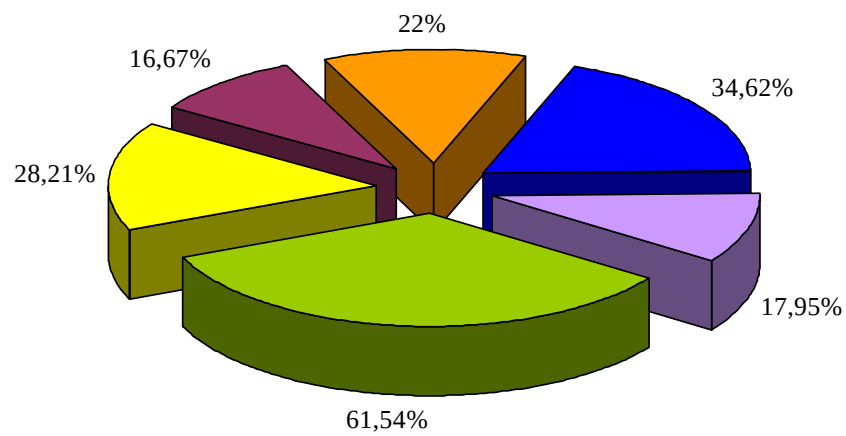
Para esta pregunta 78 de 100 encuestados expresaron que asimilan los estereotipos y/o modos de vida transmitidos por la programación de **Venevisión**, 4 del canal **TVes** y 22 no contestaron.

En el caso de **Venevisión** el género que presenta mayor grado de receptividad de estereotipos y/o modos de vida es el de *variedades* con un grado muy alto para el estereotipo físico, seguido de un grado bajo en el comportamiento sociocultural y estereotipo verbal. Consecutivamente se presenta el género *dramáticos* con un alto índice de estereotipo físico, y con un índice bajo el estereotipo verbal y el comportamiento

sociocultural. El género *infantil-juvenil* presenta un grado medio-bajo en los estereotipos físico, comportamiento sociocultural y verbal. Los géneros *opinión*, *humor noticiero*, *deportes*, *series* y *películas* presentan un grado muy bajo de asimilación de los estereotipos por parte de los jóvenes encuestados.

Para **TVes** los géneros *variedades* y *deportes* presentan un índice muy bajo de aceptación de estereotipos por parte de los jóvenes encuestados.

Gráfico pregunta #6 - Venevisión



- Arroz con leche
- Pasiones Prohibidas
- Portada`s
- Somos tú y yo
- Que locura
- No contestó

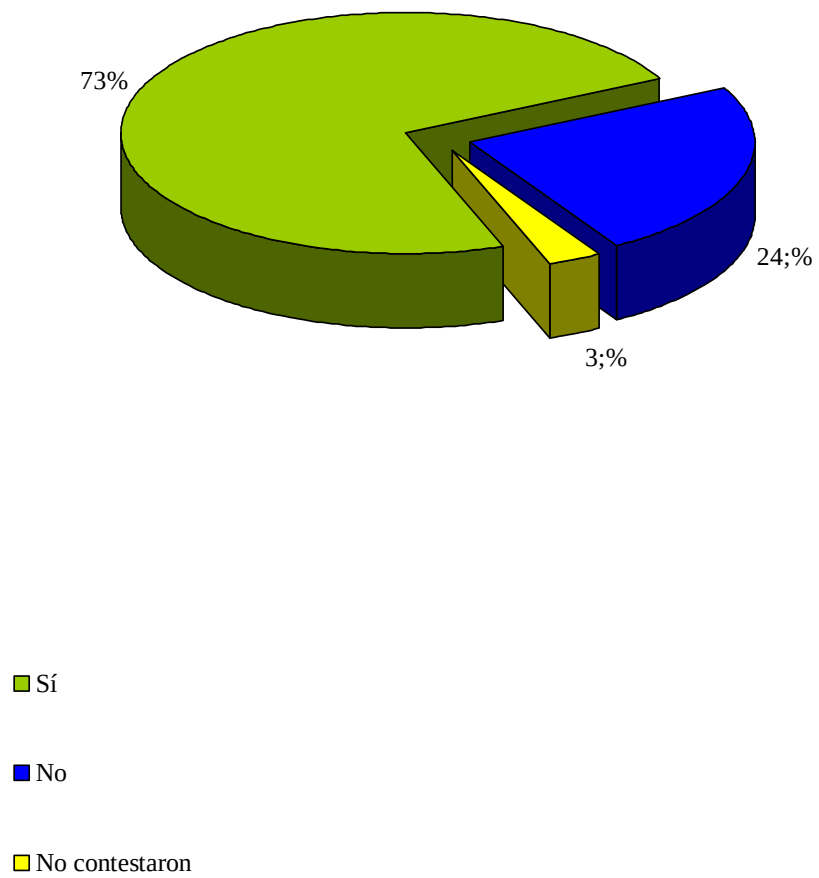
Pregunta #7

¿Considera usted que en los mensajes transmitidos en algunos de los programas de Venevisión y/o TVes determinan modos de vida y/o estereotipos?

Respuesta	Cantidad	%
Sí	73	73%
No	24	24%
No contestaron	3	3%
Total General	100	100%

En esta pregunta, se evidencia que 73 de los 100 los encuestados considera que los mensajes transmitidos en algunos de los programas de Venevisión y/o TVes determinan modos de vida y/o estereotipos, mientras que, por su parte, 24 encuestados considera que no los transmiten, y 3 no contestaron. Según Jiménez y Hernández en el libro *Estructura de los medios de comunicación en Venezuela* de 1988, los medios de comunicación son productores de estilos de vida, de ideas referentes a lo que debe ser consumido en un momento determinado.

Gráfico pregunta #7



Pregunta #7.1

En caso afirmativo, indique el programa y los estereotipos que se presentan en el programa.
Expresiones (E); Gestos (G); Vestimenta y calzado (V); Accesorios (A); Peinados y maquillaje (P); Físicamente (F); Comportamiento sociocultural (C).

VENEVISIÓN					
Género	Programa	Nº de observadores	TE	Cantidades Generales	% General de Estereotipos
DRAMÁTICOS	Arroz con leche	16	E	6	23,19
			G	3	
			V	5	
			A	2	
			P	2	
			F	2	
			C	9	
	Pasiones prohibidas	7	E	5	10,14
			G	2	
			V	2	
			A	1	
			P	2	
			F	1	
			C	1	
	Necesito una amiga	3	E		4,35
			G	1	
			V		
			A		
			P		
			F		
			C	1	
	Cabocla	1	E		1,45
			G		
			V	1	
			A	1	
			P		
			F		
			C		
	Pasión	1	E		1,45
			G		
			V	1	
			A		
			P		
			F		
			C	1	
	Sos mi vida	1	E		1,45
			G		
			V		
			A		
			P		
			F		
			C	1	

Género	Programa	Nº de observadores	TE	Cantidades Generales	% General de Estereotipos
DRAMÁTICOS	Aunque mal paguen	1	E		1,45
			G		
			V		
			A		
			P		
			F	1	
			C		
VARIEDADES	Portada´s	35	E	6	50,72
			G	4	
			V	27	
			A	14	
			P	18	
			F	5	
			C	7	
	Sábado Sensacional	7	E		10,14
			G	1	
			V	1	
			A	1	
			P	2	
			F		
			C	4	
	Sálvese quién pueda	1	E	1	1,45
			G	1	
			V	1	
			A	1	
			P	1	
			F	1	
			C	1	
	Miss Venezuela	1	E	1	1,45
			G	1	
			V	1	
			A	1	
			P	1	
			F	1	
			C	1	
	Te ponemos en las buenas	2	E		2,90
			G		
			V	2	
			A	1	
			P	2	
			F		
			C		
	Arquitecto de sueños	1	E		1,45
			G		
			V		
			A		
			P		
			F		
			C	1	

Género	Programa	Nº de observadores	TE	Cantidades Generales	% General de Estereotipos
INFANTIL - JUVENIL	Somos tú y yo	32	E	26	46,38
			G	14	
			V	7	
			A	3	
			P	5	
			F	4	
			C	9	
	Lola (Tardes Felices)	2	E		2,90
			G	1	
			V	1	
			A	1	
			P		
			F		
			C		
	Dexiré, el Ángel de los niños	2	E		2,90
			G		
			V	1	
			A		
			P		
			F		
			C	1	
	El Chavo (Tardes Felices)	2	E	2	2,90
			G		
			V		
			A		
			P		
			F		
			C		
NOTICIERO	Noticiero Venevisión	1	E		1,45
			G		
			V	1	
			A		
			P		
			F	1	
			C		
DEPORTES	Play Ball	1	E		1,45
			G	1	
			V		
			A		
			P		
			F		
			C		
OPINIÓN	¿Cuál es la solución?	5	E	3	7,25
			G	3	
			V		
			A		
			P		
			F	3	
			C	3	

Género	Programa	Nº de observadores	TE	Cantidades Generales	% General de Estereotipos
OPINIÓN	Mujeres con historia	6	E	1	8,70
			G		
			V		
			A		
			P		
			F	1	
			C	4	
HUMOR	Qué locura	6	E	3	8,70
			G	4	
			V		
			A		
			P		
			F		
			C		
	Cásate y Verás	5	E	1	7,25
			G	1	
			V	2	
			A		
			P		
			F	2	
			C		
SERIES Y PELÍCULAS	Películas	1	E		1,45
			G		
			V		
			A		
			P		
			F		
			C	1	
PUBLICIDAD Y PROPAGANDAS	Propagandas	1	E	1	1,45
			G	1	
			V	1	
			A	1	
			P	1	
			F	1	
			C	1	

TVes

Género	Programa	Nº de observadores	TE	Cantidades Generales	% General de Estereotipos
VARIEDADES	Leyendas del Rock	1	E	1	50
			G	1	
			V	1	
			A		
			P	1	
			F		
			C	1	
PUBLICIDAD Y PROPAGANDAS	Propagandas	1	E	1	50
			G	1	
			V	1	
			A	1	
			P	1	
			F	1	
			C	1	

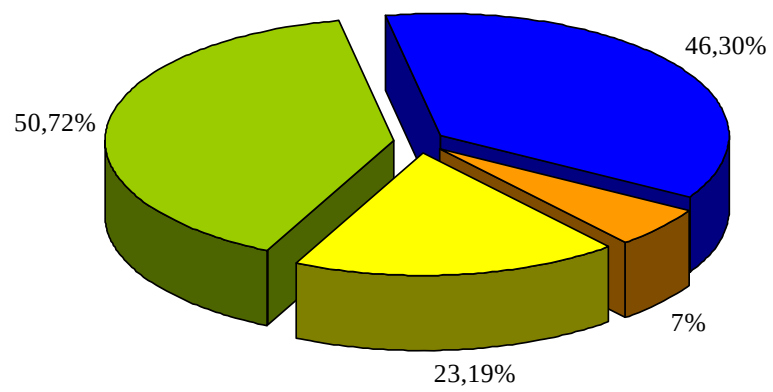
	Cantidad	%
No contestaron	7	7%

En esta pregunta, de los 73 jóvenes que afirmaron que los mensajes que transmiten Venevisión y/o TVes determinan estereotipos y/o modos de vida 69 contestaron correctamente. Para el canal Venevisión los 69 jóvenes contestaron y para **TVes** 2 encuestados respondieron.

