



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES  
TRABAJO ESPECIAL DE GRADO**



**“INFLUENCIA DE LAS INFORMACIONES CONTENIDOS EN  
LOS ESPACIOS PROGRAMÁTICOS DE LA MAÑANA DE  
TELEVEN EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS  
ESTUDIANTES DE NOVENO GRADO DE LA U.E “ANTONIO  
RICAURTE”**

**Autor: Néstor León  
Tutor: Giannina Fusco**

**Valencia, Julio 2014**



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES  
TRABAJO ESPECIAL DE GRADO**



**“INFLUENCIA DE LAS INFORMACIONES CONTENIDOS EN LOS  
ESPACIOS PROGRAMÁTICOS DE LA MAÑANA DE TELEVEN EN EL  
COMPORTAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE NOVENO GRADO  
DE LA U.E “ANTONIO RICAURTE”**

Línea de Investigación: Antropología de la Vida Cotidiana

**Autor: Néstor León  
Tutor: Giannina Fusco**

**Valencia, Julio 2014**



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**ESCUELA DE EDUCACIÓN**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES**



**INFLUENCIA DE LAS INFORMACIONES CONTENIDOS EN LOS  
ESPACIOS PROGRAMÁTICOS DE LA MAÑANA DE TELEVEN EN EL  
COMPORTAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE NOVENO GRADO  
DE  
LA U.E "ANTONIO RICAURTE**

Línea de Investigación: Antropología de la Vida Cotidiana

Trabajo presentado a la Universidad de Carabobo por Néstor León  
Como requisito para optar al título de  
Licenciado de Educación Mención Ciencias Sociales  
Realizado con la asesoría de

---

Licda. Giannina Fusco

**Valencia, Julio 2014**

## **Agradecimiento**

En primer lugar a Dios agradezco la oportunidad de haber transitado todo este camino hasta el logro de mi meta

A mi madre Yajaira Castro por todo el apoyo brindado, a mis hermanas Carolina León y Nesyar León.

Y a todas las personas que de una u otra manera me han apoyado en la prosecución de mis estudios.

## **Dedicatoria**

Primeramente quiero dedicarle este trabajo a Dios luego a mi madre, pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora.

Igualmente dedico todo el esfuerzo de este trabajo a mis hermanas y mis amistades que me han apoyado y brindaron toda su ayuda.

## ÍNDICE

Carta de Autorización del Tutor	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Resumen	viii
Introducción	01
<b>CAPÍTULO I. EL PROBLEMA</b>	
Planteamiento del problema	04
Objetivos de la investigación	09
Justificación de la investigación	10
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO</b>	
Antecedentes de la investigación	13
Bases Teóricas	18
Bases Legales	32
Términos básicos	41
Operacionalización de Variables	46

### **CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO**

Tipo de investigación	47
Diseño de la investigación	48
Técnicas de recolección de datos	48
Análisis e interpretación de los resultados	50
Validez y confiabilidad	51

### **CAPÍTULO IV. PRESENTACION Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

Presentación de resultados	53
Discusión y análisis de los resultados	79

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>81</b>
---------------------	-----------

<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>83</b>
------------------------	-----------

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>84</b>
-----------------------------------	-----------

<b>ANEXOS</b>	
---------------	--



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION  
ESCUELA DE EDUCACIÓN  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES  
TRABAJO ESPECIAL DE GRADO**



**“INFLUENCIA DE LAS INFORMACIONES CONTENIDAS EN LOS ESPACIOS PROGRAMÁTICOS DE LA MAÑANA DE TELEVEN EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE NOVENO GRADO DE LA U.E “ANTONIO RICAURTE”**

Línea de Investigación: Antropología de la Vida Cotidiana

Autor: Néstor León  
Tutor: Giannina Fusco

**Resumen**

Se realizó el presente trabajo de investigación el cual está dirigido a determinar la influencia que ejercen los contenidos de los mensajes transmitidos en los programas televisivos, en virtud de las conductas observadas en los estudiantes de la U.E “Antonio Ricaurte”. Se tomaron algunos trabajos como antecedentes de la investigación los cuales aportaron información relevante para la misma, así mismo se determinaron las bases teóricas como son las teorías de la comunicación y la televisión en Venezuela. Se realizó la investigación mediante un enfoque cuantitativo, diseño de campo de tipo descriptivo. Se recolectaron los datos a través de la observación, un cuestionario de preguntas dicotómicas y una lista de cotejo para tener la información necesaria, tomando una muestra de 17 estudiantes que equivale a un 37% de la población y es representativa de la misma, luego de recolectar estos datos se procedió a la presentación de estos por medio de gráficos y el análisis de los mismos, según los resultados arrojados se evidenciaron las conductas y comportamientos de los estudiantes siendo estos con una influencia marcada de los contenidos ya que se observó que usan lenguaje y ciertas palabras imitadas de los programas, adoptan conductas de las que observan en la televisión y practican rituales y su vida se ve influenciada por creencias de las que son transmitidas en dichos programas, por último se establecieron las conclusiones que se derivan del estudio y las recomendaciones pertinentes.

Palabras claves: influencia, conductas, mensajes, fundamentos, ideología.

## INTRODUCCIÓN

La comunicación se ha convertido en el elemento protagónico por medio del cual los seres humanos interactúan, se relacionan y por ende, hacen vida social. Con el paso del tiempo y la evolución del hombre, la comunicación ha tenido grandes transformaciones que facilitan la inmediatez al momento de comunicar.

Con gestos, sonidos y palabras; a través de medios de comunicación como la televisión o la radio, entre otros tantos, la Sociedad hoy día goza de fácil acceso a la comunicación y puede satisfacer sus necesidades comunicacionales. Sin embargo, la forma de comunicar a través de los medios, puede afectar de forma positiva o negativa a una audiencia determinada. Uno de los medios de comunicación con más impacto es la televisión, medio potencialmente poderoso capaz de transformar culturas, ideologías, estilos de vida, entre otros. La televisión se convierte en un arma de doble filo que debe estar regulada por alguna norma para proteger la salud mental de la sociedad, promover la responsabilidad social y fomentar el equilibrio democrático entre adolescentes del hoy.

La televisión es un medio de comunicación muy importante que llega a todos los hogares y a las clases sociales de Venezuela, por lo cual tiene gran influencia en el comportamiento de los individuos y más aún en los jóvenes adolescentes. Este tiempo prolongado ante la televisión recibiendo un bombardeo de múltiples información es de toda índole causa un efecto negativo en los niños, niñas y adolescentes ya que sus conductas se ven influenciadas por estos mensajes contenidos en los programas televisivos, observándose en estas conductas imitativas que resultan perjudiciales ya que distorsionan la realidad. En tal sentido esta

investigación se basa en la influencia de las informaciones contenidos en los espacios programáticos de la mañana de televen en el comportamiento de los estudiantes de noveno grado de la U.E “Antonio Ricaurte”

Evidenciándose que los adolescentes realizan rituales de los que presentan en la televisión, adoptan conductas y creencias y se ven coaccionados según las creencias y los pronósticos que le da su signo zodiacal, dejándoles llevar en varias oportunidades y conduciéndose según estas informaciones.

El siguiente trabajo de investigación está estructurado de la siguiente manera

En el Capítulo I de esta investigación, se plantea la situación problemática, de igual forma se justifica la realización de la investigación y se establecen los objetivos de la investigación.

En el Capítulo II, el cual contempla el marco teórico que sustenta la investigación así como también los antecedentes, las bases legales y se establece la hipótesis de la investigación y se operalizan las variables que influyen en el problema en estudio.

En el Capítulo III, se plantea el marco metodológico, se exponen los criterios y métodos utilizados para la obtención de los objetivos de la investigación; especificando el paradigma, tipo y diseño de la investigación; población y muestra; técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Para dar continuación a la investigación, en el Capítulo IV mediante la interpretación de los datos arrojados de las técnicas e instrumentos de

recolección de datos se llega a la culminación del estudio, mostrándose así, en las conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **Planteamiento del Problema**

La televisión es el medio de comunicación de mayor alcance en el mundo, un fenómeno masivo que comunica, informa y persuade de manera significativa al espectador. Este medio transforma las mentalidades y las conductas dando como resultado cambios considerables en actitudes y acciones. Este medio llega a todas las clases sociales y representa un interruptor de comunicación en la familia y la comunidad.

Este medio nace a partir de la conjunción de una serie de fenómenos e investigaciones simultáneas pero desarrolladas aisladamente. El original descubrimiento de la "foto telegrafía" a mediados del siglo XIX (La palabra Televisión no sería usada sino hasta 1900), debe sus avances y desarrollo a varios investigadores que experimentaron con la transmisión de imágenes vía ondas electromagnéticas.

En este sentido la televisión tuvo un impacto considerable en la sociedad después de los años 50 y debido a la revolución industrial este medio informativo no se compara con ningún otro; De esta forma este medio de difusión se encarga de crear emociones inmediatas en los espectadores, de entretenerlos, crearles necesidad y jugar de una manera negativa o positiva con sus sentidos y sentimientos, haciéndose sentir entre la audiencia y además es considerado un arma de doble filo que aporta y arrebatata al ser humano.

Los comerciales de televisión crean una necesidad en el espectador persuadiéndoles de manera considerable y bombardeándole con productos, promociones que psicológicamente se convierten automáticamente en una necesidad de primera clase pese a que no lo sea.

De este modo, la televisión ha traído consigo una manera más rápida y sencilla de conocer lugares, destinos que tal vez muchas personas no puedan conocer, haciendo viajar y poner a volar la imaginación dando por un momento la oportunidad de olvidar los problemas que cada quien pueda tener. La televisión informa del acontecer diario y brinda la oportunidad de mantener un vínculo con el mundo.

Se le adjudica en muchas oportunidades a la televisión la responsabilidad directa de la falta de comunicación en la familia, Si bien es cierto que no hay referencias comprobadas científicamente de que la comunicación en la familia antes de 1950 haya sido más fluida que al aparecer el fenómeno televisivo; sin embargo, es importante tomar en cuenta que las ocupaciones familiares, la diversidad de caracteres, distancias laborales o académicas, y la más fundamental, la diversidad de horarios de sus miembros, se encuentran entre las razones más complejas que la presencia de la televisión en el hogar.

Se puede deducir que la televisión aumenta la comunicación entre los miembros de la familia puesto que programas de interés común en el grupo familiar fomentan y acercan a estos, en horas determinadas pese a sus diferencias de horarios y diversas ocupaciones.

La televisión no solo puede fomentar la comunicación familiar, más allá de esto puede perjudicar en gran sentido a la población, específicamente a los niños, ya que pierden interés por actividades que estimulan su crecimiento como la lectura, juegos didácticos, relación con otros niños, entre otros.

Partiendo de los inicios a modo de antecedentes y en este mismo sentido, se observa que para el año 1969, los efectos de la televisión causaron una preocupación y un revuelo tal, que el interés llegó hasta el senado norteamericano donde al Secretario de Sanidad, Educación y Bienestar, se le solicitó que abriera una encuesta para determinar la violencia en la televisión y el impacto de ésta sobre la conducta, formando un grupo de doce especialistas científicos para esta investigación. Al mismo tiempo se designó a otro panel de expertos para coordinar el programa de investigación.

Esta investigación arrojó resultados a partir de los cuales se creó un informe al que titularon *La Televisión y el desarrollo del niño: el impacto de la violencia en la televisión*. Dentro de los resultados más destacados se encontró que, de 94 programas de dibujos animados para niños estudiados, todos excepto tres, uno en 1967, uno en 1968 y uno en 1969 contenían por lo menos tres veces más episodios de violencia que los programas destinados para adultos. Una hora típica de dibujos animados contenía seis veces más episodios de violencia que una hora de programas de adultos.

Para el año 1961 se demostró que los niños, especialmente entre los tres y cinco años de edad, muestran gran cantidad de aprendizajes sobre la base de la observación directa de la conducta de un modelo adulto, y también se enfatizan dos procesos en la explicación del por qué

la violencia en películas y en televisión frecuentemente producen un incremento en las respuestas agresivas de los miembros de la audiencia. Estos procesos son aprendizaje por imitación y efectos inhibitorios y desinhibitorios.

La televisión dispone de técnicas excelentes para motivar y que las imágenes e ideas sembradas, regadas y abonadas en el campo mental, producirán una inexorable cosecha que debe ser convenientemente evaluada.

Desde una visión sociológica y en el campo de la economía política, la televisión se ha convertido en un pilar esencial para la formación y el desarrollo del ser humano, por ser un instrumento clave para establecer una dominación simbólica que justifique y tienda a mostrar como normal la concentración de capital en todo campo social y político. De allí que cada persona pueda convertirse en incapaz de analizar o razonar cualquier aspecto crítico de su entorno, limitándose a cubrir sus necesidades mediante el control simbólico, de esta manera pierde articulación en cuanto a lo histórico político, entonces la política se ve socavada y desgastada perdiendo legitimidad en cuanto a la representación.

Por ello, es necesario analizar las noticias y los fundamentos ideológicos que se encuentran sumergidos en el sistema, el contenido político intrínseco que posee cada información, de la opinión explícita en cualquiera de sus manifestaciones, tanto en la información noticiosa como en las llamadas funciones de distracción, educación y orientación, entre otras, en su mayoría reducidas a transmitir abiertamente modelos de conductas reaccionarios a distintos estereotipos. En Venezuela, la televisión adquiere cada vez mayor importancia e influencia sobre las

sociedades, tanto la forma de actuar como de pensar de las personas, logrando modificar la manera en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea.

El proceso de socialización de los jóvenes adolescentes y de todos los integrantes de la sociedad, está relacionada con la calidad de los contenidos de los programas educativos, informativos y de entretenimientos que transmite, y también de las publicidades que influyen en los hábitos de consumo de la población. Los niños y jóvenes son los primeros consumidores. Lo que significa que se han distorsionado los valores y formas de ser nacionales, provocados por los contenidos de las llamadas industrias culturales, tanto de masas como los mensajes publicitario manipuladores de la conciencia de la juventud, que ha influenciado en la conciencia del venezolano aislándolo culturalmente de su propia identidad y tradición. Las trasnacionales y la oligarquía criolla se ven en la necesidad de reproducir su ideología, lo cual logran a través de la publicidad, las fundaciones y los servicios que prestan a la comunidad.

Es así como el auge de los medios de comunicación en Venezuela, podrían estar influenciados por los sistemas dominantes capitalistas internacionales, que aplican sus políticas en América latina; siendo el sector privado quien ejerce mayor dominio de los medios de comunicación venezolanos. Estos transmiten sus ideologías políticas y la deformación de la misma, en la región central, que es el principal blanco de dominación por ser la más habitada debido a sus características geografías y por poseer la mayor carga industrial del país.