Para el canal **Venevisión** el género con mayor transmisión de estereotipos según la opinión de los encuestados fue el de *variedades* con un alto grado de percepción del estereotipo físico, un grado bajo para el comportamiento sociocultural y muy bajo para el estereotipo verbal. El género *infantil-juvenil* presenta un grado medio-bajo en cuanto a los estereotipos, verbal, físico, y comportamiento sociocultural. Para el género *dramáticos* se refleja un grado bajo de presencia de los estereotipos, físico, comportamiento sociocultural y verbal. Los géneros *humor* y *opinión* evidencian un grado bajo de percepción de los estereotipos. Y por último los géneros *noticiero*, *deportes*, *series* y *películas*, *publicidad* y *propaganda* presentan un grado excesivamente bajo de presencia de estereotipos.

En el caso de **TVes** se evidencia que los géneros *variedades* y *publicidad* y *propaganda* muestran un grado excesivamente bajo de estereotipos.

Gráfico pregunta #7.1



■ Arroz con leche

■ Portada's

■ Somos tú y yo

■ No contestó

Pregunta #7.2

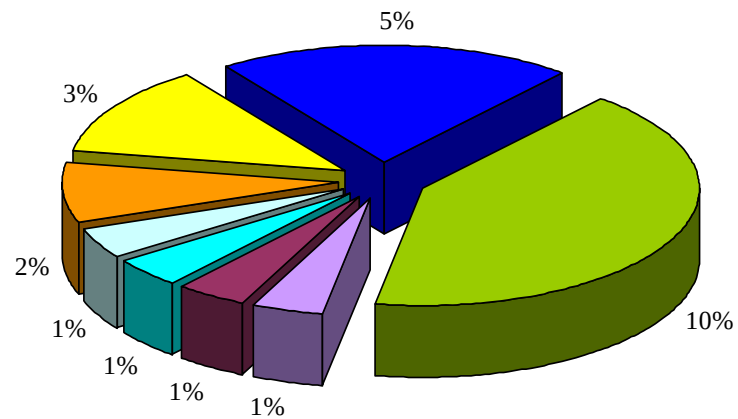
En caso negativo, especifique por qué no presentan estereotipos

Respuestas	Cantidad	%
Porque considero que un programa no cambia la forma de ser de las personas	1	1%
Creo que depende del pensamiento de las personas, por mi parte veo algunos programas sólo para entretenerme	1	1%
Porque son programas regulados por la Ley de Responsabilidad Social en Radio y TV	1	1%
Porque en caso de hacerlo pueden salir del aire	1	1%
Porque no necesariamente son seguidos por la sociedad, más que otra cosa son tendencias de moda	2	2%
Porque ni las Novelas ni las Series son ejemplos de vida, no son reales	3	3%
En los programas que veo no encuentro esos estereotipos	5	5%
No da razón	10	10%
Total General	24	24%

De los 24 jóvenes que contestaron negativamente en la pregunta #7, 10 no dan razón de su consideración, 7 exponen que lo que se transmite en un programa de televisión no necesariamente cambia la forma de ser de los espectadores, pues depende del pensamiento que cada uno tenga, 2 consideran que los canales no pueden hacerlo por las regulaciones legales existentes.

Los estereotipos y modos de vida son transmitidos por los medios de comunicación para reforzar los que la publicidad ya ha preestablecido; generando en los espectadores la necesidad de aceptación y reconocimiento social.

Gráfico pregunta #7.2



- ☐ Porque considero que un programa no cambia la forma de ser de las personas
- ☐ Creo que depende del pensamiento de las personas, por mi parte veo algunos programas sólo para entretenerme
- ☐ Porque son programas regulados por la Ley de Responsabilidad Social en Radio y TV
- ☐ Porque en caso de hacerlo pueden salir del aire
- ☐ Porque no necesariamente son seguidos por la sociedad, más que otra cosa son tendencias de moda
- ☐ Porque ni las Novelas ni las Series son ejemplos de vida, no son reales
- ☐ En los programas que veo no encuentro esos estereotipos
- ☐ No da razón

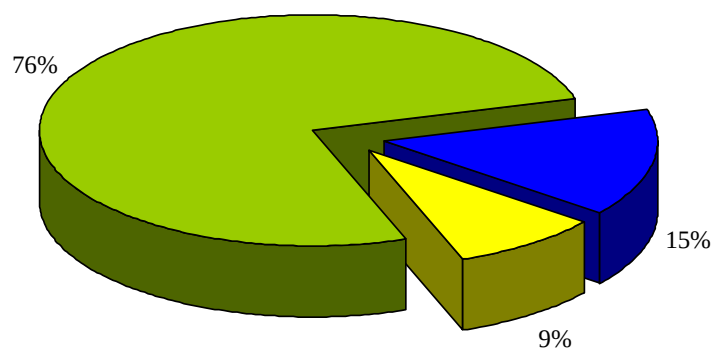
Pregunta #8

¿Cree usted que en los mensajes transmitidos en algunos de los programas de Venevisión y/o TVes determinan valores y/o antivalores?

Respuesta	Cantidad	%
Sí	76	76%
No	15	15%
No contestaron	9	9%
Total General	100	100%

En esta pregunta, se observa que 76 de los 100 encuestados considera que algunos programas de Venevisión y /o TVes, determinan valores y/o antivalores, mientras que 15 opina lo contrario, y 9 no contestaron. En el entendido se evidencia que los valores forman parte de los patrones sociales y los antivalores su contraparte; así la televisión reproducirá valores y/o antivalores dependiendo de los estereotipos que desee fomentar, presentando mayor incidencia en el comportamiento sociocultural.

Gráfico pregunta #8



■ Sí

■ No

■ No contestaron

Pregunta #8.1

En caso afirmativo, indique el programa y los valores y/o antivalores que se transmiten

VENEVISIÓN

Género	Programa	Valores	Cantidad	Cantidad General	% General de Valores	Antivalores	Cantidad	Cantidad General	% General de Antivalores
DRAMÁTICOS	Arroz con leche	Solidaridad	2	16	28,07	Mentira	6	21	36,84
		Amor	5			Odio	3		
		Amistad	4			Egoísmo	1		
		Respeto	2			Irrespeto	5		
		Lealtad	2			Deshonestidad	2		
		Unión	1			Infidelidad	1		
						Venganza	1		
						Guerra	1		
						Todos	1		
	Pasiones prohibidas	Amor	6	9	15,79	Odio	4	13	22,81
		Amistad	1			Venganza	4		
		Lealtad	2			Irrespeto	1		
						Rencor	1		
						Avaricia	1		
						Violencia	1		
						Sexo	1		
	Necesito una amiga	Solidaridad	2	15	26,32	Injusticia	2	14	24,56
		Amistad	3			Mentira	4		
		Comprensión	1			Irresponsabilidad	1		
		Apoyo	1			Irrespeto	2		
		Amor	2			Guerra	1		
		Justicia	3			"Problemas"	1		
		Respeto	1			Injusticia	1		
		Sinceridad	1			Deshonestidad	1		
		Lealtad	1			Odio	1		

Género	Programa	Valores	Cantidad	Cantidad General	% General de Valores	Antivalores	Cantidad	Cantidad General	% General de Antivalores
DRAMÁTICOS	Aunque mal paguen	Amistad	2	4	7,02	Venganza	3	8	14,04
		Amor	1			Odio	1		
		Lealtad	1			Mentira	2		
						Infidelidad	1		
						Sexo	1		
	Pasión	Justicia	1	3	5,26	Mentira	2	8	14,04
		Amor	1			Odio	1		
		Lealtad	1			Venganza	3		
						Egoísmo	1		
						Guerra	1		
	La hija del Mariachi	Amor	2	2	3,51	Deshonestidad	1	3	5,26
						Infidelidad	1		
						Sexo	1		
	Sos mi vida					Mentira	1	2	3,51
						Venganza	1		
	Cabocla					Racismo	1	1	1,75
VARIEDADES	Portada's	Respeto	2	16	28,07	Irrespeto	1	3	5,26
		Sinceridad	3			"Superficialismo"	2		
		Solidaridad	3						
		Amistad	4						
		Responsabilidad	2						
		Unión	1						
		"Mucha cultura"	1						
	Sálvese quién pueda	Sinceridad	1	1	1,75	Irrespeto	2	4	7,02
						Mentira	1		
						"Chisme"	1		
	El gran navegante	Amistad	2	3	5,26	Guerra	1	1	1,75
		Competencia	1						
	Sábado Sensacional					Irresponsabilidad	1	3	5,26
						Guerra	1		
						Irrespeto	1		
	Tele corazón	Caridad		1	1,75				

Género	Programa	Valores	Cantidad	Cantidad General	% General de Valores	Antivalores	Cantidad	Cantidad General	% General de Antivalores
INFANTIL-JUVENIL	El Chavo (Tardes Felices)	Amistad	5	6	10,53	Egoísmo	2	5	8,77
		Felicidad	1			Irrespeto	2		
						Deshonestidad	1		
	Somos tú y yo	Sinceridad	1	5	8,77	Venganza	1	5	8,77
		Amor	1			Egoísmo	1		
		Amistad	3			Irrespeto	1		
						Envidia	1		
						Discriminación	1		
	Lola (Tardes Felices)	Amor	2	4	7,02	Egoísmo	1	1	1,75
		Amistad	2						
NOTICIERO	Noticiero Venevisión	Sinceridad	1	4	7,02	Odio	1	4	7,02
		Lealtad	1			Venganza	1		
		Responsabilidad	1			Irrespeto	1		
		"Educativo"	1			Injusticia	1		
OPINIÓN	¿Cuál es la Solución?	Respeto	3	21	36,84	Injusticia	3	24	42,11
		Justicia	7			Mentira	4		
		Sinceridad	2			Irresponsabilidad	1		
		Solidaridad	2			Odio	4		
		Responsabilidad	3			Venganza	4		
		Lealtad	1			Egoísmo	2		
		Igualdad	1			Irrespeto	4		
		Solidaridad	1			Deshonestidad	1		
		Solución	1			Violencia	1		

Género	Programa	Valores	Cantidad	Cantidad General	% General de Valores	Antivalores	Cantidad	Cantidad General	% General de Antivalores
OPINIÓN	Mujeres con historia	Justicia	1	17	29,82	Mentira	5	15	26,32
		Solidaridad	3			Irresponsabilidad	3		
		Amor	4			Odio	1		
		Amistad	1			Venganza	1		
		Responsabilidad	2			Egoísmo	1		
		Comprensión	1			Irrespeto	1		
		Respeto	3			Infidelidad	1		
		Lealtad	1			Violencia	1		
		Reflexión	1			"Etc. Malo"	1		
HUMOR	Qué locura	Solidaridad	1	2	3,51	Mentira	2	8	14,04
		Amistad	1			Irrespeto	6		
	Cásate y Verás					Irrespeto	5	9	15,79
						Obscenidad	2		
						Sexo	1		
						Todos	1		
SERIES Y PELÍCULAS	Cine Ficción	Amor	1	1	1,75	Injusticia	1	3	5,26
						Odio	1		
						Guerra	1		
	Cine para Adultos					Mentira	1	3	5,26
						Odio	1		
						Irrespeto	1		
PUBLICIDAD Y PROPAGANDAS	Propaganda del Gobierno					Desunión	1	1	1,75

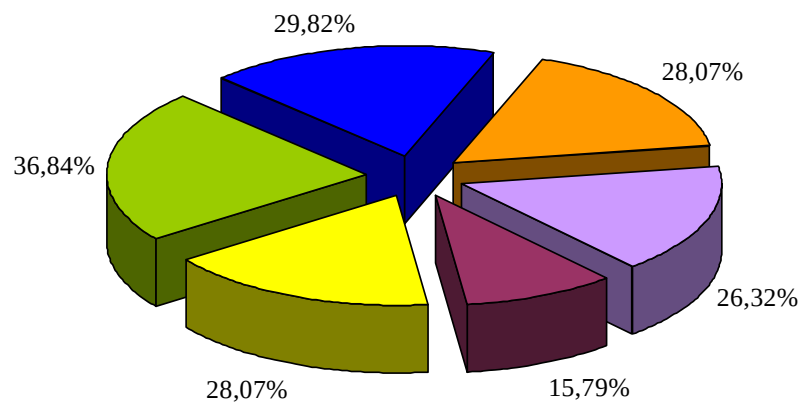
TVes									
Género	Programa	Valores	Cantidad	Cantidad General	% General de Valores	Antivalores	Cantidad	Cantidad General	% General de Antivalores
DRAMÁTICOS	Padre Coraje					Injusticia	1	9	90
						Mentira	2		
						Odio	3		
						Venganza	2		
						Envidia	1		
VARIEDADES	El saber del pueblo	Sabiduría	1	1	10	Violencia	1	1	10
	TVes en Concierto	Amor (por la música)	1	2	20				
		Cultura	1						
	Sabor gaitero	Respeto (por lo nacional)	1	1	10				
NOTICIERO	Resumen Informativo					Mentira	1	1	10
	Bloque Institucional					Violencia	1	1	10
DEPORTES	TVes en Deportes	Compañerismo	1	1	10				
PUBLICIDAD Y PROPAGANDAS	Propaganda del gobierno					Desunión		1	10
		Cantidad	%						
No contestaron		17	17%						

De los 76 encuestados que dicen ver valores y antivalores, 57 respondieron esta pregunta, mientras que 19 no contestaron.

Para **Venevisión**, 57 encuestados de los 100, exponen que en el género dramáticos presenta un grado muy alto de percepción de antivalores, y un alto grado de apreciación de valores por parte de los encuestados. El género opinión presenta un grado medio entre valores y antivalores. Mientras que el género variedades evidencia por parte de los jóvenes una proporción baja de valores y muy baja de antivalores. Para el género infantil-juvenil según los jóvenes aprecian un bajo grado de valores y antivalores. En el género humor los antivalores se exponen con un bajo grado, y los valores con un grado excesivamente bajo. El género noticiero, series y películas, publicidad y propaganda reflejan una proporción excesivamente baja de valores y antivalores.

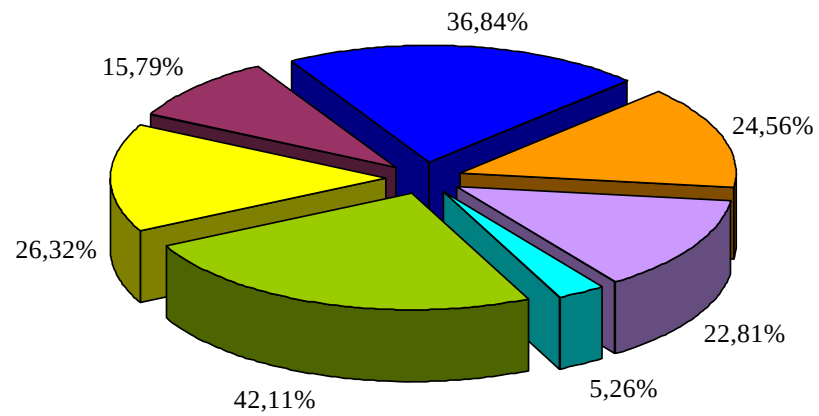
En el caso de **TVes**, 10 de los 57 encuestados que respondieron esta pregunta, opinan que el género dramáticos presenta un grado media, mientras que para los géneros variedades, noticiero, deportes y publicidad y propaganda con índices bajos.

Gráfico I pregunta #8.1 - Valores Venevisión



- Arroz con leche
- Necesito una amiga
- Pasiones prohibidas
- Portada's
- ¿Cuál es la solución?
- Mujeres con historia y hombres también

Gráfico II pregunta #8.1 - Antivalores Venevisión



- Arroz con leche
- Necesito una amiga
- Pasiones prohibidas
- Portada's
- ¿Cuál es la solución?
- Mujeres con historia y hombres también
- Cásate y verás

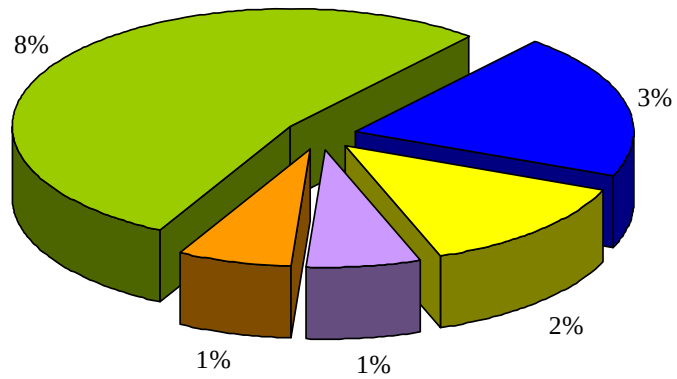
Pregunta #8.2

En caso negativo, especifique por qué no se presentan valores y/o antivalores

Respuestas	Cantidad	%
Porque son programas que no transmiten nada, sólo sirven para distraerse	3	3%
Porque la programación sólo está dedicada al ocio y al entretenimiento o a mantener al público informado	1	1%
No veo mucha TV, y no me he dado cuenta	1	1%
Porque soy como soy y no me dejo influenciar por la TV	1	1%
No da razón	8	8%
Total General	15	15%

Se observa que 8 de los encuestados no dan razón, 3 dice no creer que la programación de Venevisión y/o TVes presenten valores y/o antivalores porque son programas que no transmiten nada y sólo sirven para distraerse. Todo programa para poder fomentar el entretenimiento debe utilizar diversos recursos que le permitan entretener, y para ello se desarrollaran diversas situaciones que requerirán de comportamientos socioculturales para que puedan llevarse a cabo, de esta manera los valores y los antivalores están inmensos en los comportamientos y las situaciones que se presentan en los diversos programas para entretener.

Gráfico pregunta #8.2



■ Porque son programas que no transmiten nada, sólo sirven para distraerse

■ Porque la programación sólo está dedicada al ocio y al entretenimiento o a mantener al público informado

■ No veo mucha TV, y no me he dado cuenta

■ Porque soy como soy y no me dejo influenciar por la TV

■ No da razón

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En lo referente al procedimiento de análisis de la información suministrada por los jóvenes con edades comprendidas entre 15 y 17 años de edad del municipio Chacao, en cuanto a sus preferencias con respecto a la programación televisiva transmitida por los canales Venevisión y TVes, se puede concluir lo siguiente:

- 1- El 26% de los jóvenes del grupo de estudio, se sitúa en el modo de recepción *incidental o aleatorio*; mientras que un 25% de los jóvenes del grupo de estudio, ven televisión para cubrir ratos de ocio, lo que los ubica dentro del modo *supletorio de recepción*; eligiendo un 76% a Venevisión y un 3% a TVes.
- 2- Entre las preferencias programáticas diagnosticadas, se determinó que los jóvenes prefieren ver Venevisión muy por encima de TVes; destacando en el género dramáticos las novelas Arroz con leche con un 54,31% dentro del cual la mayoría dice verlo porque le gusta su trama y le entretiene. Pasiones prohibidas con un 23,91% al que dice gustarle esta novela porque es original, divertida, entretenida y muy buena. En el género variedades el programa Portada's con un 33,70%, lo prefieren por sus variedades y por ser divertido y entretenido. Por último, en el género infantil-juvenil el bloque Tardes felices, que comprende los programas Lola, érase una vez, el Chavo, el Chapulín colorado, los comics Tom y Jerry, los padrinos mágicos, el Chavo del 8 animado y Drupi, con un 32,61%, al que les entretienen las comiquitas y los hace reír.
- 3- En cuanto a los índices de violencia que observa el grupo de estudio, predomina un porcentaje considerable en el género dramáticos, con un 29,89% en la novela Arroz con leche, dentro de la cual predomina la violencia verbal y sexual; un 26,44% en Pasiones prohibidas, con violencia física, verbal y psicológica elevada; y un 25,29% en Aunque mal paguen, con alto grado de violencia física, sexual y verbal. En el género opinión, con un 32,18% se encuentra el programa ¿Cuál es la solución? que

presenta los índices más elevados de violencia, entre violencia verbal y física; seguido por Mujeres con historia y hombres también con el 22,99% de violencia psicológica y verbal. Finalmente, destaca el género humor, con el programa Que locura, con un 28,74%, de violencia física y verbal.