El problema de la televisión es análogo, es decir, las noticias televisivas influyen de un modo decisivo en las prioridades atribuidas por

las personas a los problemas nacionales y las consideraciones según las cuales valoran a los dirigentes políticos. En definitiva, uno de los factores que origina la alienación es, seguramente, que la televisión personaliza la política

Esto deviene que la televisión informa más que cualquier medio de comunicación en el sentido que llega a una audiencia aún más amplia. Sin embargo la progresión se detiene en este punto. Porque la televisión da menos información que cualquier otro instrumento de información, puesto que con la televisión cambia radicalmente el criterio de selección de las informaciones o entre las informaciones. La información que cuenta es la que se puede filmar mejor; y si no hay filmaciones no hay noticias y si no hay noticias no hay comunicaciones lo que trae consigo la falta de conciencia política, educativa, moral y cultural. Ante los argumentos expuestos, cabe formular la siguiente interrogante:

¿Qué influencia tienen las informaciones contenidos en los espacios programáticos de TELEVEN en los estudiantes de noveno grado de la U.E “ANTONIO RICAURTE”

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo General**

Determinar la influencia de las informaciones contenidos en los espacios programáticos de la mañana de Televen en el comportamiento de los estudiantes de noveno grado de la UE Antonio Ricaurte

## **Objetivos Específicos**

Reconocer el lenguaje que utiliza TELEVEN, y mensajes contenidos en los espacios programáticos matutinos

Caracterizar el comportamiento de los estudiantes de noveno grado de la U.E Antonio Ricaurte

Identificar los mensajes que transmiten los contenidos de los espacios programáticos matutinos de Televen presentes en el comportamiento de los estudiantes de noveno grado de la UE "Antonio Ricaurte" Guigue, municipio Carlos Arvelo Estado Carabobo

Establecer la influencia de las informaciones contenidas en los espacios programáticos matutinos de TELEVEN en los estudiantes de noveno grado de la UE Antonio Ricaurte

## **Justificación de la Investigación**

La evolución de toda la sociedad está en manos del ser humano, de cómo se prepara, piensa y actúa. La identidad nacional, la educación, cultura, los valores, la ética y las leyes han sido algunos de los pilares primordiales que se han profundizado para que la humanidad pueda mantenerse orientada en pro del bien social. La televisión como medio de comunicación puede ser un arma de doble filo al momento de tratar con estos temas, a través de esta investigación se busca identificar de qué manera son manejados estos puntos en el medio televisivo.

A medida que pasa el tiempo, las sociedades trabajan en diferentes aspectos como en materia de educación, de tecnología, y de

comunicación, entre otros, a tal punto que la humanidad se vuelve cada vez más exigente y se hace necesario la atención y vigilancia constante de cada avance o cada atraso que pueda perjudicar la convivencia ciudadana, en especial los medios con más difusiones masivas como la televisión.

Este medio de alcance masivo se ha convertido potencialmente en la voz del pueblo, en el centro de atención de las sociedades y en muchas ocasiones en el profesor que educa sin ser contratado. Cabe destacar entonces la importancia de los medios de comunicación y de la responsabilidad que tienen los comunicadores sociales frente a la sociedad y a las familias que día a día de manera positiva o negativa están constantemente recibiendo influencias de la televisión.

En vista de la coyuntura política, social y psicológica que se ha venido desarrollando en el país, en los últimos años, por la dominación ideológica que ejercen los medios de comunicación, a través de la transmisión de mensajes fundamentados en los intereses políticos de los sectores que manejan el poder en el país, se ha estructurado un escenario social caracterizado por la alienación y el desarraigo cultural autóctono, aislando a la juventud venezolana de su contexto social ignorando las concepciones, estilos de vida, actitudes, aptitudes, valores, sentimientos e ideologías. En este sentido, la estructura social de la nación venezolana se configura en el distanciamiento de los jóvenes de su propia condición ciudadana, creando necesidades que no se corresponden con la idiosincrasia de los pueblos.

La transmisión de mensajes a través de la televisión genera un espacio para la manipulación de la conciencia de la juventud, generando una configuración ideológica que fortalece la reproducción social y la

conservación de la estructura de dominación en la sociedad. Esto se debe a que, los padres, representantes o responsables de los jóvenes no supervisan ni orientan el proceso de información de sus hijos. Por ello, los medios informativos crean una programación creadora de estereotipos sociales que desvinculan a la juventud venezolana de la realidad social de país.

En este orden de ideas, se considera de gran importancia conocer la influencia de la televisión y los efectos que produce en la formación integral de los jóvenes adolescentes para poder aplicar estrategias orientadoras que conlleven al análisis crítico de la información difundida.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

Este trabajo investigativo tiene como propósito primordial el estudio de las noticias, informaciones y fundamentos de TELEVEN ,vista por niños, niñas, adolescentes y adultos, determinar si se adecúa ésta a los lineamientos establecidos en las leyes que regulan las producciones audiovisuales dentro del territorio nacional.

#### **Antecedentes de la Investigación**

A continuación se toman en consideración algunos trabajos de investigación, los cuales aportan ayuda y mejoramiento al desarrollo y desenvolvimiento de la investigación.

Hernández J. (2007) ***La posmodernidad televisiva y la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Caso: Escuela de Comunicación Social LUZ***, presentado en la Universidad del Zulia. Este trabajo tiene como objetivo analizar el grado de conocimiento que tienen tanto los profesores como los estudiantes cursantes del último semestre de comunicación social de la Universidad del Zulia sobre la producción nacional contemplada en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Estudio que fue fundamentado en los aportes teóricos de Barbero y Rey (1999), Lanz (2000), Miliband (1997) y Barber (1984). Con una muestra de 20 profesores y 30 estudiantes del Departamento de Audiovisual. En vista de los resultados se mostró que se maneja poco conocimiento respecto al tema. (pg.22)

Este trabajo se ha interesado en conocer si los contenidos de Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión referente a la producción nacional son manejados, tanto por los estudiantes como por los profesores del último semestre de la carrera comunicación social de la Universidad del Zulia, quienes deberían ser los más preparados en materia de producción nacional o por lo menos manejar la información necesaria, puesto que la nueva ley brinda la oportunidad de proyectar las propuestas audiovisuales como producción nacional.

En dicha investigación se ha considerado de suma importancia que los estudiantes y alumnos necesitan conocer los aportes de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión para que se puedan desarrollar y promover las producciones audiovisuales que pudieran haber estado estancadas por falta de conocimientos al respecto.

Este trabajo ha sido tomado en cuenta como referente al presente estudio gracias a que sus aportes podrán favorecer a la investigación, porque valora el tema de los estudiantes de comunicación social y sus conocimientos en cuanto a una de las leyes más importantes relacionadas con esta carrera.

La conclusión del trabajo investigado muestra una mayoría estudiantil que carece de conocimientos básicos de la Ley Resorte, se considera de vital importancia para la presente investigación que tanto la audiencia como los medios de comunicación y hasta los futuros licenciados y licenciadas estén o no lo suficientemente preparados para asumir su rol dentro de la sociedad venezolana. Tal conclusión brinda al actual estudio la oportunidad de tomar en cuenta la necesidad de ampliar el conocimiento que existe en cuanto a la ley y de cómo es aplicada en los medios.

**Mesa J. Y Vistoria D. (1997) *La televisión colombiana frente a la ley: una interpretación del Estado.*** Trabajo de grado presentado en Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de derecho, para optar al título de Abogado. Como objetivo general, el estudio se propone identificar, a lo largo de los cuarenta y tres años de funcionamiento de la televisión en Colombia, los conceptos y las derivaciones prácticas de Televisión, Estado y Ley para establecer las relaciones dinámicas entre ellos.

En los objetivos específicos se plantea: establecer un marco de análisis socio-jurídico que permita abordar los elementos implicados de Televisión, Estado y Ley; analizar la transformación histórica que ha presentado el concepto de Estado en el contexto colombiano; ubicar el desarrollo normativo acerca de la televisión dentro del contexto del cambio conceptual del Estado en Colombia; establecer los hitos y las tendencias más sobresalientes que se han presentado en la utilización de estos conceptos y las implicaciones que ellos han tenido en las políticas de orientación del medio en Colombia y en las acciones que han adoptado los gobiernos como responsables de la gestión de la administración. Desde el punto de vista metodológico, el estudio fue de tipo descriptivo.

Esta investigación se centró en el campo del Derecho como disciplina, desde la cual la legalidad es considerada como materia fundamental. La televisión, es observada desde la perspectiva de la ley en el marco del Estado colombiano. A pesar de su antigüedad, se vincula con el presente trabajo porque se examina la teoría de la Responsabilidad Social a través de la aplicación de un tratamiento legal que puede identificar el funcionamiento de la televisión.

**Mary Carmen Linares (2009) “Influencia de la televisión en el comportamiento de los adolescentes en edades comprendidas entre 13 y 15 años de edad en el Liceo Bolivariano Cirilo Alberto”** presentado en la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) cuyo objetivo general del trabajo fue establecer la influencia de la televisión en el comportamiento de los adolescentes, hablando primeramente a grandes rasgos todos los aspectos que influían en este comportamiento negativo y llego a la conclusión de que los medios de comunicación son una importante fuente de información, pero que evidentemente contribuye a la formación o deformación del individuo, desglosando revistas, periódicos y finalmente la televisión, la cual es un fuerte medio que sin darse cuenta dentro del hogar ha tomado un gran valor, esta toma el papel de protagonista en varios niveles, afectando el contexto de todo un colectivo especialmente en las etapas más vulnerables e influenciable del ser humano como es la de la adolescencia.

El autor busca conocer porque los medios de comunicación dirigen su bombardeo a este tipo de público, se establecen interrogantes las cuales son respondidas a lo largo de varios capítulos y se establecen ideas, las cuales van apegadas a lo que se busca en esta nueva investigación la cual se refiere a conocer esa incidencia que tiene la televisión en adolescentes, actualmente se conoce la fuerte presión que la televisión ejerce dentro de la sociedad, sin embargo el público más vulnerable es el de los adolescente, quienes se están formando para ser los ciudadanos del país, y que aún no tienen bien claro que es lo que desean a futuro, por lo tanto para ejercer el bombardeo ideológico les conviene trabajar más a este público, ya que formaran ideas en las mentes y no tendrán ningún esfuerzo por cambiar otras ya establecidas. Los adolescentes se encuentran expuestos a sufrir cambios en su identidad cultural y patrones de conducta que afecten su desarrollo emocional, social y cultural, dirigiéndose a imitar y venerar un personaje

que le presenta la televisión, el cual luego le tendrá respeto y veneración, logrando modificar su forma de pensar, vestirse y actuar.

En la investigación de **Díaz M y Lara K** (2011) “El impacto de la televisión cultural en los estudiantes del Liceo Bolivariano Simón Bolívar, de la comunidad rural de Caño de Indio. Tinaquillo Estado Cojedes”, se hace énfasis que la televisión venezolana proyecta cada día nuevas culturas, que son percibidas primeramente por los miembros más vulnerables, quienes serían los jóvenes, provocando relevancia con respecto a que lo transnacional es lo más interesante, haciendo promoción de culturas ajenas a las primicias del país trae como consecuencia amenazas para la cultura regional y nacional, observando al joven como está influenciado por el medio industrializado, por las nuevas tendencias y la nueva forma de percibir los elementos culturales que identifican su entorno, sabiendo que este medio trabaja sin importarle los cambios que puedan ocurrir dentro de una sociedad, distanciándole de las culturas originarias del lugar, y modificando la identidad en el ser humano y su conducta social y psicológica.

Este fenómeno enferma a los jóvenes y constantemente los cambia y los direcciona a su objetivo principal, el consumismo, el seguimiento de nuevas culturas que disocian al ser humano de su entorno, los medios de comunicación han sabido planear su estrategia, han logrado dar en el punto clave y débil de la sociedad, se sabe que si se toma a los jóvenes ellos cambiarán sus ideas rápidamente, ya que como se dijo anteriormente la mente joven es muy frágil y débil; se conoce esa debilidad en la educación tanto en la casa como en la escuela desde hace unos veinte años, y es desde allí donde prácticamente radica la problemática

**Oscar Rojas** (2009) en su investigación titulada, **“Influencia de la televisión como agente globalizador en la sociedad juvenil venezolana a través de la historia en el siglo XX”** explica que los medios de comunicación juegan un papel importante referido a las relaciones de dominio entre distintas culturas de una sociedad, incrementando situaciones de desigualdad, donde Venezuela al ser un país consumidor de tecnología se condiciona al consumo de todos los productos afectados dentro de este sistema, llegando a la uniformización de las culturas, hábitos y comportamiento humano, cambiándole la forma de comunicarse, vestirse y hasta trabajar siempre fijados en un modelo que viene desde las pantallas planas de los televisores.

Debe enfatizarse que Venezuela es un país clave para esta transformación de la que se ha venido hablando, debido a que es un país joven y más de la mitad de la población la conforma es joven, tomando en cuenta que este país es en la actualidad un centro que se lleva la mirada de los demás y que podría ser el líder determinante de este sistema, sin embargo Venezuela no va de la mano con este pensamiento uniformizado de ideas, sino que ha buscado que emerja la diversidad cultural, respetando las costumbres propias de cada lugar, pero asumiendo la consecuencia de un constante bombardeo y contrariedad a sus ideas.

### **Bases Teóricas**

Las bases teóricas son la esencia que aporta a toda la investigación formando una plataforma sobre la cual se construye el análisis de los resultados obtenidos. Es importante tomar en cuenta la estrecha relación que existe entre las teorías, el proceso de investigación y la realidad o entorno. Fidiás (2006)

## **Teorías de la Comunicación**

El desarrollo del presente trabajo de grado está orientado bajo las premisas de las teorías comunicacionales, fundamentándose en las siguientes teorías.

### **Teoría Funcionalista. Laswell (1947)**

Según lo que expone esta teoría, las sociedades son un sistema que regula orgánicamente, y que mantiene un equilibrio ensamblado en todas partes y atiende a los cambios del ambiente. (*Wright, 1975*).

*El sistema debe funcionar por sí mismo con la contribución de todos. (Para una ulterior explicación sobre el 'funcionalismo',*

*Cada persona es un sub-sistema psicológico autoregulado. Está dotada de motivaciones, conductas, instintos y respuestas biológicas y físicas a necesidades. Los lazos más importantes entre ésta y el sistema social son tales motivaciones psicológicas. Ellas se basan en la producción-consumo. La psicología social es la disciplina clave para analizar los medios. (Berger 1982, Pg123.)*

La teoría funcionalista de Laswell (2006) guarda una estrecha relación con este trabajo investigativo debido al nivel de importancia que esta representa pues según Wright “el sistema funciona por sí mismo con la subvención de todos” planteando básicamente la intención a la que se desea llegar, ayudar en este sentido a las necesidades culturales, sociales y educativas para el funcionamiento de dicho sistema. Es por ello que los comunicadores sociales en pro del desarrollo social deben velar por el cumplimiento de las leyes para regular y organizar el fenómeno informativo de los medios audiovisuales.

## **Teoría de los Usos y Gratificaciones KatzBlumler y Gunevitch (1950-1970)**

La teoría de los Usos y Gratificaciones viene directamente del funcionalismo. Esta teoría parte de que las gratificaciones no sólo vienen de los contenidos mediáticos, sino del tipo de exposición al medio y del contexto social del consumo gratificante. Es decir, esta teoría considera a la audiencia como un elemento activo, pues elige los medios para satisfacer sus necesidades y gratificaciones.

Según McQuail, (1966) en su obra Modelos para el estudio de la comunicación colectiva expone:

La teoría de los 'usos y gratificaciones' no es estrictamente conductista, ya que su énfasis principal está en los orígenes sociales de las gratificaciones de los medios y en funciones más amplias de los medios, por ejemplo, para facilitar contacto social e interacción o para reducir tensión y ansiedad. (pg. 95)

Esta teoría ayuda a los individuos a elegir de acuerdo con sus objetivos y necesidades personales. Pero supone que cada miembro de la audiencia está aislado, tiene necesidades distintas, y por lo tanto usa los medios con diferentes objetivos e intereses y también de forma distinta y selectiva.

La teoría de Usos y Gratificaciones vincula su contenido con esta investigación debido a que la audiencia escoge los contenidos que según sus preferencias, necesidades o carencias les indiquen, respondiendo al planteamiento principal de este trabajo investigativo, una programación adecuada, y apegada a las leyes en pro de un desarrollo social apropiado a la era de la era de la revolución informativa – tecnológica, fomentando

nutrientes adecuados en cuanto a la programación, información y espacios audiovisuales para el colectivo.

De esta manera, es bien sabido que los medios de comunicación son el elemento de persuasión más influyente y determinan de alguna manera la conducta de los individuos. Esta teoría explica claramente el poder de los medios para manejar al colectivo, pues este representa un grado de fragilidad y de manera inmediata trata de imitar los mensajes transmitidos por el emisor, por lo que este trabajo de investigación enfatiza la necesidad de evaluar y regular los contenidos programáticos a la Ley Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos.

Se considera que esta teoría está ligada al objeto de estudio de esta investigación, ya que se basa en el paradigma de las ciencias de la comunicación, es decir, establece cómo y en qué condiciones se desarrolla el proceso comunicacional.

## **La Comunicación**

Toda comunicación nace cuando se establece una sociedad. Según Pasquali, citado por Nieves (2006) “La comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial ingrediente estructural, y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social (pág. 40)

Por medio de la comunicación, la sociedad tiene el privilegio de estar en contacto con el mundo, de informar e informarse, de aportar ideas y expresar los sentimientos en cualquier ámbito, bien sea político, religioso, cultural, entre otros. Gracias a la comunicación la gente puede

entenderse. Tal como se refiere Hernández (2010), “La comunicación juega un papel fundamental en la construcción de la comunidad y de los valores que la constituyen (pág. 01).

## **Televisión**

Desde sus inicios, la televisión ha ganado gran importancia en todo el mundo, por lo que día tras día ha venido creciendo como potencia tecnológica, logrando ser uno de los receptores más privilegiados. Para Rodríguez (2006)

*La televisión se convierte hoy en un aparato multimediático que recibe las más sofisticadas innovaciones de la tecnología comunicativa. Se trata de un ecosistema comunicativo de impresionantes magnitudes, que tiene la televisión como el vértice a donde van a confluir todas las miradas, recelosa por un lado, e integradas-seducidas por el otro. (Pg. 17)*

La televisión como medio de comunicación y difusión masiva se puede prestar para tergiversar la información, pudiendo así llegar a ocasionar malos entendidos por parte de la audiencia. Para León (2002)

*La televisión es principalmente un medio de entretenimiento y, como tal, no es un medio que transmita bien la información. Proyecta en la pantalla imágenes sobre las que las personas a su vez proyectan sus aspiraciones y deseos. Como tiene una capacidad tan grande de convertirse en intruso y un efecto tan poderoso tiende a transformar lo que toca en entretenimiento muy rápidamente. (Pg. 74)*

Este medio es evidentemente una herramienta de socialización puesto que influye en sus espectadores mediante la transmisión de mensajes en los que se manejan diferentes puntos de vista sobre la realidad.

## **Televisión en Venezuela**

La televisión en Venezuela ha tenido grandes transformaciones en el seno familiar Venezolano, creando y dejando registro de los momentos más impactantes de cada programación televisiva, entre las cuales destacan las telenovelas, los programas de concursos, variedades, musicales y noticieros, conformando éstos según Mata (2009) la principal oferta de los medios televisivos en Venezuela. De igual manera, afirma que “De esos espacios surgieron ídolos, figuras populares y episodios estelares, algunos de los cuales recordamos hoy en este balance gráfico, como un merecido homenaje a los pioneros del medio (*pág. 02*).

La primera televisora en Venezuela para el año de 1952 fue llamada YVKATV, canal 5 siendo ésta propiedad del Estado e inaugurada por Pérez Jiménez y se ubicaba en Colinas de La Acacias. Según Mata (2009)

En 1953, solamente 13 países del mundo tenían televisión: Canadá, Cuba, Brasil, México, Estados Unidos, Argentina, República Dominicana, Venezuela, Japón, Inglaterra, Francia, la República Democrática Alemana y la Unión Soviética.

1º de julio de 1953. Inauguración de Televisa, YVLVTV, Canal 4, la primera estación privada de televisión en Venezuela, propiedad de Gonzalo Veloz Mancera. 15 de noviembre de 1953. Inauguración de Radio Caracas Televisión, YVKSTV, Canal 7 (posteriormente Canal 2), propiedad del Grupo Phelps.

1°de marzo de 1961. Inauguración de Venevisión, Canal 4, en las antiguas instalaciones de Televisa, propiedad del Grupo Cisneros.

1°de agosto de 1964. Inauguración de Cadena Venezolana de Televisión, CVTV, propiedad del Grupo Vollmer. En 1974, al ser adquirido por el Estado, pasó a llamarse Venezolana de Televisión. 3 de julio de 1988. Inauguración de Televen.

### **Programa de televisión**

Los programas de televisión se clasifican en: concurso, culturales, debates, deportes, dibujos, documentales, espectáculos, humor, infantiles, informativos, magazines y actualidad, musicales, películas, publicidad externa, publicidad interna, salud, servicio público, sucesos, teleseries.

Según Urra, Clemente y Vidal (2000) “Se refiere al tipo de programa en cuanto a su contenido. Las 19 categorías en que se han definido los programas están perfectamente delimitadas y en cualquier guía de televisión aparecen bajo esos epígrafes”. (Pg. 23)

### **Emisor**

Según Rincón (2001) “En los medios masivos, uno de los sujetos es el emisor quien, para decir el mensaje que quiere comunicar, debe siempre partir del conocimiento de la audiencia”. Según el autor, puntualiza que “El emisor no es inocente de intención, ya que es activo en el proceso de organizar, codificar y transmitir el mensaje, y que va a buscar por todos los medios llegar a su público”. (Pg. 32)

El emisor de un medio de comunicación tiene bajo su responsabilidad cada mensaje que emite, sabe que existe un público asistente y únicamente de éste depende que el mensaje llegue como se ha planeado, codificado y emitido para que pueda ser aprobado o en su defecto rechazado, por la audiencia.

## **Audiencia**

Según Rincón (2001) Son el lugar del sentido de la comunicación, sin audiencias no existirían los medios. Las audiencias son todos los asistentes a los mensajes de los medios, que consumen y usan habitualmente sus propuestas de sentido, que habitan entre la cultura-mundo y la cultura local, y son la meta a alcanzar por la comunicación masiva. La audiencia es un grupo difuso que tiene dos cosas en común: todos asisten al mismo mensaje, pero de manera individual y anónima. (Pg. 31)

El término Audiencia se activa y se mantiene cuando una o más personas se conectan con el mundo de la comunicación a través de los Medios de Comunicación Social y reciben el mensaje que emiten los medios.

Según Orozco (2001) es definida como “Conjunto segmentado a partir de sus interacciones mediáticas de sujetos sociales, activos e interactivos, que no dejan de ser lo que son mientras entablan alguna relación siempre situada con el referente mediático, sea esta directa, indirecta o diferida (pág. 23).

## **Influencia de la Televisión**

Adoptar conductas propiciadas por las influencias de la televisión podría no ser positivo para el espectador. Para Urra, Clemente y Vidal (2000), "El problema es que la televisión capta cada vez más y ésta se utiliza como vehículo principal de justificación de nuestras conductas". (Pg. 8)

Por lo general, los canales de televisión privados tienden a transformar el medio social que puede favorecer las necesidades básicas del espectador como la cultura o educación, a un medio comercial que en su mayoría propicia el beneficio económico, convirtiendo a los espectadores en consumidores masivos.

Herrera Velásquez (2004)

Más allá de informar, educar y entretener, el papel de los medios de comunicación social en la sociedad capitalista actual, está enfocado a crear y afianzar de forma continua, la ideología y conducta de consumo en el espectador, aspecto que favorece a los que tienen hegemonía económica pues les genera capital (ganancias) para ampliar sus propiedades.

Según Barrios (1993) no hay referencias de investigaciones que demuestren que los miembros de la familia se comunicaban más entre sí antes de 1950 que en la actualidad, ni que la vida comunal era más participativa sin la televisión. Lo que sí es cierto es que la televisión aparece en momentos en que comienza a sedimentarse un intenso proceso urbano, iniciado pocos años antes, y que implicó cambios

drásticos en la forma de vida, tanto al nivel de la familia como de la comunidad, y entre los cuales aparece la forma de comunicarse.

En el mayor de los casos, la influencia que emite la televisión es captada tanto por niños, niñas, así como los adolescentes más susceptibles donde muchos factores como el aislamiento familiar permite que los más jóvenes estén constantemente frente a la televisión sin la supervisión de los padres.

### **Reseña Histórica de Televen**

Según el portal de Televen se define como una corporación dedicada a la comunicación y el entretenimiento en la búsqueda permanente de la excelencia, demostrando que sí es posible conjugar entretenimiento e información con calidad, respeto y, a la vez, lograr la rentabilidad necesaria para un canal de televisión comercial.

Este canal de televisión fue financiado por el empresario Omar Camero Zamora. Para el 12 de febrero del año 1988 comenzó la señal de prueba de Televen. Por el canal 10 de Caracas se transmitían videos musicales, acompañados de la esfera roja que desde entonces identifica al canal y que simboliza el número 10 con el cual se identifica. Ya para el 3 de julio del año 1988, Televen sale oficialmente al aire. Para dicha etapa las transmisiones sólo cubrían el área metropolitana de Caracas.

Según la corporación Televen, para el 10 de julio de 1988 sale la primera transmisión comercial, con la película "Mandela" y el primer corte comercial tenía 25 pautas publicitarias, convirtiéndose en el comercial más largo de la historia Venezolana. Gracias al apoyo de los clientes y

anunciantes, Televen logra iniciar un nuevo ciclo en la televisión venezolana al ofrecer 24 horas ininterrumpidas de programación.

En 1997 se crea la página web ([www.televen.com.](http://www.televen.com.)), ganando ese año el premio ANDA en el renglón "Nuevas Tecnologías Publicitarias". Consecutivamente, comienzan a operar en ciudades que no recibían la señal de Televen: Maturín, Valle de la Pascua, Mérida, Valencia, Puerto Cabello.

Televen también decidió incursionar en la transmisión de anime (dibujos animados de procedencia japonesa) transmitiendo series de gran éxito de la época como Las aventuras de Duke Fleed, Sailor Moon, Súper campeones, Los Justicieros, Slamdunk, Los Caballeros del Zodiaco, Digimon 02, Naruto, Neón Génesis Evangelion, Doraemon, Pokemon, La Visión de Escaflowne, Inuyasha, entre otras.

Se le considera el canal que transmitió durante mucho tiempo, hasta el 2011, sólo enlatados que fueron un boom en Venezuela, y que por primera vez se veía que una telenovela extranjera tuviera más sintonía que una hecha en Venezuela. A partir de los primeros meses del 2012 ha habido una notable tendencia a la producción nacional, materializándose poco a poco con la incorporación de artistas de alta factura al canal.

### **Fundamentos Ideológicos Contenidos en los Programas de Televen**

Para poder comprender que los espacios televisivos llevan consigo una intención intrínseca de fondo se debe definir en primer lugar que es un fundamento ideológico.

El término *ideología* fue formulado por Destutt de Tracy (*Mémoire sur la faculté de penser*, 1796), y originalmente denominaba la “*ciencia que estudia las ideas, su carácter, origen y las leyes que las rigen, así como las relaciones con los signos que las expresan*”.

Medio siglo más tarde, el concepto se dota de un contenido epistemológico por Karl Marx, para quien la ideología es el conjunto de las ideas que explican el mundo en cada sociedad en función de sus modos de producción, relacionando los conocimientos prácticos necesarios para la vida con el sistema de relaciones sociales; la relación con la realidad es tan importante como mantener esas relaciones sociales, y en los sistemas sociales en los que se da alguna clase de explotación, evitar que los oprimidos perciban su estado de opresión. En su célebre prólogo a su libro *Contribución a la crítica de la economía política* Marx dice:

[...]El conjunto de estas relaciones de producción forma la estructura económica de la sociedad, la base real sobre la que se levanta la superestructura jurídica y política y a la que corresponden determinadas formas de conciencia social. El modo de producción de la vida material condiciona el proceso de la vida social política y espiritual en general. No es la conciencia del hombre la que determina su ser sino, por el contrario, el ser social es lo que determina su conciencia.

Un fundamento es un principio, base ideológica, filosófica o de otro tipo de la que parte algo, el sustento de una idea, de algo en particular mientras que una ideología es el conjunto de ideas sobre la realidad, sistema general o sistemas existentes en la práctica de la sociedad respecto a lo económico, lo social, lo científico-tecnológico, lo político, lo cultural, lo moral, lo religioso, etc. y que pretenden la conservación del sistema (ideologías conservadoras), su transformación

(que puede ser radical y súbita, revolucionaria, o paulatina – ideologías reformistas–), o la restauración de un sistema previamente existente (ideologías reaccionarias).

Las ideologías suelen constar de dos componentes: una representación del sistema, y un programa de acción. La primera proporciona un punto de vista propio y particular sobre la realidad, vista desde un determinado ángulo, creencias, preconceptos o bases intelectuales, a partir del cual se analiza y enjuicia (crítica), habitualmente comparándolo con un sistema alternativo, real o ideal. El segundo tiene como objetivo acercar en lo posible el *sistema real* existente al *sistema ideal* pretendido.

Los fundamentos ideológicos por tanto caracterizan a diversos grupos, sean un grupo social, una institución, o un movimiento político, social, religioso o cultural.

Se hace mención de que el canal televisivo contiene ciertos fundamentos ideológicos en sus producciones ya que en reiteradas ocasiones se denota a muy simple vista comentarios y opiniones que dejan entrever su contenido político explícito, lo cual en ocasiones tiende a tergiversar las ideas de las personas que reciben estos mensajes en especial de los más jóvenes quienes representan el sector más vulnerable de la sociedad.