- 4- En lo concerniente a la transmisión de modos de vida y estereotipos en la programación de Venevisión y/o TVes, el 73% de los jóvenes considera que la programación de Venevisión y/o TVes los presenta. Resaltando, en el género variedades Portada's con un 50,72% de estereotipos físicos, somos tú y yo del género infantil-juvenil con 46,30% de estereotipo verbal y de comportamiento sociocultural; y la novela Arroz con leche con un 23,19% de predominio de estereotipos de comportamiento sociocultural, verbal y físico.
- 5- La asimilación de estereotipos y modos de vida por parte de los encuestados, refleja, con el más alto grado, que el 61,54%, toma los estereotipos físicos que presenta el programa Portada's, correspondiente al género variedades; de igual forma ocurre en el género dramáticos donde se destacan las novelas Arroz con leche con un 34,62% y Pasiones prohibidas con un 17,95%. Un estereotipo verbal y de comportamiento sociocultural es el que los jóvenes captan del programa del género infantil-juvenil Somos tú y yo, con un 28,21%.
- 6- En lo referente a la transmisión de valores y antivalores en la programación de ambos canales, el 76% de los jóvenes afirma que los transmiten. Situándose en primer lugar, con una percepción por parte de los encuestados, del 42,11% de antivalores (predominando la mentira, odio, venganza e irrespeto) y un 36,84% de valores (justicia) en el programa ¿Cuál es la solución?; seguidamente Arroz con leche con un 36,84% de antivalores (mentira e irrespeto) y 28,07% de valores (amor y amistad); Mujeres con historia y hombres también un 29,82% de valores (amor y solidaridad) y un 26,32% de antivalores (mentira e irresponsabilidad); Portada's con un 28,07% de valores (amistad, solidaridad y sinceridad) y un 5,26% de antivalores ("superficialismo"), finalmente Necesito una amiga con un 26,32% de valores (justicia y amistad) y un 24,56% de antivalores (mentira, injusticia e irrespeto).

Con respecto al análisis de la programación transmitida por Venevisión y TVes durante la semana de observación, es posible afirmar que:

- 1- TVes ofrece un 55,55% de programas de variedades, y el resto del espacio corresponde a una distribución, medianamente equitativa, entre programas del género infantil-juvenil, series y películas, deportes, opinión, dramáticos y noticiero, es ese orden. Por su parte, Venevisión transmite un 58,82% de programas que pertenecen al género variedades e infantil-juvenil, seguido de un 15,68% que corresponden al género dramáticos, mientras que el resto de la programación se divide entre programas correspondientes al resto de los géneros (series y películas, opinión, noticiero, deportes y humor).
- 2- En lo referente a la violencia, en el caso de TVes se observó un alto grado de violencia en el género dramáticos, con predominio de violencia sexual y física; igual grado de violencia se manifiesta el género noticiero, presentando violencia psicológica y verbal; en las series y películas, se encontró un grado medio de violencia, que incluye violencia verbal, física y psicológica; en los programas de variedades se observa un grado bajo de violencia, sólo con algunas manifestaciones de violencia física, verbal y psicológica; mientras que en los géneros infantil-juvenil, deportes y opinión, no se evidencia violencia. En el caso de la publicidad y propaganda se observa un grado medio – bajo de violencia psicológica.

En Venevisión, principalmente en el género dramáticos, se observa alto contenido violento, específicamente resalta la violencia psicológica, sexual y verbal; en variedades en muy pocos programas no se evidencia algún tipo de violencia, en la mayoría existe un grado medio-alto de violencia, principalmente planteada por medio de violencia sexual; en el género infantil-juvenil se muestra en alto grado la violencia psicológica, física y verbal; en noticiero presentan un contenido medio-alto de violencia psicológica principalmente; en deportes no se evidencia; en igual grado, en opinión y religioso, predomina la violencia psicológica; en las series y película un grado alto de violencia a niveles generales, sobresaliendo la violencia psicológica y física; en humor el contenido de violencia tanto sexual como psicológica es alto. La publicidad y propaganda presenta un grado de violencia medio expresado en violencia sexual.

- 3- Los estereotipos y/o modos de vida presentes en la programación de ambos canales, son evidentes en mayor o menor grado. En TVes, en el género dramáticos, existe un nivel medio de transmisión, en el que prevalece un estereotipo físico del canon de belleza actual y un estereotipo de comportamiento sociocultural orientado al engaño como medio para alcanzar las metas. En los programas de variedades, se encuentra un grado medio, constituido primordialmente por estereotipos físicos y estereotipos de comportamiento sociocultural, entre los cuales resalta el esfuerzo y la dedicación como herramienta para alcanzar el éxito, la exaltación de las tradiciones y los elogios reiterativos al gobierno; en el género infantil-juvenil, igualmente existe un grado medio de transmisión de estereotipos, predominando un estereotipo de comportamiento sociocultural de colaboración y valoración de la familia; en el noticiero, un grado medio, presentando un estereotipo verbal y de comportamiento sociocultural marcado, de apoyo al gobierno; en el género opinión, un grado medio, con un estereotipo físico y de comportamiento sociocultural basado en la dedicación; en los deportes, se observa un grado bajo, con un estereotipo físico marcado; en el género series y películas, se mantiene un grado bajo, en el que resalta un estereotipo de comportamiento sociocultural de enfrentamiento interpersonal. Para el género publicidad y propaganda se presenta un grado medio alto de estereotipo verbal y un comportamiento sociocultural consumista.

En Venevisión, el género dramáticos presenta un grado alto de estereotipos y/o modos de vida, predominando un estereotipo físico correspondiente al canon de belleza actual en el hombre y en la mujer, un comportamiento sociocultural superficial, materialista y con características propias del sifrinismo. En los programas de variedades los estereotipos presentan un rango medio-alto, en los que prevalece el estereotipo físico de belleza actual en el hombre y la mujer, un comportamiento sociocultural narciso, sifrinos y superficial. En el género infantil-juvenil existe un grado medio de presentación de estereotipos, destacándose el físico correspondiente al canon de belleza actual en el hombre y en la mujer, un comportamiento agresivo, superficial y materialista. Para el género noticiero prevalece un estereotipo físico medio según en canon de belleza actual en el hombre y en la mujer. En el género deportes no se evidencia presencia de estereotipos. En el género opinión el estereotipo de grado medio, el más relevante es el referente a

conductas agresivas y lenguaje inapropiado en el comportamiento sociocultural. Para el género series y películas se observa un índice medio-alto de estereotipos, predominando el estereotipo físico y el comportamiento sociocultural individualista, narcisista y sifrinos. En el género humor se evidencia una presencia de estereotipos alta, resaltando el estereotipo físico y el comportamiento sociocultural irrespetuoso y obsceno. En el género religioso se presenta un nivel medio-alto de estereotipos, establecidos por el comportamiento sociocultural que incita al fanatismo religioso. Para la publicidad y propaganda se evidencia un nivel medio-alto del estereotipo físico y un comportamiento sociocultural sensual, erótico y consumista.

- 4- La transmisión de valores y antivalores en la programación de TVes se da: en el género dramáticos un alto grado de contenido de antivalores y baja proporción de valores; en los géneros variedades e infantil-juvenil, se observa un grado medio-alto de valores, mientras que no se evidencian antivalores; en deportes un grado medio de valores y en menor magnitud antivalores; en opinión y series y películas se percibe un grado medio-alto de valores y bajo de antivalores; y en noticiero alto contenido de antivalores, muy por encima de un bajo contenido de valores. Y en la publicidad y propaganda se observan los antivalores desmerito y desunión, y el nacionalismo como valor.

En Venevisión, en el género dramáticos se evidencia un alto grado de antivalores y muy bajo de valores; en variedades y series y películas, existe un grado medio-alto tanto en valores como antivalores; en los géneros infantil-juvenil, noticiero y opinión, se presenta un contenido medio-alto de antivalores que se superpone a un grado medio-bajo de valores; en deportes no se observan antivalores y presentan un contenido medio de valores; en humor y religioso, únicamente se ven reflejados antivalores. En la publicidad y propaganda se observan los antivalores narcisismo y obscenidad.

Las televisoras Venevisión y TVes bajo su percepción de televisora social y de entretenimiento respectivamente, emiten en sus mensajes una carga importante y bastante significativa de estereotipos, modos de vida, violencia, valores/antivalores, cuyo fin es prefigurar un modelo específico del “deber ser” que varía en el tiempo; intentan captar la atención de la audiencia más desde una perspectiva emotiva que racional. Se evidencia una

influencia de los referentes culturales que emiten estas plantas televisivas en los jóvenes, por medio de la identificación que éstos presentan con el comportamiento sociocultural planteado en su programación, aunque ésta no se sea totalmente consciente.

En la recepción de determinados programas sin la adecuada orientación o preparación, se van configurando modos de vida. Cuando la televisión trata de presentar situaciones lo más parecidas a la realidad de los espectadores lo hace con la intención de establecer lo que será valorado o no por la sociedad actual.

Recomendaciones

La presente investigación demuestra, una vez más, la necesidad imperante que surge en los últimos años de contrarrestar las prácticas agresivas de los medios de comunicación, en vista de su influencia en la construcción de la identidad cultural.

A este respecto se recomienda:

1.- A los miembros de la comunidad estudiantil, alumnos, docentes, representantes y junta directiva de los colegios y liceos participantes en la presente investigación pertenecientes al Municipio Chacao (U.E. Colegio María Auxiliadora de Altamira, U.E. Colegio Don Bosco de Altamira, U.E. Sagrado Corazón de Jesús y Liceo Gustavo Herrera): implementar programas educativos, basados en los lineamientos esbozados en la *educación para los medios* planteada por la UNESCO en 1982, el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa y la Organización de Estados Iberoamericanos, para ser aplicados a los niños, niñas y jóvenes, tanto en el colegio como en el hogar, a través de los cuales puedan convertirse en perceptoros críticos capaces de determinar los estereotipos, la violencia, los valores y antivalores, que emiten los mensajes a través de la programación; y discriminarlo en relación al uso.