El presente trabajo hace una mención puntual de la programación del bloque de la mañana el cual contiene una serie de programas que por su horario es visto por una gran audiencia; este bloque está constituido por programas de distintos enfoques y contenidos que van desde contenidos esotéricos, autoayuda, sucesos y acontecimientos extranjeros, los denominados magazine donde se tocan diversos temas como salud,

moda, belleza, cocina, farándula, hasta programas dedicados a la divulgación de sucesos de la vida de personajes del ámbito artístico.

A continuación se presenta una breve descripción de los programas que conforman el bloque de programación de las mañanas de Televen:

- ✚ Código Hermes: programa de corte esotérico, en el cual se presentan consejos dados por el presentador en relación a los signos zodiacales astrológico, recreativo e informativo, presentación de rituales diversos para el éxito, el amor, la prosperidad, entre otras cosas.
- ✚ La Vida es Hoy: programa de media hora de duración que trata temas referentes al crecimiento humano, a la capacidad de superación, de reflexión; a la posibilidad de asimilar valores y mensajes inspiradores.
- ✚ Al Rojo Vivo: el programa lleva al público por un viaje a través del mundo, en el cual se presentan los últimos acontecimientos en diferentes categorías que incluyen: noticias del día, videos increíbles, casos insólitos, nuevos inventos de la tecnología, avances de la ciencia, deportes, farándula, cine, moda, escándalos de los famosos.
- ✚ Vitrina en Construcción: magazine matutino dedicado a la mujer venezolana, expone de forma amena y dinámica las más variadas tendencias de belleza, salud, moda, gastronomía, tips para el hogar, estilo de vida y muchos otros contenidos.
- ✚ La Bomba: es un programa divertido y farandulero donde todo está relacionado con los chismes más polémicos sobre las personalidades de la vida pública venezolana.

## **Bases Legales**

Los medios de comunicación son la puerta a la información masiva para el ser humano, en el caso de la televisión es bien sabido que corresponde a un arma de doble filo que aporta beneficios y trae consigo dificultades y obstáculos en el desarrollo del pensamiento, en este sentido Venezuela tiene leyes que regulan y ordenan el fenómeno televisivo en cuanto a programación, como medio de comunicación, como empresa y establecen además los parámetros que indican el funcionamiento de este medio comenzando por:

### **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela publicada en Gaceta Oficial N° 5.453 Extraordinario, de fecha 24 de Marzo de 2000**

Capítulo: III De los Derechos Civiles

***Artículo 57.** Toda persona tiene derecho a expresar libremente sus pensamientos, sus ideas u opiniones de 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 todo lo expresado. No se permite el anonimato, ni la propaganda de guerra, ni los mensajes discriminatorios, ni los que promuevan la intolerancia religiosa. Se prohíbe la censura a los funcionarios públicos o funcionarias públicas para dar cuenta de los asuntos bajo sus responsabilidades.*

La importancia del citado artículo para este proyecto radica en el derecho que tienen los venezolanos de expresarse libremente en cualquier lugar y de cualquier manera por escrito, a viva voz o mediante cualquier medio sin forma de opresión alguna, respondiendo por las

consecuencias que esta forma de expresión pueda ocasionar. Prohibiendo de cualquier manera el fomentar la guerra e intolerancia religiosa o cualquier tipo de discriminación.

**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, de acuerdo con los principios de esta Constitución, así como el derecho de réplica y rectificación cuando se vean afectados directamente por informaciones inexactas o agraviantes. Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a recibir información adecuada para su desarrollo integral.*

Este artículo hace un aporte esencial a esta investigación, pues todos los venezolanos y venezolanas tienen derecho a la información de manera imparcial y sin censura al igual que expone que la comunicación es libre y plural respondiendo a los deberes expuestos por cada ley. Los niños, niñas y adolescentes merecen recibir la información de acuerdo a su desarrollo para asegurar el bienestar y equilibrio de cada uno.

#### Capítulo: VI De los Derechos Culturales y Educativos

**Artículo 108.** Los medios de comunicación social, públicos y privados, deben contribuir a la formación ciudadana. El Estado garantizará servicios públicos de radio, televisión y redes de bibliotecas y de informática, con el fin de permitir el acceso universal a la información. Los centros educativos deben incorporar el conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías, de sus innovaciones, según los requisitos que establezca la ley.

Este artículo responde al deber que tienen los medios de comunicación social públicos y privados de informar al colectivo, lo que significa un gran aporte al proyecto investigativo, al mismo tiempo expone la actualización y avance en las nuevas tecnologías, garantizando el suministro de servicios público gubernamentalmente para dar acceso universal a la ciudadanía a las mismas, especificando la labor de los centros educativos en cuanto a la aplicación según los requisitos establecidos por la ley.

## **Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos Gaceta Oficial No 39.610 del 07 de Febrero de 2011**

### Capítulo 1 De Las Disposiciones Generales

**Artículo 5.** *Tipos de Programas.* A los efectos de la presente Ley se definen los siguientes tipos de programas:

**1. Programa cultural y educativo:** *aquel dirigido a la información integral de los usuarios y usuarias en los más altos valores del humanismo, la diversidad cultura, así como en los principios de la participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado.*

**2. Programa informativo:** *cuando se difunde información sobre personas o acontecimientos locales, nacionales e internacionales de manera imparcial, veraz y oportuna.*

**3. Programa de opinión:** *dirigido a dar conocer pensamientos, ideas, opiniones, criterios o juicios de valor sobre personas, instituciones públicas o privadas, temas o acontecimientos locales, nacionales e internacionales.*

**4. Programa recreativo o deportivo:** dirigido a la recreación, entretenimiento y el esparcimiento de los usuarios y usuarias, y no clasifique como programa de tipo cultural y educativo, informativo o de opinión.

**5. Programa mixto:** el que combine cualquiera de los tipos de programas anteriormente enumerados.

El artículo arriba citado expone las tipologías de los programas y sitúa la investigación a través de sus definiciones, pues delimita los elementos de cada tipo de programa aportando significativamente el estudio del objetivo principal de este trabajo.

**Artículo 6. Elementos Clasificados.** A los efectos de esta ley se definen los siguientes elementos clasificados: lenguaje, salud, sexo, y violencia.

**1. Son elementos de lenguaje:**

- a) Tipo "A": imágenes o sonidos de uso común, que pueden ser presenciados por niñas, niños y adolescentes sin que se requiera la orientación de madres, padres, representantes o responsables, y que no clasifiquen en los tipos "B" y "C".
- b) Tipo "B": imágenes o sonidos que, en su uso común, tengan un carácter soez.
- c) Tipo "C". imágenes o sonidos que, en su uso común, tengan un carácter obsceno, que constituyan imprecaciones, que describan, representen o aludan, sin finalidad educativa explícita, a órganos o prácticas sexuales o a manifestaciones escatológicas.
- a) Tipo "D". Imágenes y sonidos sobre desnudez sin finalidad educativa, en las cuales no se aludan o muestren los órganos genitales, actos o prácticas sexuales dramatizados, en los cuales no se muestren los órganos genitales, mensajes sexuales explícitos o dramatización de actos o conductas sexuales que constituyan hechos punibles, de conformidad con la ley.

El artículo antes citado sustenta la investigación definiendo detalladamente los elementos de Lenguaje, Salud, Sexo y Violencia en sus escalas de la A a la D y E en algunos casos, estableciendo con esto un orden cultural y social en cada espacio programático a difundir en cualquier medio y las restricciones de cada tipología en los mismos, siendo este también uno de los artículos que soportan de manera considerable este trabajo investigativo.

## Capítulo II de la Difusión de Mensajes

### **Artículo 7. A los efectos de esta Ley se establecen los siguientes tipos y bloques de horarios:**

Tipos, Bloques de Horarios y Restricciones por Horario

A los efectos de esta Ley se establecen los siguientes tipos y bloques de horarios:

**Horario todo usuario:** es aquél durante el cual sólo se podrá difundir mensajes que puedan ser recibidos por todos los usuarios y usuarias, incluidos niños, niñas y adolescentes sin supervisión de sus madres, padres, representantes o responsables. Este horario está comprendido entre las siete antemeridiano y las siete postmeridiano.

**Horario supervisado:** es aquél durante el cual se podrá difundir mensajes que, de ser recibidos por niños, niñas y adolescentes, requieran de la supervisión de sus madres, padres, representantes o responsables. Este horario está comprendido entre las cinco antemeridiano y las siete antemeridiano y entre las siete postmeridiano y las once postmeridiano.

**Horario adulto:** es aquél durante el cual se podrá difundir mensajes que están dirigidos exclusivamente para personas adultas, mayores de dieciocho años de edad, los cuales no deberían ser recibidos por niños, niñas y adolescentes. Este horario está comprendido entre las once postmeridiano y las cinco antemeridiano del día siguiente.

El Artículo 7 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos, expuesto arriba, expresa claramente las tipologías de horarios, bloques por horarios y restricciones por horarios por los que los medios de comunicación deben regirse para levantar su parrilla de programación siendo vital para el desarrollo de esta investigación el concepto expuesto por este artículo debido a que los tipos de horarios marcan el concepto de lo que va a ser televisado de acuerdo al tipo de programación y los elementos de ésta.

### **Definición de términos básicos**

**Cumplimiento:** En su sentido más amplio la palabra cumplimiento refiere a la acción y efecto de cumplir con determinada cuestión o con alguien. En tanto, por cumplir, se entiende hacer aquello que se prometió o convino con alguien previamente que se haría en un determinado tiempo y forma, es decir, la realización de un deber o de una obligación.

**Parrilla de programación:** “Se conoce como tal, en el argot televisivo, a la cuadrícula que utilizan los responsables de la programación de las diferentes emisoras de televisión para reflejar la distribución horaria de los diferentes programas a los largo del día y/o de toda la semana”.  
Diccionario Jurídico de Los Medios de Comunicación.

**Medios de comunicación social:** Se consideran Son el principal medio generador de la Opinión Pública. Esto se logra gracias a que los medios tienen el poder de formar la información, desempeñando tanto un papel puramente receptor pasivo, como incitador activo. Para O`SullivanRyan, los Medios de Comunicación Social son nuevos instrumentos de producción y distribución de mensajes y proporcionan nuevos modelos de llegar a la población.

**Televisión:** La televisión es comprendida como un sistema de distribución audiovisual preferentemente doméstico, en el que coexisten diversos dialectos audiovisuales, mensajes heterogéneos entre los que se destacan (Noticieros, publicidad. Filmes, concurso, entre otros...) se vale por lo general de la transmisión en directo, Omar Rincón.

**Concesión:** Es el otorgamiento del derecho de explotación por un periodo determinado de bienes y servicios. Según Diccionario Jurídico de Los Medios de Comunicación, "resulta ser el contrato a través del cual el gobierno les otorga a empresas, o en su defecto a particulares, la gestión y explotación de determinados bienes públicos.

**Responsabilidad Social:** Orozco, consideran la Responsabilidad Social como una condición esencial de la libertad de expresión. En tal sentido, la Responsabilidad Social de un medio ser realizaría en la medida en que, de forma constructiva y preventiva, se oriente al respeto de la dignidad, a la promoción del bien común, y al desarrollo de los valores sociales que contribuyen a la justicia y a la paz.

**Televisión abierta:** Aquel que recibimos en nuestros hogares de forma casi mágica, con solo enchufar el receptor y encenderlo, a través del cual obtenemos horas de entretenimiento, productos de consumo masivo,

información diversa, y contacto con la cultura mundial, representa quizá uno de los pilares de la comunicación en este inicio del siglo XXI. Iván Rojas.

### **Programa de televisión**

Los programas de televisión se clasifican en: concurso, culturales, debates, deportes, dibujos, documentales, espectáculos, humor, infantiles, informativos, magazines y actualidad, musicales, películas, publicidad externa, publicidad interna, salud, servicio público, sucesos, teleseries.

Según Urra, Clemente y Vidal (2000) “Se refiere al tipo de programa en cuanto a su contenido. Las 19 categorías en que se han definido los programas están perfectamente delimitadas y en cualquier guía de televisión aparecen bajo esos epígrafes”. (Pg. 23)

### **Emisor**

Según Rincón (2001) “En los medios masivos, uno de los sujetos es el emisor quien, para decir el mensaje que quiere comunicar, debe siempre partir del conocimiento de la audiencia”. Según el autor, puntualiza que “El emisor no es inocente de intención, ya que es activo en el proceso de organizar, codificar y transmitir el mensaje, y que va a buscar por todos los medios llegar a su público”. (Pg. 32)

El emisor de un medio de comunicación tiene bajo su responsabilidad cada mensaje que emite, sabe que existe un público asistente y únicamente de éste depende que el mensaje llegue como se

ha planeado, codificado y emitido para que pueda ser aprobado o en su defecto rechazado, por la audiencia.

## **Audiencia**

Según Rincón (2001) Son el lugar del sentido de la comunicación, sin audiencias no existirían los medios. Las audiencias son todos los asistentes a los mensajes de los medios, que consumen y usan habitualmente sus propuestas de sentido, que habitan entre la cultura-mundo y la cultura local, y son la meta a alcanzar por la comunicación masiva. La audiencia es un grupo difuso que tiene dos cosas en común: todos asisten al mismo mensaje, pero de manera individual y anónima. (Pg. 31)

El término Audiencia se activa y se mantiene cuando una o más personas se conectan con el mundo de la comunicación a través de los Medios de Comunicación Social y reciben el mensaje que emiten los medios.

Según Orozco (2001) es definida como “Conjunto segmentado a partir de sus interacciones mediáticas de sujetos sociales, activos e interactivos, que no dejan de ser lo que son mientras entablan alguna relación siempre situada con el referente mediático, sea esta directa, indirecta o diferida”. (Pg. 23)

**Elementos de Lenguaje:** Dada la difusión de los medios y su impacto, los elementos de lenguaje se refieren a las imágenes o sonidos comunes que son presenciados por el televidente. Estas imágenes y sonidos son clasificados en tipo A, B y C.

Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos.

**Elementos de Salud:** Se refiere al manejo de imágenes y sonidos utilizados en el tratamiento o erradicación del consumo de alcohol, tabaco, sustancias estupefacientes o psicotrópicas, así como de la práctica compulsiva de juegos de envite y azar y de otras conductas adictivas que puedan ser o no presenciados por niños, niñas y adolescentes, según sea su caso A, B, C, o D. Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos.

**Elementos de Sexo:** Son elementos de Sexo imágenes o sonidos que de acuerdo a la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión el contenido que se aplique estará definido de acuerdo a los tipos elementos A, B, C, D y E.

**Elementos de violencia:** La violencia es parte integral en el contenido de los medios de comunicación, su contenido se refiere a imágenes, sonidos y/o descripciones gráficas que son clasificadas de acuerdo a la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión por tipo A, B, C, D Y E.