2.- A los entes gubernamentales, Ministerio del Poder Popular para la de Educación; Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información; Ministerio del Poder Popular para las Telecomunicaciones y la Informática y CONATEL: velar por el estricto cumplimiento del marco legal establecido, a través de procedimientos exhaustivos de inspección, seguimiento y control de la programación que presentan las distintas plantas

televisivas venezolanas; con el objetivo de brindar a la sociedad una televisión óptima, distinta a la que sido desarrollada a lo largo de los últimos años.

Al Ministerio del Poder Popular para la Educación, promover el desarrollo de programas para la enseñanza de la utilización de los medios de la comunicación, especialmente de la televisión, desde temprana edad.

Al Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información, implementar programas de formación en la comunidad para generar televidentes críticos, capaces de relacionarse con el medio televisivo y evidenciar los modelos de consumo cultural inmersos en los mensajes transmitidos, con el fin de lograr una mejor televisión sociocultural.

3.- A las juntas directivas de las plantas televisivas Venevisión y TVes: revisar y reestructurar la programación que se presenta, a objeto de disminuir progresivamente la violencia, los estereotipos y antivalores en los mensajes transmitidos, para poder ofrecer a los niños, niñas, y jóvenes programas de calidad que les proporcionen entretenimiento sano, entendido como la posibilidad de distracción y aprendizaje de elementos positivos que contribuyan con su formación como seres sociales integrales.

Incluir programas educativos-culturales que interesen a los niños, niñas y jóvenes, y otros que muestren la realidad social venezolana y planteen verdaderas alternativas de solución a la problemática que en ésta se evidencie.

Implementar técnicas actualizadas de realización y producción televisiva, que permitan ofrecer al espectador una programación de calidad.

A los productores independientes: promover acciones que conduzcan a la formación de un televidente crítico, en los distintos niveles de la sociedad. .

4.- A los estudiantes de la Escuela de Artes, de la Mención Promoción Cultural: tomando como referencia y punto de partida la presente investigación es posible generar una propuesta formal de cambio en la televisión venezolana, que contribuya a reducir los modelos de consumo cultural presentes en los mensajes transmitidos en la programación, indudablemente influyentes en la construcción de la identidad cultural de los niños, niñas, jóvenes y adultos, en aras de contribuir al mejoramiento de la sociedad actual.

Proponer y realizar acciones culturales, a través de acciones de animación y promoción ,que permitan la formación de un televidente crítico, con el conocimiento necesario para enfrentarse al contenido de violencia, estereotipos y antivalores presenten en los mensajes transmitidos en los programas de televisión en Venezuela.

A los estudiantes de la escuela de Artes e investigadores del área, ya que esta investigación no se agota en esta instancia investigativa, se propone tomar en cuenta la posibilidad de emplearla como base para futuras investigaciones, estudios y propuestas sobre el mismo tema, que tengan a bien realizar.

5.- A los investigadores del área: crear y difundir, por una imperante necesidad en la sociedad actual, acciones que permitan a los estudiantes de las escuelas de Artes, Comunicación Social, Psicología, Educación y demás carreras relacionadas con el área a conocer los estudios e investigaciones realizadas en torno a este tema, y les permita ser parte de la producción de nuevos conocimientos y convertirse, a su vez, en multiplicadores de la formación de espectadores críticos del medio televisivo.

FUENTES CONSULTADAS

Agudo, Ximena, Mato, Daniel (2000) Cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización: una perspectiva analítica en desarrollo. En *América Latina en tiempos de globalización II* [libro en línea] pp.15 – 56 Caracas: IESALC. Disponible: <http://www.globalcult.org.ve/pub/AMII/02-AgudoyMato.pdf>

Ballesterin, Mirian (2001). Cómo se elabora el proyecto de investigación. Caracas: BL Consultores Asociados. Servicio Editorial.

Bisbal, Marcelino. (2001). *El encuentro de la cultura y la comunicación en el consumo cultural -una perspectiva de comprensión -* [Documento en línea]. Disponible: http://mt.educarchile.cl/archives/COMENT_Cultura_consumo.pdf [Consulta: 2007, Mayo 11]

Breijo, Vanessa y Torres, Elsy. (2003). Caracas en tres cines: una aproximación al estudio del consumo cultural. *Anuario Ininco*, n° 15, vol.1, 149 - 181.

Chirinos, Armando (2000). *Animación, mediación y medios*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.

Datanalisis. (2006, Febrero). El 37% de los venezolanos posee Tv por suscripción. [Datos en línea]. En Datanalisis: *Reportes - Categoría Telecomunicaciones*. Disponible: <http://www.datanalisis.com/detalle.asp?id=277&plantilla=14> [Consulta: 2007, Junio 12]

García Canclini, Néstor (1995 – 2006). *Consumidores y ciudadanos*. México D.F., Editorial Grijalbo. *Diferentes, desiguales y desconectados*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Giménez, Lulú y Hernández, Angela (1988). *Estructura de los medios de difusión en Venezuela*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Hernández, A. Cruz (1996). *Televisión en el Aula*. UPEL. Caracas.

Hernández Díaz, Gustavo. (1998 – 2003 – 2006). *Teleniños y Televiolencias*. Caracas: Fondo Editorial de Humanidades y Educación UCV. Teoría de la Educación para los medios de Mario Kaplún. *Anuario Ininco*, nº 15, vol. 2, 11 - 49. ¿Por qué educar para un uso consciente de la televisión en el sistema escolar formal en Venezuela? *Anuario Ininco*, vol. 18, nº 1, 319 - 326.

Alcaldía de Chacao (sin fecha). Estimación de Población según INE 2001 - [Datos en línea]. En Alcaldía de Chaca: *Directorio - Datos y Estadísticas: Estimación de Población según INE 2001*. Disponible: <http://www.chacao.gov.ve/dedetail.asp?sub=16> [Consulta: 2007, Julio 16]

Martín, Gloria (2003 - 2005). Lo cultural: una pirueta. *Revista EscritoS*, nº 17-18, 75 - 90. *Metódica y Melódica de la Animación Cultural*. Caracas: Editorial Fundación para la cultura y las artes

Montero, Maritza. (2004). *Ideología, alienación e identidad nacional*. Caracas: Ediciones UCV.

Orozco Gómez, Guillermo. (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Colombia: Grupo Editorial Norma.

Piñón, Francisco (2004). *Identidad: raíces y valores en América Latina*. Ensayos sobre políticas públicas culturales para la región andina. pp. 15 – 28. Caracas: Fundación Bigott (2005).

Sunkel, Guillermo. (2002). Una mirada otra. La cultura desde el consumo. En Mato, Daniel (comp.), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. [Libro en línea]. CLACSO. Disponible: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc> [Consulta: 2007, Mayo 24].

UNESCO. (1982). *Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales México D.F. 26 de julio – 6 de agosto de 1982* [Documento en línea]. Disponible: http://64.233.169.104/search?q=cache:gHa15DN5hSQJ:portal.unesco.org/culture/es/file_download.php/7c6c2286b8b8a52b40c641590225c011mexico_sp.pdf+DECLARACION%3%93N+DE+M%3%89XICO+SOBRE+LAS+POL%3%8DTICAS+CULTURALES+identidad&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=ve&client=firefox-a [Consulta 2006, octubre 15]

UPEL. (2006) Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. Caracas: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

ANEXOS

Anexo N° 1

Ley Orgánica para la Protección del Niño y del Adolescente (LOPNA)

Artículo 2º. Definición de Niño y de Adolescente.

Se entiende por niño toda persona con menos de doce años de edad. Se entiende por adolescente toda persona con doce años o más y menos de dieciocho años de edad.

Artículo 3º. Principio de Igualdad y no Discriminación.

Las disposiciones de esta Ley se aplican por igual a todos los niños y adolescentes, sin discriminación alguna fundada en motivos de raza, color, sexo, edad, idioma, pensamiento, conciencia, religión, creencias, cultura, opinión política o de otra índole, posición económica, origen social, ético o nacional, discapacidad, enfermedad, nacimiento o cualquier otra condición del niño o adolescente, de sus padres, representantes o responsables, o de sus familiares.

Artículo 4º. Obligaciones Generales del Estado.

El Estado tiene la obligación indeclinable de tomar todas las medidas administrativas, legislativas, judiciales, y de cualquier otra índole que sean necesarias y apropiadas para asegurar que todos los niños y adolescentes disfruten plena y efectivamente de sus derechos y garantías.

Artículo 5º. Obligaciones Generales de la Familia.

La familia es responsable, de forma prioritaria, inmediata e indeclinable, de asegurar a los niños y adolescentes el ejercicio y disfrute pleno y efectivo de sus derechos y garantías. El padre y la madre tienen responsabilidades y obligaciones comunes e iguales en lo que respecta al cuidado, desarrollo y educación integral de sus hijos.

El Estado debe asegurar políticas, programas y asistencia apropiada para que la familia pueda asumir adecuadamente esta responsabilidad, y para que los padres y las madres asuman, en igualdad de condiciones, sus responsabilidades y obligaciones.

Artículo 6º. Participación de la Sociedad.

La sociedad debe y tiene derecho de participar activamente para lograr la vigencia plena y efectiva de los derechos y garantías de todos los niños y adolescentes.

El Estado debe crear formas para la participación directa y activa de la sociedad en la definición, ejecución y control de las políticas de protección dirigidas a los niños y adolescentes.

Artículo 7°. Prioridad Absoluta.

El Estado, la familia y la sociedad deben asegurar, con Prioridad Absoluta todos los derechos y garantías de los niños y adolescentes. La prioridad absoluta es imperativa para todos y comprende:

- a) Especial preferencia y atención de los niños y adolescentes en la formulación y ejecución de todas las políticas públicas;*
- b) Asignación privilegiada y preferente, en el presupuesto, de los recursos públicos para las áreas relacionadas con los derechos y garantías de los niños y adolescentes y para las políticas y programas de protección integral al niño y adolescente;*
- c) Precedencia de los niños y adolescentes en el acceso y la atención a los servicios públicos;*
- d) Primacía de los niños y adolescentes en la protección y socorro en cualquier circunstancia.*

Artículo 35°. Derecho a la Libertad de Pensamiento, Conciencia y Religión.

Todos los niños y adolescentes tienen derecho a la libertad de pensamiento, conciencia y religión.

Los padres, representantes o responsables tienen el derecho y el deber de orientar a los niños y adolescentes en el ejercicio de este derecho, de modo que contribuya a su desarrollo integral.

Artículo 36°. Derechos Culturales de las Minorías.

Todos los niños y adolescentes tienen derecho a tener su propia vida cultural, a profesar y practicar su propia religión o creencias y a emplear su propio idioma, especialmente aquellos pertenecientes a minorías étnicas, religiosas, lingüísticas o indígenas.

Artículo 43°. Derecho a Información en Materia de Salud.

Todos los niños y adolescentes tienen derecho a ser informados y educados sobre los principios básicos de prevención en materia de salud, nutrición, ventajas de la lactancia materna, estimulación temprana en el desarrollo, salud sexual y reproductiva, higiene, saneamiento sanitario ambiental y accidentes. Asimismo, tiene el derecho de ser informado de forma veraz y oportuna sobre su estado de salud, de acuerdo a su desarrollo.

El Estado, con la participación activa de la sociedad, debe garantizar programas de información y educación sobre estas materias, dirigidos a los niños, adolescentes y sus familias.

Artículo 50°. Salud Sexual y Reproductiva.

Todos los niños y adolescentes tienen derecho a ser informados y educados, de acuerdo a su desarrollo, en salud sexual y reproductiva para una conducta sexual y una maternidad y paternidad responsable, sana, voluntaria y sin riesgos.

El Estado, con la activa participación de la sociedad, debe garantizar servicios y programas de atención de salud sexual y reproductiva a todos los niños y adolescentes. Estos servicios y programas deben ser accesibles económicamente, confidenciales, resguardar el derecho a la vida privada de los niños y adolescentes y respetar su libre consentimiento, basado en una información oportuna y veraz. Los adolescentes mayores de 14 años de edad tienen derecho a solicitar por si mismos y a recibir servicios.

Artículo 51°. Protección Contra Sustancias Alcohólicas Estupefacientes y Psicotrópicas.

El Estado, con la activa participación de la sociedad, debe garantizar políticas y programas de prevención contra el uso ilícito de sustancias alcohólicas, estupefacientes y Psicotrópicas. Asimismo, debe asegurar programas permanentes de atención especial para la recuperación de los niños y adolescentes dependiente y consumidores de estas sustancias.

Artículo 53°. Derecho a la Educación.

Todos los niños y adolescentes tienen derecho a la educación. Asimismo, tienen derecho a ser inscritos y recibir educación en una escuela, plantel o instituto oficial, de carácter gratuito y cercano a su residencia.

Parágrafo Primero: El Estado debe crear y sostener escuelas, planteles e institutos oficiales de educación, de carácter gratuito, que cuenten con los espacios físicos, instalaciones y recursos pedagógicos para brindar una educación integral de la más alta calidad. En consecuencia, debe garantizar un presupuesto suficiente para tal fin.

Parágrafo Segundo: La educación impartida en las escuelas, planteles e institutos oficiales será gratuita en todos los ciclos, niveles y modalidades, de conformidad con lo establecido en el ordenamiento jurídico.

Artículo 55°. Derecho a Participar en el Proceso de Educación.

Todos los niños y adolescentes tienen el derecho a ser informados y a participar activamente en su proceso educativo. El mismo derecho tienen los padres, representantes o responsables en relación al proceso educativo de los niños y adolescentes que se encuentren bajo su patria potestad, representación o responsabilidad.

El Estado debe promover el ejercicio de este derecho, entre otras formas, brindando información y formación apropiada sobre la materia a los niños y adolescentes, así como a sus padres, representantes o responsables.

Artículo 62º. *Difusión de los Derechos y Garantías de los Niños y Adolescentes.*

El Estado, con la activa participación de la sociedad, debe garantizar programas permanentes de difusión de los derechos y garantías de los niños y adolescentes en las escuelas, institutos y planteles de educación.

Artículo 63º. *Derecho al Descanso, Recreación, Esparcimiento, Deporte y Juego.*

Todos los niños y adolescentes tienen derecho al descanso, recreación, esparcimiento, deporte y juego.

Parágrafo Primero: El: ejercicio de los derechos consagrados en esta disposición debe estar dirigido a garantizar el desarrollo integral de los niños y adolescentes y a fortalecer los valores de solidaridad, tolerancia, identidad cultural y conservación del ambiente. El Estado debe garantizar campañas permanentes dirigidas a disuadir la utilización de juguetes y de juegos bélicos o violentos.

Parágrafo Segundo: El Estado, con la activa participación de la sociedad, debe garantizar programas de recreación, esparcimiento, y juegos deportivos dirigidos a todos los niños y adolescentes, debiendo asegurar programas dirigidos específicamente a los niños y adolescentes con necesidades especiales. Estos programas deben satisfacer las diferentes necesidades e intereses de los niños y adolescentes, y fomentar, especialmente, los juguetes y juegos tradicionales vinculados con la cultura nacional, así como otros que sean creativos o pedagógicos.

Artículo 67º. *Derecho a la Libertad de Expresión.*

Todos los niños y adolescentes tienen derecho a expresar libremente su opinión y a difundir ideas, imágenes e informaciones de todo tipo, sin censura previa, ya sea oralmente, por escrito, en forma artística o por cualquier otro medio de su elección, sin más límites que los establecidos en la Ley para la Protección de sus derechos, los derechos de las demás personas y el orden público.

Artículo 68º. *Derecho a la Información.*

Todos los niños y adolescentes tienen derecho a recibir, buscar y utilizar todo tipo de información que sea acorde con su desarrollo y a seleccionar libremente el medio y la información a recibir, sin más límites que los establecidos en la Ley y los derivados de las facultades legales que corresponden a sus padres, representantes o responsables.

Parágrafo Primero: El Estado, la sociedad y los padres, representantes o responsables tienen la obligación de asegurar que los niños y adolescentes reciban información veraz, plural y adecuada a su desarrollo.

Parágrafo Segundo: El Estado debe garantizar el acceso de todos los niños y adolescentes a servicios públicos de información, documentación, bibliotecas y demás servicios similares que satisfagan las diferentes necesidades informativas de los niños y adolescentes, entre ellas, las culturales, científicas, artísticas, recreacionales, y deportivas. El servicio de bibliotecas públicas es gratuito.

Artículo 69º. Educación Crítica para Medios de Comunicación.

El Estado debe garantizar a todos los niños y adolescentes educación dirigida a prepararlos y formarlos para recibir, buscar, utilizar y seleccionar apropiadamente la información adecuada a su desarrollo.

Parágrafo Primero: La educación crítica para los medios de comunicación debe ser incorporada a los planes y programas de educación y a las asignaturas obligatorias.

Parágrafo Segundo: El Estado, con la activa participación de la sociedad, debe garantizar a todos los niños, adolescentes y sus familias programas sobre educación crítica para los medios de comunicación.

Artículo 70º. Mensajes de los Medios de Comunicación Acordes con Necesidades de los Niños y Adolescentes.

Los medios de comunicación de cobertura nacional, estatal y local tienen la obligación de difundir mensajes dirigidos exclusivamente a los niños y adolescentes, que atiendan a sus necesidades informativas, entre ellas: las educativas, culturales, científicas, artísticas, recreacionales y deportivas. Asimismo, deben promover la difusión de los derechos, garantías y deberes de los niños y adolescentes.

Artículo 71º. Garantía de Mensajes e Informaciones Adecuadas.

Durante el horario recomendado o destinado a público de niños y adolescentes o a todo público, las emisoras de radio y televisión sólo podrán presentar o exhibir programas, publicidad y propagandas que hayan sido consideradas adecuadas para niños y adolescentes, por el órgano competente.

Ningún programa no apto para niños y adolescentes podrá ser anunciado o promocionado en la programación dirigida a público de niños y adolescentes o a todo público.

Artículo 72º. Programaciones Dirigidas a Niños y Adolescentes.

Las emisoras de radio y televisión tienen la obligación de presentar programaciones de la más alta calidad con finalidades informativa, educativa, artística, cultural y de entretenimiento, dirigidas exclusivamente al público de niños y adolescentes, en un mínimo de tres horas diarias, dentro de las cuales una hora debe corresponder a programaciones nacionales de la más alta calidad.

Artículo 73º. Fomento a la Creación, Producción y Difusión de Información Dirigida a Niños y Adolescentes.

El Estado debe fomentar la creación, producción y difusión de materiales informativos, libros, publicaciones, obras artísticas y producciones audiovisuales, radiofónicas y multimedias dirigidas a los niños y adolescentes, que sean de la más alta calidad, plurales y que promuevan los valores de paz, democracia, libertad, tolerancia, igualdad entre las personas y sexos, así como el respeto a sus padres, representantes o responsables y a su identidad nacional y cultural.

Parágrafo Primero: El Estado debe establecer políticas a tal efecto y asegurar presupuesto suficiente, asignado específicamente para cumplir este objetivo.

Parágrafo Segundo: El Consejo Nacional de Derechos definirá las orientaciones generales a seguir por el Estado en materia de fomento de materiales informativos, libros, publicaciones, obras artísticas y producciones audiovisuales, radiofónicas y multimedias dirigidas a los niños y adolescentes. Asimismo, establecerá los requisitos generales en relación al contenido, género y formatos que estos deben cumplir para recibir recursos financieros y asistencia del Estado.

Artículo 74°. *Envoltura para los Medios que Contengan Informaciones e Imágenes Inadecuadas para Niños y Adolescentes.*

Los soportes impresos o audiovisuales, libros, publicaciones, videos, ilustraciones, fotografías, lecturas y crónicas que sean inadecuados para los niños adolescentes, deben tener una envoltura que selle su contenido y una advertencia que informe sobre el mismo. Cuando las portadas o empaques de éstos contengan informaciones o imágenes pornográficas, deben tener envoltura opaca.

Artículo 75°. *Informaciones e Imágenes Prohibidas en Medios Dirigidos a Niños y Adolescentes.*

Los soportes impresos o audiovisuales, libros, publicaciones, videos, ilustraciones, fotografías, lecturas y crónicas dirigidos a niños y adolescentes no podrán contener informaciones e imágenes que promuevan o inciten a la violencia, o al uso de armas, tabaco o sustancias alcohólicas, estupefacientes o psicotrópicas.