**Hipótesis:** Las informaciones y fundamentos ideológicos contenidos en los espacios programáticos de la mañana de Televen inciden e influyen en el comportamiento de los estudiantes de noveno grado de la Unidad Educativa Antonio Ricaurte.

### Cuadro de Variables

<b>Objetivo General</b>			
Determinar la influencia de las informaciones y fundamentos ideológicos contenidos en los espacios programáticos de la mañana de Televen en el comportamiento de los estudiantes de noveno grado de la UE Antonio Ricaurte			
Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Contenidos de los programas televisivos de la mañana de Televen	Frecuencia con la cual se exponen a los mensajes televisivos	Observa la programación televisiva específicamente Televen.	1,2
	Comportamiento de los estudiantes	Conductas de imitación que exhiben los estudiantes con respecto a los mensajes televisivos	4,5,6,7,8,9,10,16,17, 18,19,20,21, 22,23,24,25
		Conductas, Comportamientos y rutinas que se exhiben en los contenidos programáticos que son adoptadas por los estudiantes	11,12,13,14,15

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

La presente investigación está enmarcada dentro del enfoque cuantitativo, la metodología cuantitativa según Miguel (1998), “es aquella que se dirige a recoger información objetivamente medible” (p. 63).

Por su parte Arias (2012), define: La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. Claro está, en una investigación de campo también se emplea datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se elabora el marco teórico.

No obstante, son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, lo esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado. La investigación de campo, al igual que la documental, se puede realizar a nivel exploratorio, descriptivo y explicativo. . (pag.31)

La investigación tiene un diseño de campo ya que se indaga la realidad atendiendo a una serie de aspectos que la conforman, se observa y recolecta la información tal y como se presenta en los estudiantes. De igual manera es de tipo descriptivo según lo que plantea Danhke, citado por Hernández, Fernández y Baptista (2008), conceptualiza el tipo de investigación descriptiva de la siguiente forma: “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis

(p.117), en tal sentido, describe el comportamiento de los estudiantes bajo la influencia de los mensajes transmitidos en el canal televisivo Televen como una variable importante en las conductas sociales expresadas por los adolescentes.

### **Población y muestra**

Se entiende por población cualquier conjunto de elementos de los que se quiere conocer o investigar alguna o algunas de sus características, entendiéndose este como un conjunto finito o infinito de personas, casos o elementos que presentan características comunes. Palella (2006), "Define que la población de una investigación es el conjunto de unidades de los que se desea obtener información y sobre lo que se van a generar conclusiones (pág. 106) ".

En este caso en particular la población viene representada por los estudiantes de noveno grado de la U.E "Antonio Ricaurte" Guigue, Municipio Carlos Arvelo Estado Carabobo, este universo por lo tanto está conformado por el grupo de 46 alumnos del grado antes mencionado.

Por su parte, la muestra es una parte de la población, o sea, un número de individuos u objetos seleccionados los cuales son un elemento del universo, para Palella (2006), "La muestra no es más que la escogencia de una parte representativa de una población, cuya características reproduce de la manera más exacta posible".

La muestra que se tomó para el presente trabajo está conformada por 17 alumnos del noveno grado, este grupo equivale a un 37% de la población y es representativa de la misma.

### **Técnicas de recolección de datos**

La técnica que se utilizó fue la observación directa de la parrilla de programación de Televen de lunes a viernes en el lapso de estudio acordado de manera que se recauden los datos en función de dar

respuesta a los objetivos planteados en la investigación. De igual forma se empleara una lista de cotejo y un cuestionario el cual contiene preguntas cerradas.

### **La Observación**

Busot (1989) defina observación como “la acción en la que alguien mira con detenimiento o atención una situación o un detalle en particular. En resumen observar es fijarse en algo” (pág. 37).

### **Lista de Cotejo**

De igual forma se hizo uso de una lista de cotejo para recolectar una serie de datos que suman información relevante al presente estudio. Para Arias (2006), “la lista de cotejo o de chequeo, también llamada lista de control o lista de verificación, es un instrumento en el que se indica la presencia o ausencia de un aspecto o conducta a ser observada” (pág. 70). Ver anexo A.

### **Cuestionario**

De la misma manera se empleó un cuestionario el cual está constituido por una serie de preguntas que aportaran información pertinente y de relevancia para la investigación, estas preguntas son cerradas y de tipo dicotómicas.

El contenido de las preguntas de un cuestionario puede ser tan variado como los aspectos que se midan a través de éste. Y básicamente, podemos hablar de dos tipos de preguntas: “cerradas” y “abiertas”. Las preguntas “cerradas” contienen categorías o alternativas de respuesta que han sido delimitadas. Es decir, se presentan a los sujetos las posibilidades de respuesta y ellos deben circunscribirse a éstas, en las

preguntas “cerradas” las categorías de respuesta son definidas a priori por el investigador y se le presentan al respondiente, quien debe elegir la opción que describa más adecuadamente su respuesta. Las preguntas “cerradas” pueden ser dicotómicas (dos alternativas de respuesta) o incluir varias alternativas de respuesta. Para el caso en estudio se emplearon respuestas dicotómicas con dos alternativas de respuestas que se presenta a continuación.

### **Análisis de datos**

En el marco metodológico se deberá plantear como otro aspecto constitutivo del mismo, todo lo referido al análisis e interpretación de los resultados. Al culminar la fase de la recolección de la información, los datos han de ser sometidos a un proceso de elaboración técnica que permite recontarlos y resumirlos; antes de introducir el análisis diferenciado a partir de procedimientos estadísticos y posibilitar la interpretación y el logro de conclusiones a través de los resultados obtenidos. Según Balestrini, M. (2001), las técnicas de análisis de datos “permiten recontar y resumir los datos antes de introducir el análisis diferenciado a partir de los procedimientos estadísticos”. (p.65).

La fase de interpretación, fundamentada en los resultados del análisis y entrelazada con ella, permite realizar inferencias de las relaciones estudiadas y extraer conclusiones en cuanto a los hallazgos encontrados. Esta etapa, debe asegurar de manera efectiva, según el tipo de investigación de que se trate, la descripción, el diagnóstico o la explicación real del problema que es objeto de estudio, atendiendo al contexto donde se sitúa, a fin de evaluar los principales hallazgos vinculados a las variables o hipótesis que se han delimitado. En la medida, que la interpretación se constituye en la búsqueda de un significado más amplio en conexión a los hallazgos de la investigación; al

mismo tiempo, que conlleva a aclarar algunos conceptos relativos a las relaciones entre las variables estudiadas.

En todo caso, el análisis e interpretación de los datos, se convierte en la fase de la aplicación de la lógica deductiva e inductiva en el desarrollo de la investigación. Para esta estrategia, los datos, según sus partes constitutivas, se clasifican, agrupándolos, dividiéndolos y subdividiéndolos atendiendo a sus características y posibilidades, para posteriormente reunirlos y establecer la relación que existen entre ellos: a fin de dar respuestas a las preguntas de investigación, confrontarlos con las hipótesis, bien sea para rechazarlas o aceptarlas.

El proceso de investigación no culmina con la clasificación, codificación y tabulación de los datos, o la ulterior presentación de estos, mediante la aplicación de alguna técnica gráfica. Esa masa de datos, clasificada y ordenada requiere ser finalmente analizada, atendiendo a conjunto de aspectos o variables definidas, que configuran el problema de estudio; con el propósito de establecer las consecuencias que es posible deducir de estos, en todo lo relativo a los fines de la investigación y a la hipótesis que se han intentado someter a la contrastación empírica, en esta fase se trata entonces de enlazar la masa de datos cuantitativos con los hechos más significativos que revelan los mismos. Desde este punto de vista, a partir del análisis e interpretación de los resultados, se intentará especificar y mostrar el conjunto de aspectos y propiedades que configuran el problema estudiado, en correspondencia con las variables que han sido establecidas en la investigación, determinando la significación y el alcance de las mismas.

### **Validez y Confiabilidad de los Instrumentos**

Según Palella (2006), "la confiabilidad es la ausencia de error aleatorio en un instrumento de recolección de datos. Es el grado donde

las mediciones están libres de la desviación por los errores causales” (p.180). Para asegurar la respetabilidad de un instrumento es necesaria la precisión de una medida, para obtener los mismos resultados. La validez se refiere al grado en que el instrumento en verdad mide la variable que se busca medir.

Para obtener la validez del instrumento se hace una revisión previa por parte de los expertos quienes lo estudian detalladamente para determinar la viabilidad del cuestionario, se entregó un ejemplar con la presentación, instrucciones y los objetivos de la investigación, en donde determinaron la validez del contenido en la cual, evaluaron la claridad, pertinencia y precisión de las preguntas, y la validez, de esta forma se determina la adecuación del instrumento a nivel cultural, social y educativo, es decir; el lenguaje adecuado para la población a la cual va dirigido el instrumento.

## **CAPITULO IV**

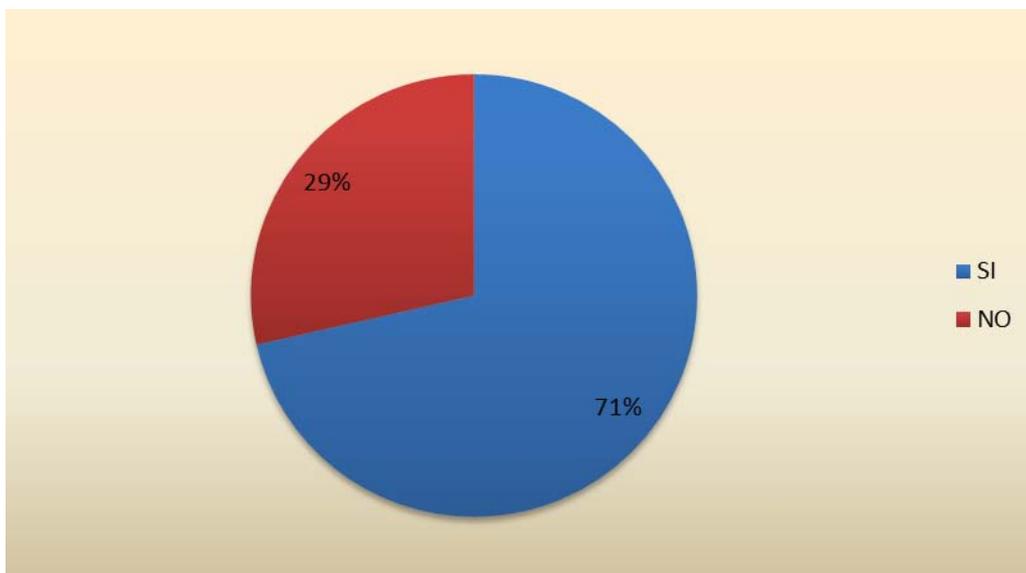
### **REGISTRO Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

En el marco metodológico de la investigación, se plantea como aspecto constitutivo del mismo, todo lo referido al análisis e interpretación de los resultados. Al culminar la fase de recolección de la información, los datos, han de ser sometidos a un proceso de elaboración técnica, que permite recontarlos y resumirlos; antes de introducir el análisis diferenciado a partir de procedimientos estadísticos; y posibilitar la interpretación y el logro de conclusiones a través de los resultados obtenidos.

Esta etapa involucra la introducción de cierto tipo de operaciones ordenadas, estrechamente relacionadas entre ellas, que facilitaran realizar interpretaciones significativas de los datos que se recogieron, en función de las bases teóricas que orientaran el sentido del estudio y del problema investigado. En este sentido, esta fase comprende, además de la incorporación de algunos lineamientos generales para el análisis e interpretación de los datos; su codificación y tabulación; sus técnicas de presentación y el análisis estadístico que se le aplico a los mismos.

Tal como lo refiere Balestrini (2006) “el propósito del análisis es resumir las observaciones llevadas a cabo de forma tal que proporcionen respuestas a las interrogantes de investigación” el análisis implica el establecimiento de categorías, la ordenación y manipulación de los datos para resumirlos y poder sacar algunos resultados en función de las interrogantes de la investigación (p. 169). Luego de realizar la recolección de datos se procede a su debida codificación para ser representados ordenadamente y hacer el análisis pertinente. A través del paquete office Microsoft Excel 2007 y con una representación visual a través de gráficos circulares.

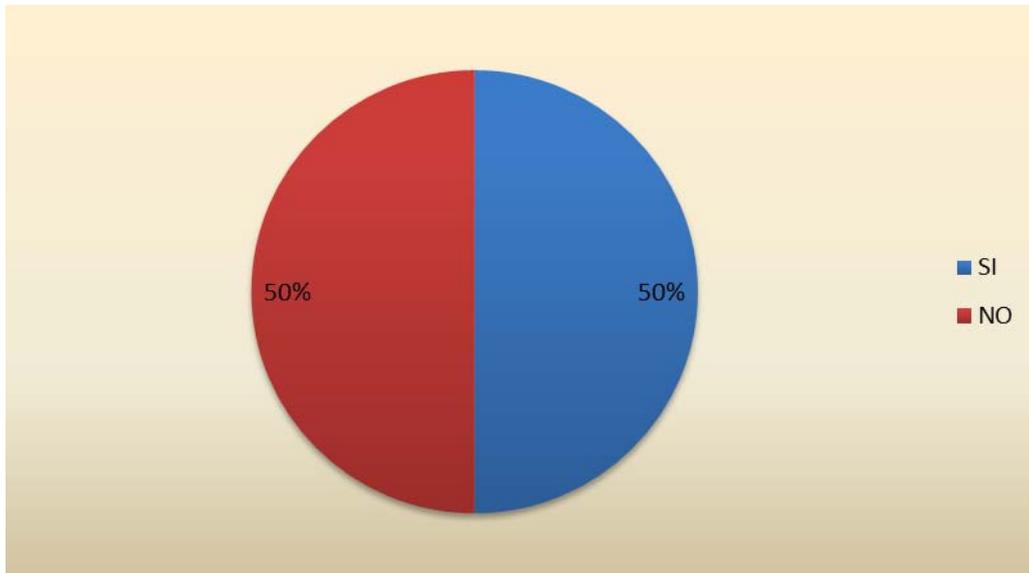
Ítem N° 1.- ¿Te dedicas frecuentemente a ver la televisión?



**Fuente: León 2014**

Según los resultados arrojados se evidencia que un alto porcentaje de los encuestados ven frecuentemente la televisión como una actividad común y necesaria de su día a día representado por un 71% de ellos, mientras que un 29% de los estudiantes del 9no año no se dedica en la mayoría de su tiempo a ver la televisión, sino a otras actividades que no involucran frecuentemente los programas televisivos.