Artículo 79°. *Prohibiciones para la Protección de los Derechos de Información y a un Entorno Sano. Se prohíbe:*

a) Admitir a niños y adolescentes en espectáculos o en salas de exhibición cinematográfica, videográficas, televisivas, multimedias u otros espectáculos similares, así como en lugares públicos o privados donde se exhiban mensajes y producciones cuando éstos hayan sido clasificados como no adecuados para su edad;

b) Vender o facilitar de cualquier forma a niños y adolescentes o exhibir públicamente, por cualquiera de los multimedias existentes o por crearse, libros, revistas, programas y mensajes audiovisuales, información y datos en redes que sean pornográficos, presenten apología a la violencia o al delito, promuevan o inciten al uso de tabaco, sustancias alcohólicas, estupefacientes o psicotrópicas; o que atenten contra su integridad personal o su salud mental o moral;

c) Difundir por cualquier medio de información o comunicación, durante la programación dirigida a los niños y adolescentes o a todo público, programas, mensajes, publicidad, propaganda o promociones de cualquier índole, que promuevan el terror en los niños y adolescentes, que atenten contra la convivencia humana o la nacionalidad, o que los inciten a la deformación del lenguaje, irrespeto de la dignidad de las personas, disciplina, odio, discriminación o racismo;

d) Propiciar o permitir la participación de niños y adolescentes en espectáculos públicos o privados, obras de teatro y artísticas, películas, videos, programas

televisivos, radiofónicos y multimedias, o en sus ensayos, que sean contrarios a las buenas costumbres o puedan afectar su salud, integridad o vida;

e) Utilizar a niños y adolescentes en mensajes comerciales donde se exalte el vicio, malas costumbres, falsos valores, se manipule la información con fines contrarios al respeto a la dignidad de las personas o se promueva o incite al uso o adquisición de productos nocivos para la salud o aquellos considerados innecesarios o suntuarios.

f) Alojarse a un niño o adolescentes no acompañado por sus padres o representantes o sin la autorización escrita de éstos o de autoridad competente en hotel, pensión motel o establecimientos semejantes.

Artículo 80º. Derecho a Opinar y a Ser Oído. Todos los niños y adolescentes tienen derecho a:

a) Expresar libremente su opinión en los asuntos en que tengan interés;

b) Que sus opiniones sean tomadas en cuenta en función de su desarrollo.

Este derecho se extiende a todos los ámbitos en que se desenvuelven los niños y adolescentes, entre ellos: al ámbito estatal, familiar, comunitario, social, escolar, científico, cultural, deportivo y recreacional.

Parágrafo Primero: Se garantiza a todos los niños y adolescentes el ejercicio personal y directo de este derecho, especialmente en todo procedimiento administrativo o judicial que conduzca a una decisión que afecte sus derechos, garantías e intereses, sin más límites que los derivados de su interés superior.

Parágrafo Segundo: En los procedimientos administrativos o judiciales, la comparecencia del niño o adolescente se realizará de la forma más adecuada a su situación personal y desarrollo. En los casos de niños y adolescentes con necesidades especiales se debe garantizar la asistencia de personas que, por su profesión o relación especial de confianza, puedan transmitir objetivamente su opinión.

Parágrafo Tercero: Cuando el ejercicio personal de este derecho no resulte conveniente al interés superior del niño, éste se ejercerá por medio de sus padres, representantes o responsables, siempre que no sean parte interesada ni tengan intereses contrapuestos a los del niño o adolescente, o a través de otras personas que, por su profesión o relación especial de confianza puedan transmitir objetivamente su opinión.

Parágrafo Cuarto: La opinión del niño o adolescente sólo será vinculante cuando la Ley así lo establezca. Nadie puede constreñir a los niños y adolescentes a expresar su opinión, especialmente en los procedimientos administrativos y judiciales.

Artículo 81º. Derecho a participar.

Todos los niños y adolescentes tienen derecho a participar libre, activa y plenamente en la vida familiar, comunitaria, social, escolar, científica, cultural, deportiva y recreativa, así como a la incorporación progresiva a la ciudadanía activa.

El Estado, la familia y la sociedad deben crear y fomentar oportunidades de participación de todos los niños y adolescentes y sus asociaciones.

Convención Internacional sobre los Derechos del Niño

Artículo 1º. *Para los efectos de la presente Convención, se entiende por niño todo ser humano menor de dieciocho años de edad, salvo que, en virtud de la ley que le sea aplicable, haya alcanzado antes la mayoría de edad.*

Artículo 13º.

1. El niño tendrá derecho a la libertad de expresión; ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño.

2. El ejercicio de tal derecho podrá estar sujeto a ciertas restricciones, que serán únicamente las que la ley prevea y sean necesarias:

- a) Para el respeto de los derechos o la reputación de los demás; o*
- b) Para la protección de la seguridad nacional o el orden público o para proteger la salud o la moral públicas.*

Artículo 17º. *Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán por que el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental. Con tal objeto, los Estados Partes:*

- a) Alentarán a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para el niño, de conformidad con el espíritu del artículo 29;*
- b) Promoverán la cooperación internacional en la producción, el intercambio y la difusión de esa información y esos materiales procedentes de diversas fuentes culturales, nacionales e internacionales;*
- c) Alentarán la producción y difusión de libros para niños;*
- d) Alentarán a los medios de comunicación a que tengan particularmente en cuenta las necesidades lingüísticas del niño perteneciente a un grupo minoritario o que sea indígena;*
- e) Promoverán la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar, teniendo en cuenta las disposiciones de los artículos 13 y 18.*

Artículo 19°.

1. Los Estados Partes adoptarán todas las medidas legislativas, administrativas, sociales y educativas apropiadas para proteger al niño contra toda forma de perjuicio o abuso físico o mental, descuido o trato negligente, malos tratos o explotación, incluido el abuso sexual, mientras el niño se encuentre bajo la custodia de los padres, de un representante legal o de cualquier otra persona que lo tenga a su cargo.

2. Esas medidas de protección deberían comprender, según corresponda, procedimientos eficaces para el establecimiento de programas sociales con objeto de proporcionar la asistencia necesaria al niño y a quienes cuidan de él, así como para otras formas de prevención y para la identificación, notificación, remisión a una institución, investigación, tratamiento y observación ulterior de los casos antes descritos de malos tratos al niño y, según corresponda, la intervención judicial.

Artículo 24°.

1. Los Estados Partes reconocen el derecho del niño al disfrute del más alto nivel posible de salud y a servicios para el tratamiento de las enfermedades y la rehabilitación de la salud. Los Estados Partes se esforzarán por asegurar que ningún niño sea privado de su derecho al disfrute de esos servicios sanitarios.

2. Los Estados Partes asegurarán la plena aplicación de este derecho y, en particular, adoptarán las medidas apropiadas para:

a) Reducir la mortalidad infantil y en la niñez;

b) Asegurar la prestación de la asistencia médica y la atención sanitaria que sean necesarias a todos los niños, haciendo hincapié en el desarrollo de la atención primaria de salud;

c) Combatir las enfermedades y la malnutrición en el marco de la atención primaria de la salud mediante, entre otras cosas, la aplicación de la tecnología disponible y el suministro de alimentos nutritivos adecuados y agua potable salubre, teniendo en cuenta los peligros y riesgos de contaminación del medio ambiente;

d) Asegurar atención sanitaria prenatal y postnatal apropiada a las madres;

e) Asegurar que todos los sectores de la sociedad, y en particular los padres y los niños, conozcan los principios básicos de la salud y la nutrición de los niños, las ventajas de la lactancia materna, la higiene y el saneamiento ambiental y las medidas de prevención de accidentes, tengan acceso a la educación pertinente y reciban apoyo en la aplicación de esos conocimientos;

f) Desarrollar la atención sanitaria preventiva, la orientación a los padres y la educación y servicios en materia de planificación de la familia.

3. Los Estados Partes adoptarán todas las medidas eficaces y apropiadas posibles para abolir las prácticas tradicionales que sean perjudiciales para la salud de los niños.

4. Los Estados Partes se comprometen a promover y alentar la cooperación internacional con miras a lograr progresivamente la plena realización del derecho reconocido en el presente artículo. A este respecto, se tendrán plenamente en cuenta las necesidades de los países en desarrollo.

Anexo N° 2

Estimación de población en base a los datos publicados por el INE en el año 2001

Año	Cantidad de Jóvenes entre 15 y 17 años de edad
2000	2.925
2001	3.363,75
2002	3.868,31
2003	4.448,55
2004	5.115,84
2005	5.883,21
2006	6.765,70
2007	7.780,55

Estos datos han sido obtenidos de la sumatoria del 15 % anual que se estima sea el crecimiento de la población venezolana en general; y la cifra estimada para el año 2007 la hemos llevado a 7.781 jóvenes con edades comprendidas entre los 15 y 17 años.

Anexo N° 3

Anexo N° 4

Guía para analizar un programa de “variedades”, espectáculo, misceláneo o show

Canal:

Nombre del programa:

Hora de emisión:

Fecha de emisión:

Frecuencia:

Duración:

1. A su juicio, ¿qué elementos hacen entretenido el programa?
2. ¿A qué sector social pretende atender?
3. ¿Cuál es la estructura o formato del programa? ¿De cuántas y cuáles secciones consta?
4. Diga las características principales de los animadores que conducen el programa.
5. Señale qué le agradó y qué le desagradó:

Aspectos que le agradaron	Aspectos que le desagradaron

6. ¿Qué significa para usted entretener? ¿Cómo debería ser, a su juicio, un programa de entretenimiento útil y valioso?

7. Describa a continuación los estereotipos que presenta:

Expresiones	Gestos	Vestimenta y calzado	Accesorios	Peinados y maquillaje	Físicamente	Comportamiento sociocultural

8. Indique si observa algún tipo de violencia y explique de qué manera:

Violencia física	Violencia Verbal	Violencia psicológica	Violencia sexual

9. Diga cuáles son los valores y/o antivalores que predominan en el cómics, según su criterio:

Valores	Antivalores

Anexo N° 5

Guía para analizar un programa deportivo

Canal:

Nombre del programa:

Hora de emisión:

Fecha de emisión:

1. ¿Cuál es la estructura o formato del programa? ¿De cuántas y cuáles secciones consta?

2. ¿El programa se especializa en un deporte o es variado?

3. Señale qué le agradó y qué le desagradó:

Aspectos que le agradaron	Aspectos que le desagradaron

4. Describa a continuación los estereotipos que presenta el programa:

Expresiones	Gestos	Vestimenta y calzado	Accesorios	Peinados y maquillaje	Físicamente	Comportamiento sociocultural

5. Indique si observa algún tipo de violencia y explique de qué manera:

Violencia física	Violencia Verbal	Violencia psicológica	Violencia sexual

6. Diga cuáles son los valores y/o antivalores que predominan en el programa, según su criterio:

Valores	Antivalores

Anexo N° 6

Guía para analizar un programa infantil – juvenil

Canal:

Nombre del programa:

Hora de emisión:

Fecha de emisión:

Frecuencia:

Duración:

1. ¿Cuál es la estructura del programa?

2. ¿Cuáles son, a su juicio, los criterios que lo definen como programa infantil - juvenil?

3. ¿Cuál es la temática o problemática tratada?

4. ¿Qué le agregaría o quitaría a este programa?

Agregaría	Quitaría

5. Describa a continuación los estereotipos que presenta el programa:

Expresiones	Gestos	Vestimenta y calzado	Accesorios	Peinados y maquillaje	Físicamente	Comportamiento sociocultural

6. Indique si observa algún tipo de violencia y explique de qué manera:

Violencia física	Violencia Verbal	Violencia psicológica	Violencia sexual

7. Diga cuáles son los valores y/o antivalores que predominan en el programa, según su criterio:

Valores	Antivalores

Anexo N° 7

Guía para analizar una publicidad o propaganda

Canal:

Nombre del producto que se anuncia:

1. Audiencia a la cual está dirigido:

Sexo: M ___ F ___ Ambos sexos ___

Niños ___ Niños-Jóvenes ___ Jóvenes ___ Jóvenes-Adultos ___ Adultos ___

Adultos-Ancianos ___ Ancianos ___ Todo público ___

2. Necesidad que pretende satisfacer la publicidad o propaganda.

Alimentación___ Abrigo___ Vivienda___ Seguridad___ Saciar la sed___ Amor y
afecto___ Sexo___

Reconocimiento y estima por parte de los demás___ Realización de sí mismo___

Otras, especifique: -

3. ¿Qué aspectos son destacados para despertar esa necesidad?

Imágenes___ Música___ Palabras___ Sonidos___

Especifique: -

4. Describa a continuación los estereotipos que presenta la publicidad o propaganda:

Expresiones	Gestos	Vestimenta y calzado	Accesorios	Peinados y maquillaje	Físicamente	Comportamiento sociocultural

5. Indique si observa algún tipo de violencia y explique de qué manera:

Violencia física	Violencia Verbal	Violencia psicológica	Violencia sexual

6. Diga cuáles son los valores y/o antivalores que predominan en la publicidad o propaganda, según su criterio:

Valores	Antivalores

Anexo N° 8

Guía para analizar un programa musical

Canal:

Nombre del programa:

Hora de emisión:

Fecha de emisión:

Frecuencia:

Duración:

1. Marque con una x el o los géneros musicales que promueve:

Clásica __ Semiclásica __ Jazz __ Contemporánea __ Tradicional __ Folklórica __
Merengue __ Salsa __

Reggae __ Merengue __ Cumbia __ Rock __ USA __ Latino __ Nacional __
Otro(s) _____

2. La población a la que pretende atender fundamentalmente:

Niños __ Jóvenes __ Adultos __ Todo público __

3. ¿Cuál es la estructura del programa?

4. ¿Qué le agregaría o quitaría al programa?

Agregaría	Quitaría

5. Describa a continuación los estereotipos que presenta el programa:

Expresiones	Gestos	Vestimenta y calzado	Accesorios	Peinados y maquillaje	Físicamente	Comportamiento sociocultural

6. Indique si observa algún tipo de violencia y explique de qué manera:

Violencia física	Violencia Verbal	Violencia psicológica	Violencia sexual

7. Diga cuáles son los valores y/o antivalores que predominan en el programa, según su criterio:

Valores	Antivalores

Anexo N° 9

Guía para analizar un noticiero de televisión

Canal:

Nombre del noticiero:

Hora de emisión:

Fecha de emisión:

1. ¿Cuál es la estructura o formato del noticiero?

2. ¿Cuántos narradores de noticias hay? Principales y especializados

3. ¿Cuáles fueron las noticias más importantes?

4. Las noticias más destacadas por el noticiero, ¿fueron efectivamente las “más importantes”?

5. ¿Podría identificar cuál o cuales noticias fueron minimizadas?

6. ¿El noticiero empleó algún método para destacar o para pasar por inadvertida una noticia?

7. ¿Es un show noticioso el noticiero? Especifique

8. Describa a continuación los estereotipos que presenta el noticiero:

Expresiones	Gestos	Vestimenta y calzado	Accesorios	Peinados y maquillaje	Físicamente	Comportamiento sociocultural

9. Indique si observa algún tipo de violencia y explique de qué manera:

Violencia física	Violencia Verbal	Violencia psicológica	Violencia sexual

10. Diga cuáles son los valores y/o antivalores que predominan en el noticiero, según su criterio:

Valores	Antivalores

Anexo N° 10

Guía para analizar un capítulo de una novela

Canal:

Nombre de la Novela:

Hora de emisión:

Fecha de emisión:

1. Describa lo siguiente:

Criterios de evaluación	Protagonista femenino	Contrafigura femenino	Protagonista masculino	Contrafigura femenina
Características físicas				
Características socioeconómicas				
Características psicológicas				
Aspectos positivos (potencialidades)				
Aspectos negativos (debilidades)				
Metas que propone alcanzar				

2. De las situaciones ocurridas en la telenovela ¿cuáles tienen parecido con la realidad?
¿Cuáles no? De algunos ejemplos.

3. A su juicio ¿qué enseñanza deja esta telenovela acerca de los problemas de la vida real?

4. Describa a continuación los estereotipos que presenta esta telenovela:

Expresiones	Gestos	Vestimenta y calzado	Accesorios	Peinados y maquillaje	Físicamente	Comportamiento sociocultural

5. Indique si observa algún tipo de violencia y explique de qué manera:

Violencia física	Violencia Verbal	Violencia psicológica	Violencia sexual

6. Diga cuáles son los valores y/o antivalores que predominan en esta telenovela, según su criterio:

Valores	Antivalores

Anexo N° 11

Guía para analizar un programa de opinión

Canal:

Nombre del programa:

Hora de emisión:

Fecha de emisión:

1. Indique la estructura del programa.

2. ¿Cómo fue abordado el tema por el moderador? ¿Qué recurso empleó?

3. ¿Cómo fue abordado el tema por el o los invitados al programa?

4. ¿Qué enseñanza le dejó este programa de opinión en cuanto a la temática tratada en el mismo?

5. Describa a continuación los estereotipos que presenta el programa:

Expresiones	Gestos	Vestimenta y calzado	Accesorios	Peinados y maquillaje	Físicamente	Comportamiento sociocultural

6. Indique si observa algún tipo de violencia y explique de qué manera:

Violencia física	Violencia Verbal	Violencia psicológica	Violencia sexual

7. Diga cuáles son los valores y/o antivalores que predominan en el programa, según su criterio:

Valores	Antivalores

Anexo N° 12

Guía para analizar un capítulo de una serie

Canal:

Nombre de la serie:

Hora de emisión:

Fecha de emisión:

1. Describa lo siguiente:

Criterios de evaluación	Protagonista femenino	Contrafigura femenino	Protagonista masculino	Contrafigura femenina
Características físicas				
Características socioeconómicas				
Características psicológicas				
Aspectos positivos (potencialidades)				
Aspectos negativos (debilidades)				
Metas que propone alcanzar				

2. De las situaciones ocurridas en la serie ¿cuáles tienen parecido con la realidad? ¿Cuáles no? De algunos ejemplos.

3. A su juicio ¿qué enseñanza deja esta serie acerca de los problemas de la vida real?

4. Describa a continuación los estereotipos que presenta esta serie:

Expresiones	Gestos	Vestimenta y calzado	Accesorios	Peinados y maquillaje	Físicamente	Comportamiento sociocultural

5. Indique si observa algún tipo de violencia y explique de qué manera:

Violencia física	Violencia Verbal	Violencia psicológica	Violencia sexual

6. Diga cuáles son los valores y/o antivalores que predominan en esta serie, según su criterio:

Valores	Antivalores

Anexo N° 13

Guía para analizar un programa de humor

Canal:

Nombre del programa:

Hora de emisión:

Fecha de emisión:

Frecuencia:

Duración:

1. A su juicio, ¿qué elementos hacen entretenido el programa?

2. ¿A qué sector social pretende atender?

3. ¿Cuál es la estructura o formato del programa? ¿De cuántas y cuáles secciones consta?

4. Diga las características principales de los animadores que conducen el programa.

5. Señale qué le agradó y qué le desagradó:

Aspectos que le agradaron	Aspectos que le desagradaron

6. Describa a continuación los estereotipos que presenta:

Expresiones	Gestos	Vestimenta y calzado	Accesorios	Peinados y maquillaje	Físicamente	Comportamiento sociocultural

7. Indique si observa algún tipo de violencia y explique de qué manera:

Violencia física	Violencia Verbal	Violencia psicológica	Violencia sexual

8. Diga cuáles son los valores y/o antivalores que predominan en el comics, según su criterio:

Valores	Antivalores

Anexo N° 14

Guía para analizar los cómics de la televisión

Canal:

Nombre:

Hora de emisión:

Fecha de emisión:

Frecuencia:

Duración:

1. Audiencia a la cual está dirigido:

Niños __ Jóvenes __ Adultos __ Todo público __

2. Describa lo siguiente:

Personaje(s) principal (s)	Acciones	Personaje(s) secundarios	Acciones

3. ¿Cuál es el mensaje?

4. ¿Qué agregaría o quitaría a este cómics?

Agregaría	Quitaría

5. Describa a continuación los estereotipos que presenta:

Expresiones	Gestos	Vestimenta y calzado	Accesorios	Peinados y maquillaje	Físicamente	Comportamiento sociocultural

6. Indique si observa algún tipo de violencia y explique de qué manera:

Violencia física	Violencia Verbal	Violencia psicológica	Violencia sexual

7. Diga cuáles son los valores y/o antivalores que predominan en el cómics, según su criterio:

Valores	Antivalores