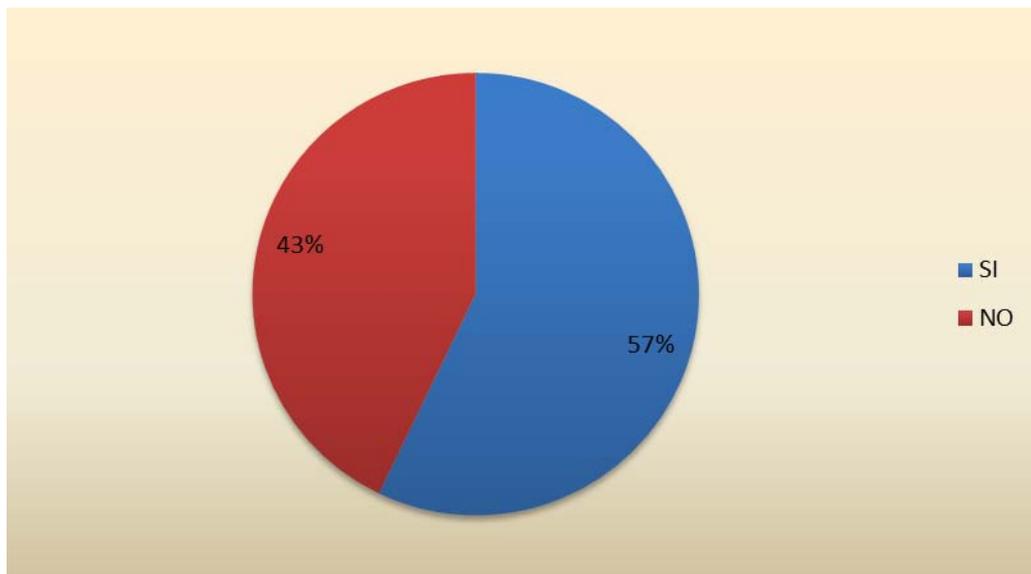
Ítem N° 2.- ¿Eres televidente del Canal Televen?



**Fuente: León 2014**

Según el gráfico que se muestra a continuación se observa que la mitad (50%) de los estudiantes encuestados observa la programación televisiva matutina del canal Televen, mientras que el mismo porcentaje (50%) de encuestados no observa dicho canal con frecuencia.

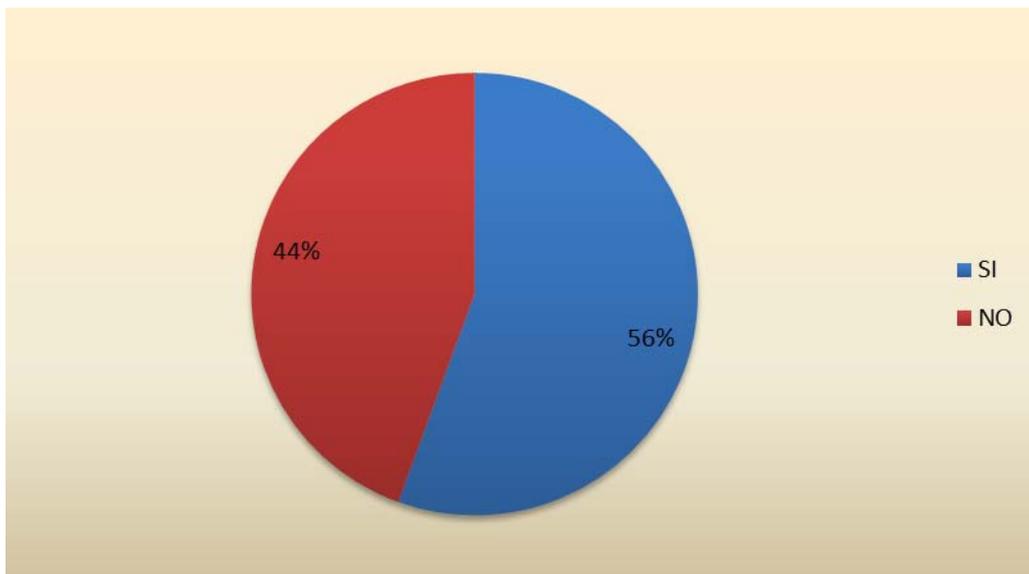
Ítem N° 3.- ¿Te gustan las informaciones que dan en el programa de Hermes?



**Fuente: León 2014**

Se evidencia que un 57% de los encuestados ve frecuentemente el programa de televisión transmitido por Televen el Código Hermes, por lo que les gusta esa programación la cual transmite predicciones diarias, rituales de prosperidad y horóscopo, por lo que expresan que practican las diferentes actividades que son evidenciadas en el programa, resaltando una influencia en las conductas y comportamientos cotidianos de los estudiantes, mientras que un 43% de los encuestados expresaron no observar ni gustarles dicho programa.

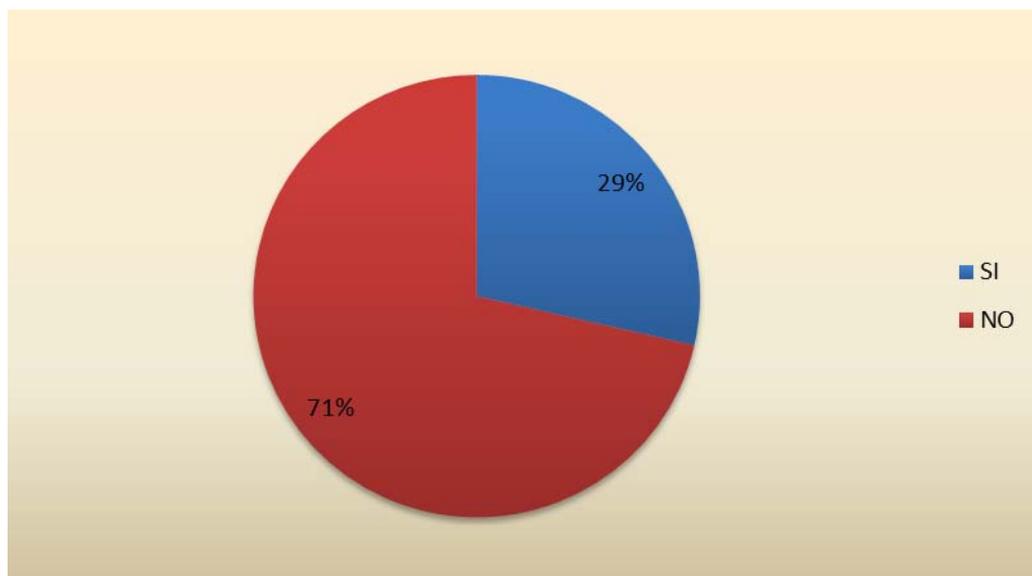
Ítem N° 4.- ¿Has puesto en práctica algunos de los rituales que da Hermes Ramírez en su programa?



**Fuente: León 2014**

Se observó que un 56% de los encuestados dicen poner en práctica los rituales que son presentados y recomendados en el programa televisivo, para mejorar su salud, amor y prosperidad aunque muchas veces no representan modelos o ejemplos sanos para el desarrollo del adolescente, mientras que el otro 44% no son devotos a creer en estos tipos de rituales y no los practican.

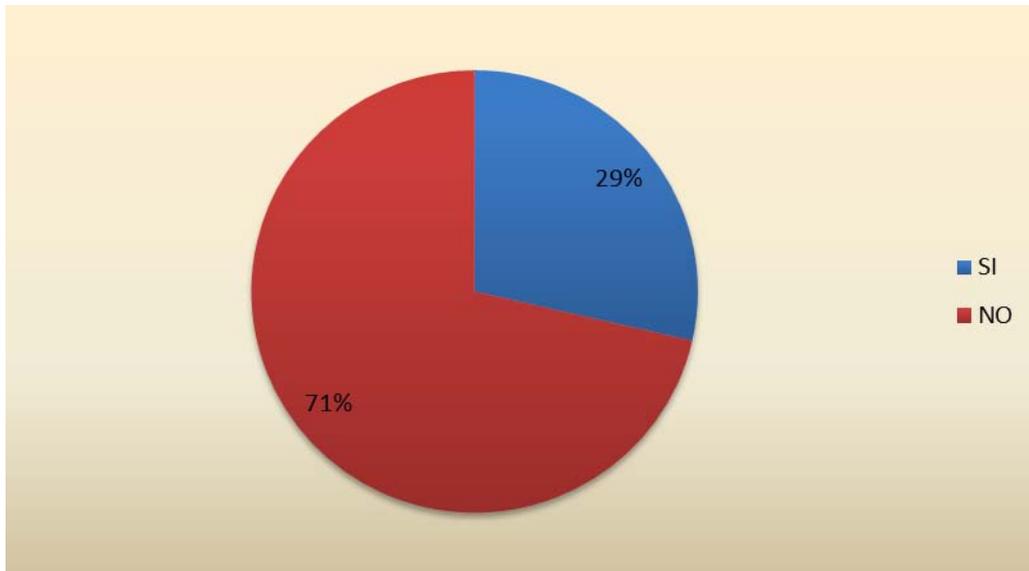
Ítem N° 5.- ¿Te ha dado resultado alguno de estos rituales o los datos numéricos que recomienda?



**Fuente: León 2014**

Según el gráfico observado se resalta que un 71% de los encuestados ha practicado alguno de los rituales del programa televisivo el Código Hermes aunque sin tener algún resultado positivo posterior a la práctica de los mismos, con lo cual se deduce que a pesar de que un porcentaje alto observa el programa no todos obtienen un resultado positivo de dichos rituales y datos numéricos, aunque si son practicados pero sin éxito alguno, sugiriendo una influencia en el comportamiento y conducta de los estudiante, mientras que un porcentaje del 29% afirma que los diversos rituales y datos numéricos sugeridos por el programa televisivo le han dado resultados positivos lo cual ha sido de beneficio para ellos.

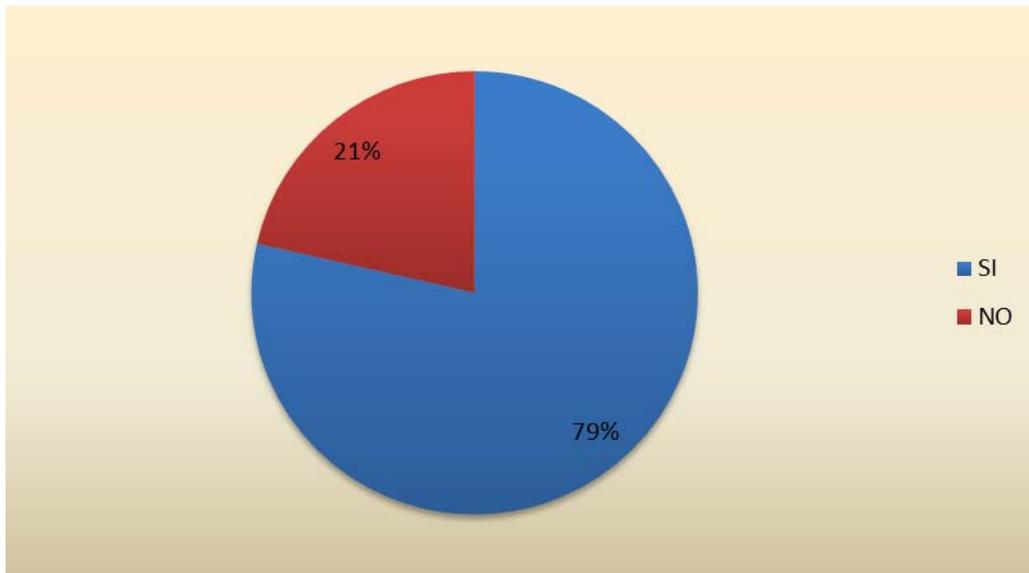
Ítem N° 6.- ¿Consideras interesante este programa?



**Fuente: León 2014**

Se evidencia que un 71% de los encuestados admite que el programa televisivo no transmite contenidos de interés ya que no creen en los rituales y horóscopos presentados en este programa, mientras que un 29% de los estudiantes admiten ver frecuentemente esta programación, ya que a través de él pueden saber lo que le predica su signo día a día.

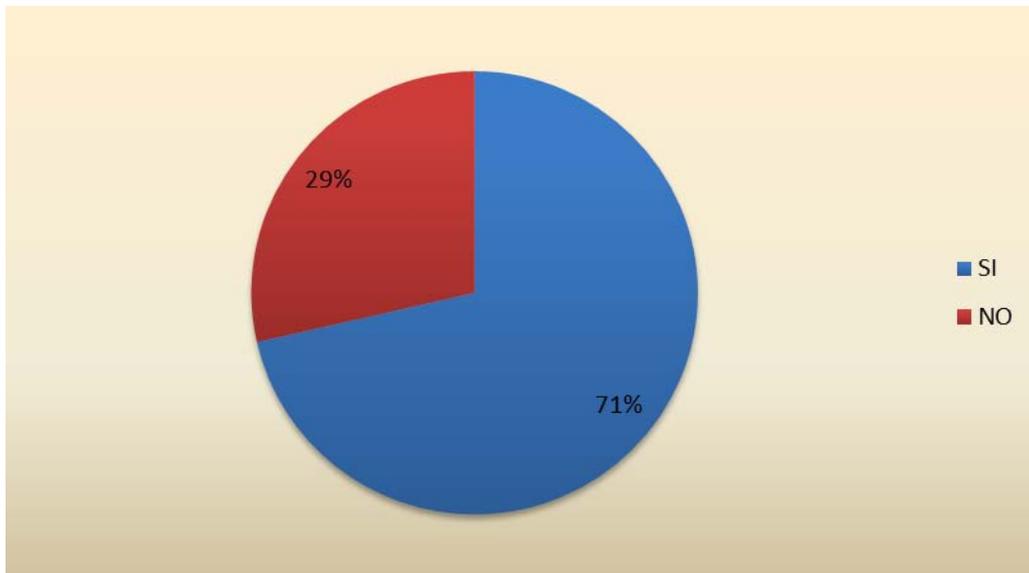
Ítem N° 7.- ¿Crees tú que es de ayuda las reflexiones que da Carlos Fraga en su programa?



**Fuente: León 2014**

En relación a otro programa del canal Televen conocido como La Vida es Hoy, los encuestados afirmaron con un 79% que esta programación es necesaria para el televidente, ya que creen en mensajes inspiradores para el crecimiento y la superación del ser humano que se transmiten en esta programación, mientras que un 21 % de los estudiantes afirma que los consejos que se dan en la vida es hoy no son de suma importancia para individuo.

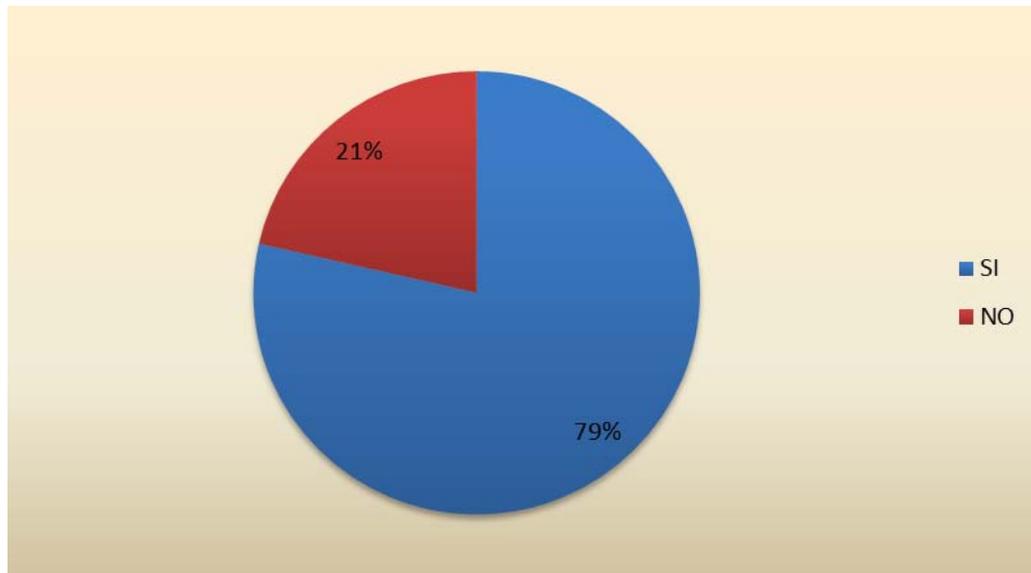
Ítem N° 8.- ¿Aportan un buen mensaje todos los contenidos que explica el programa La Vida es hoy?



**Fuente: León 2014**

Se evidencia que un 71% de los encuestados afirman que el programa aporta buenos mensajes para el ser humano, facilitándole al televidente como sobrellevar las situaciones emocionales negativas a positivas, para así ponerla en práctica muy a menudo en su vida cotidiana, mientras que el 29% no cree ni piensa que estos mensajes sean útiles para su día a día

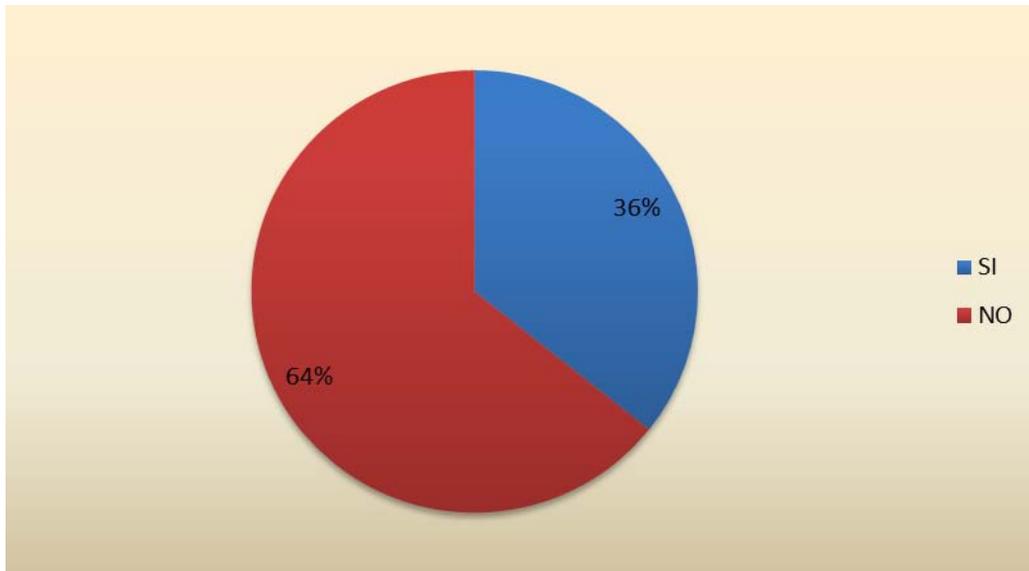
Ítem N° 9.- ¿Realmente es una ayuda de crecimiento personal lo que transmite dicho programa?



**Fuente: León 2014**

Se puede evidenciar según las respuestas dadas que un 79% afirman que este programa es una ayuda efectiva para el crecimiento emocional, sentimental y personal, mientras que el otro 21% no cree ni participa en este tipo de consejos dados en esta programación.

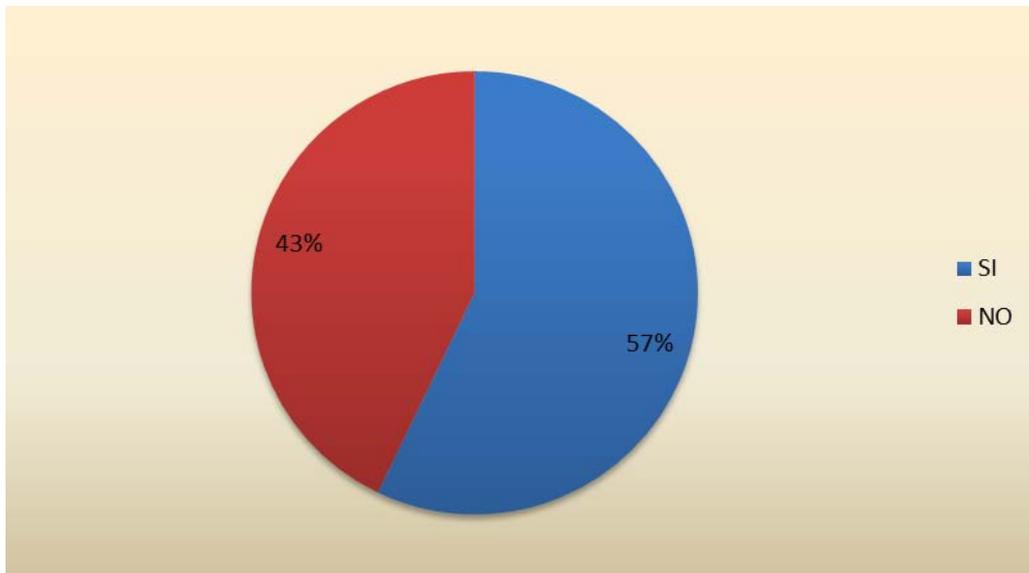
Ítem N° 10.- ¿Has puesto en práctica algunos de estos métodos?



**Fuente: León 2014**

Se puede decir que un 64% de los estudiantes encuestados afirman que no han puesto ningún método en práctica, mientras que un 36% de los encuestados afirma haber puesto en práctica los métodos de autoayuda que son transmitidos en el programa dándole resultados positivos para su crecimiento personal y emocional.

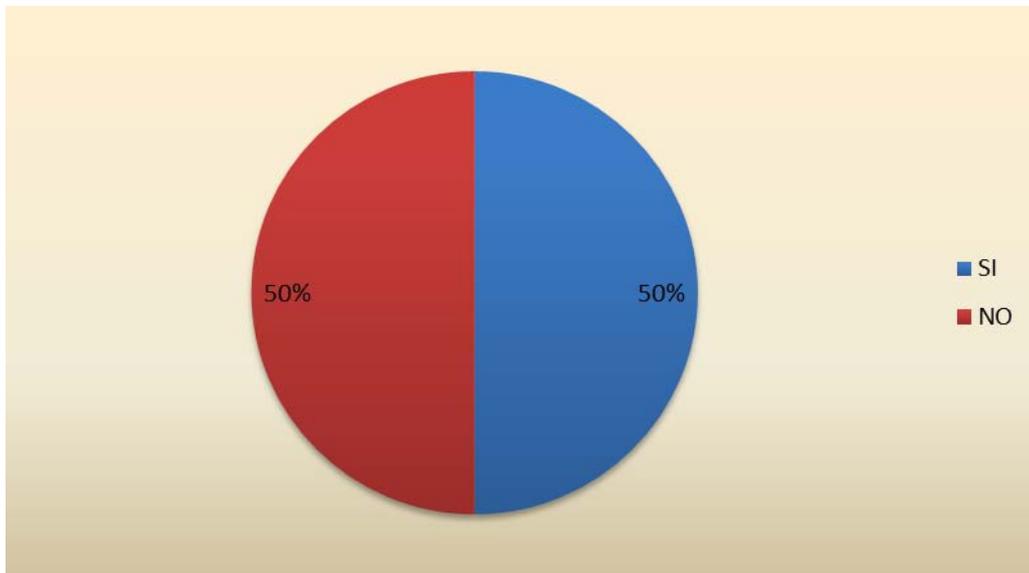
Ítem N° 11.- ¿Crees tú que son interesantes las informaciones que presentan en La Bomba?



**Fuente: León 2014**

Se puede evidenciar que un 57% de los encuestados afirmaron que les parecen interesante las informaciones que presentan en el programa ya que los pone al tanto de lo que está a la moda y saber sobre la vida de los artistas y cantantes, provocándole cambios de conductas y comportamientos de imitación en los estudiantes, mientras que un 43% de los encuestados opinan que las informaciones difundidas en esta programación no son de uso relevante.

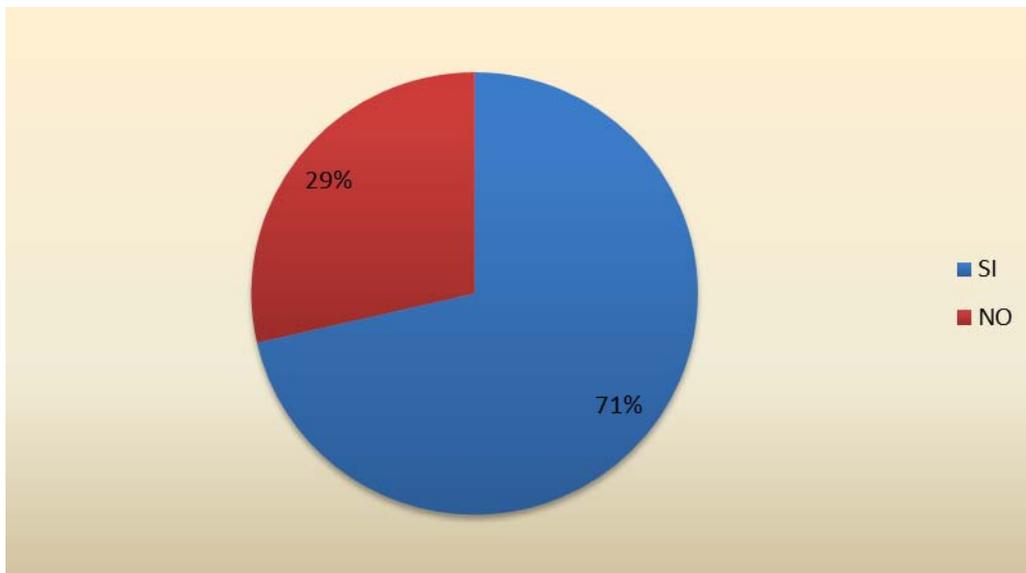
Ítem N° 12.- ¿Consideras que el programa La Bomba fomenta irrespeto hacia la privacidad de la vida de las personas del medio televisivo?



**Fuente: León 2014**

Se evidencia que un 50% admite que las informaciones contenidas en el programa fomentan irrespeto hacia la privacidad de los artistas y cantantes mientras que el otro 50% opina lo contrario, ya que ellos se deben al público y merecen saber todo a cerca de su vida laboral, sentimental y personal.

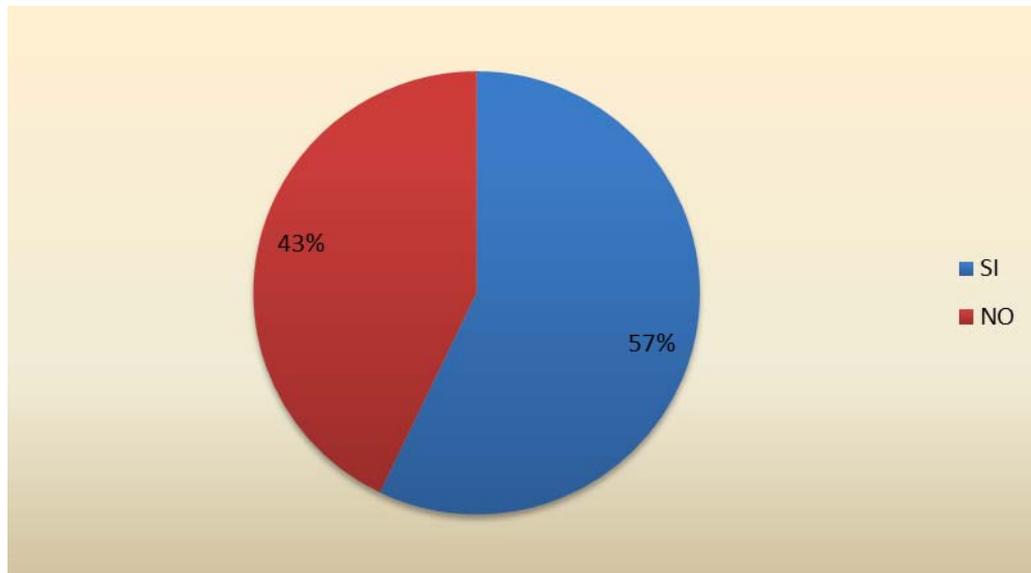
Ítem N° 13.- ¿Te gusta ver La Bomba?



**Fuente: León 2014**

Un 71% de los encuestados afirma que le gusta ver la programación, ya que los entretiene saber sobre la vida de famosos y estar a la moda a lo que ellos presentan día a día, mientras que por otro lado un 29% de los estudiantes opinan que no les gusta ver este programa porque no les aporta nada bueno al televidente y comentan que los artistas merecen tener su privacidad sin poder ser revelada como lo hace este programa, mientras que por otro lado un 71% de los encuestados afirma que le gusta ver el programación, ya que los entretiene saber sobre la vida de famosos y estar a la moda a lo que ellos presentan.

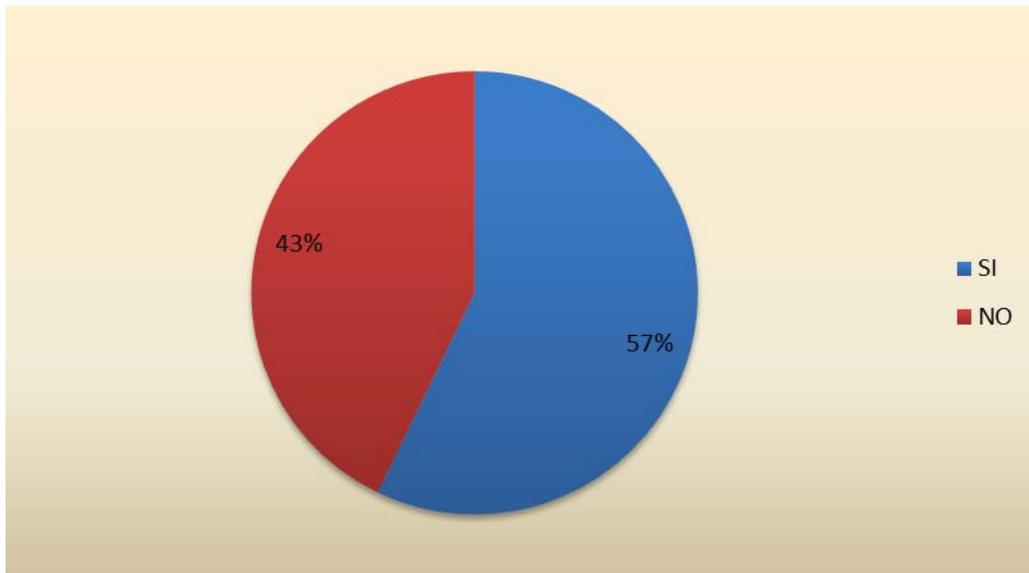
Ítem N° 14.- ¿En el programa Vitrina en Construcción se explican cosas interesantes?



**Fuente: León 2014**

Se puede decir que un 57% de los encuestados afirma que los contenidos del programa son informaciones interesantes para el cuidado y mejoramiento del ser humano, ya que la programación presentada es de tips para mejorar la belleza, salud y moda logrando cambiar al individuo espiritual y físicamente, mientras que el 43 % de los estudiantes opinan que esta programación no es necesaria para el televidente.

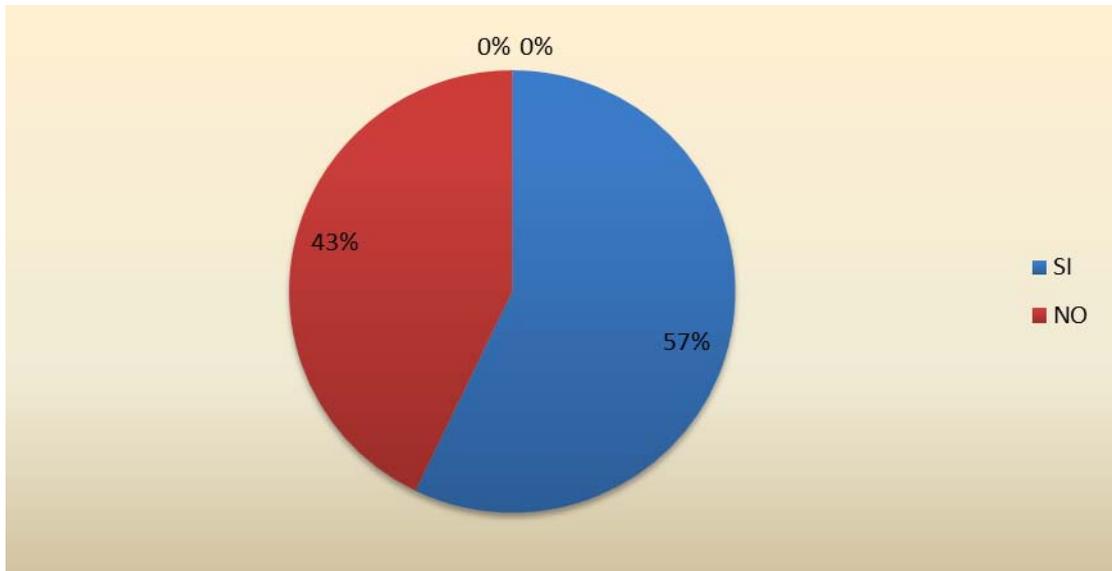
Ítem N° 15.- ¿Te aporta algo constructivo las informaciones que ves en este programa?



**Fuente: León 2014**

Según las respuestas dadas un 57% afirma que las informaciones que transmite en este programa le aportan algo constructivo al televidente, ya que los ayuda a saber más tips de belleza y de las nuevas tendencias que están a la moda para ponerlas en práctica diariamente, mientras que otro lado un 43% opinan que estos consejos no son de uso útil ya que piensan cada individuo tiene su propia belleza.

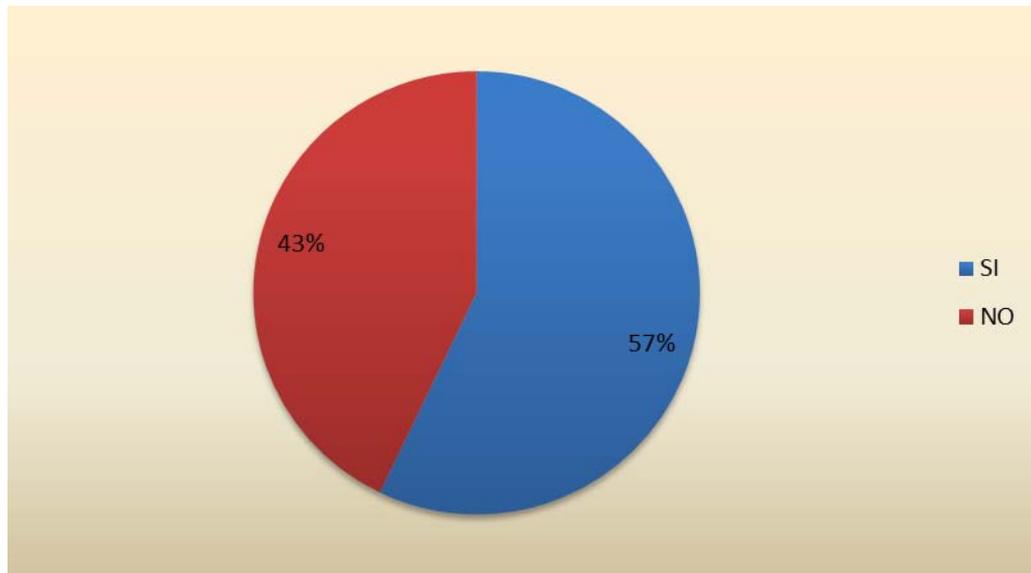
Ítem N° 16.- ¿Lees tu horóscopo diariamente?



**Fuente: León 2014**

Un 57% de los encuestados afirman que leen a diario el horóscopo para saber que les deparará el día, conociendo así como están en el amor, la salud y el dinero, mientras que el otro 43% no leen su horóscopo por que no creen en la astrología.

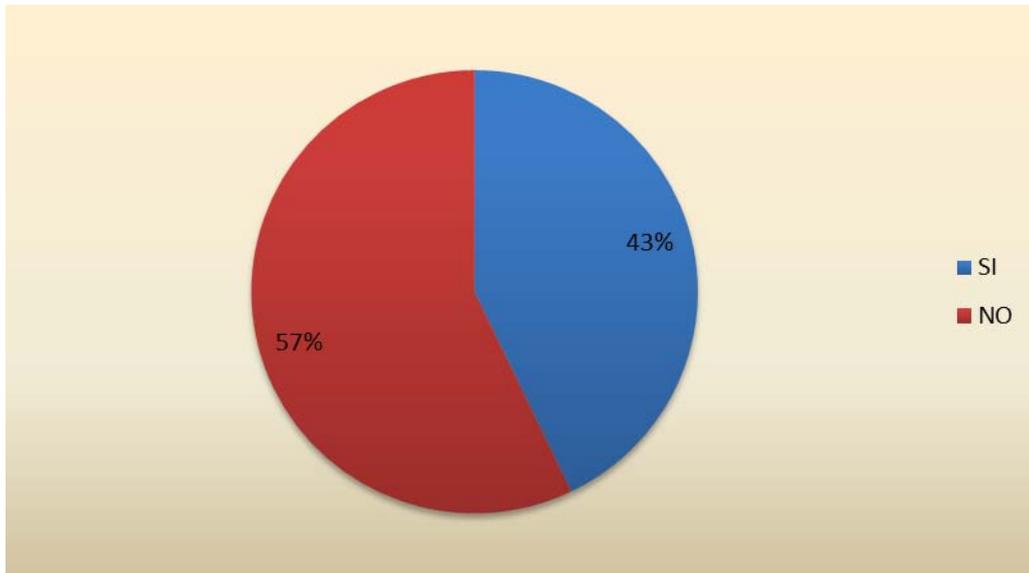
Ítem N° 17.- ¿Haces uso de las recomendaciones que te da tu horóscopo?



**Fuente: León 2014**

Según las respuestas se evidencia que un 57% llevan a cabo recomendaciones que se les da en esta programación, para mejorar los aspectos sentimentales y laborales que se le recomiendan en su signo astrológico, mientras que un 43% de los encuestados no ponen en práctica este tipo de recomendaciones por que no creen en este tipo de métodos astrológicos.

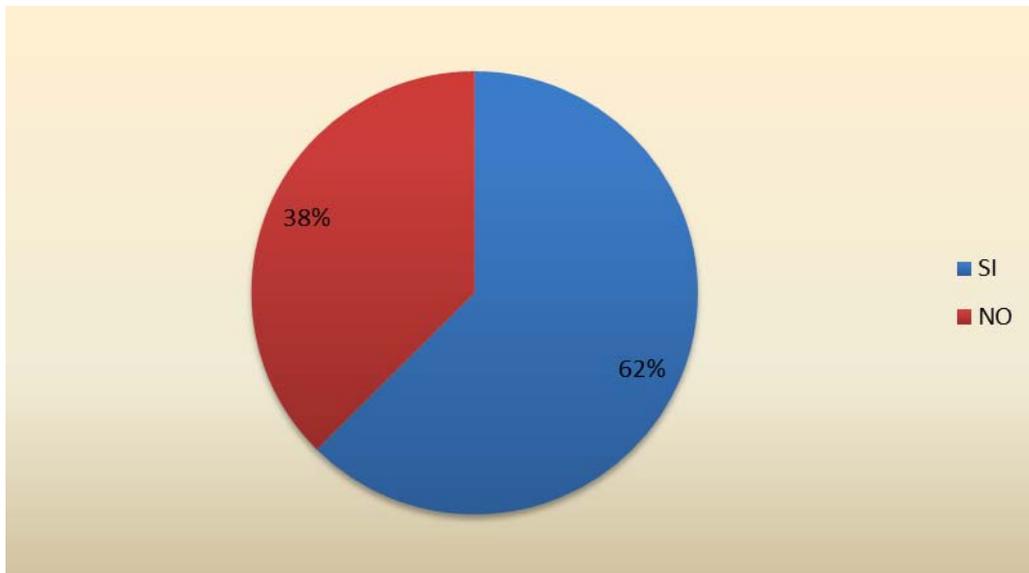
Ítem N° 18.- ¿Juegas los datos numéricos que dan para tu signo?



**Fuente: León 2014**

Se evidencia que un 57% de los estudiantes encuestados opinan no poner en práctica este tipo de datos números por que no son de su suma importancia, mientras que un 43% afirman jugar los datos numéricos que les recomienda el signo zodiacal diariamente y probar la suerte.

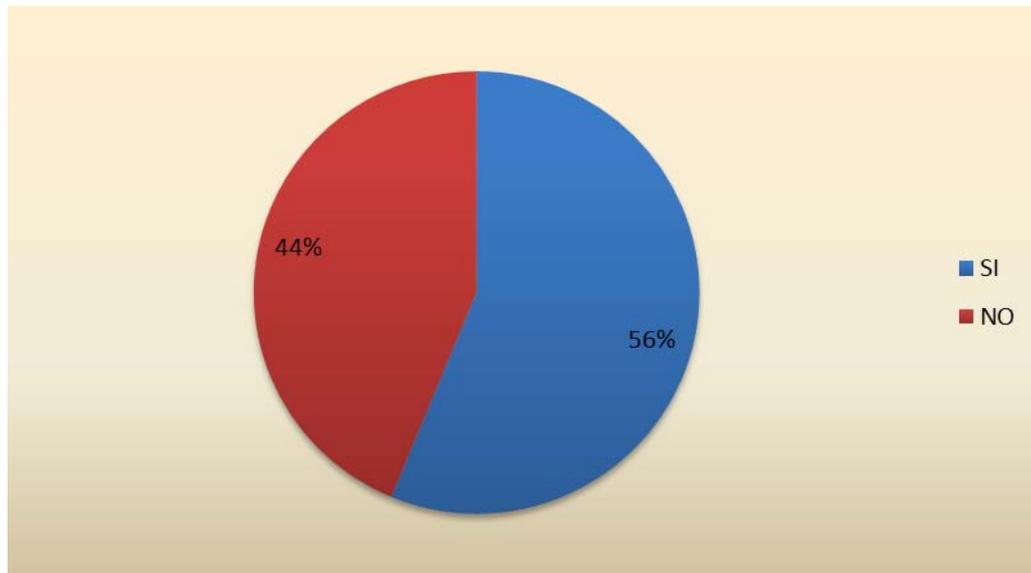
Ítem N° 19.- ¿Estas siempre atento a las informaciones que dan sobre los artistas de televisión?



**Fuente: León 2014**

El 62% de los encuestados dice estar siempre atento a las informaciones que se presentan en la televisión sobre la vida de los artistas y los mantiene entretenidos conociendo los escándalos o primicias de ellos, mientras que un 38% de los estudiantes no le toma importancia a saber la vida de los artistas.

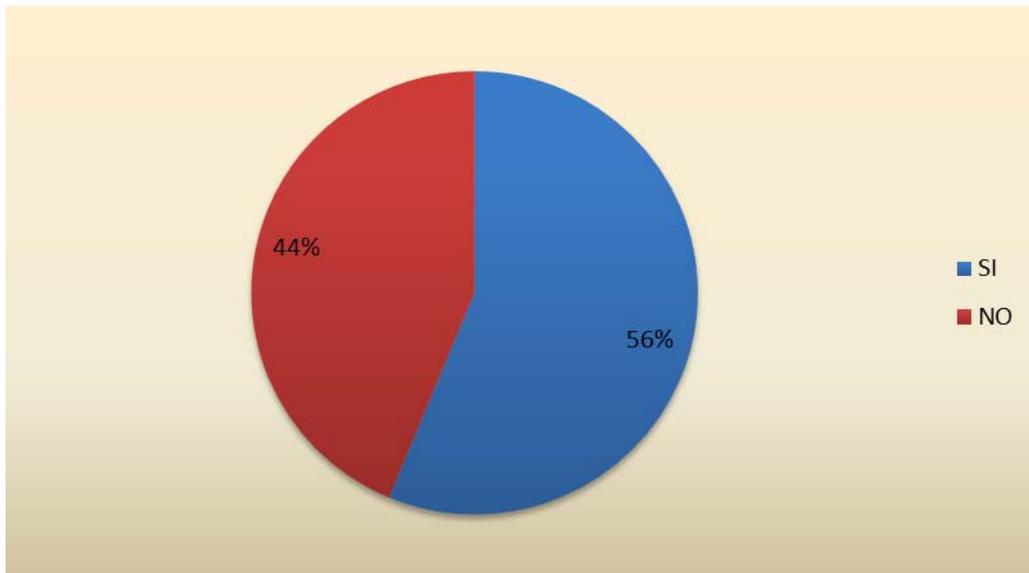
Ítem N° 20.- ¿Estas al tanto de lo que acontece a los artistas en su vida privada?



**Fuente: León 2014**

Se evidencia que un 56% de los encuestados reporto estar al tanto de lo acontecido en la vida privada de los artistas para mantenerlos informados de su cantante o artista favorito, para así estar actualizados a la farándula constantemente, mientras que un 44% no está pendiente de este tipo de informaciones previas de los famosos.

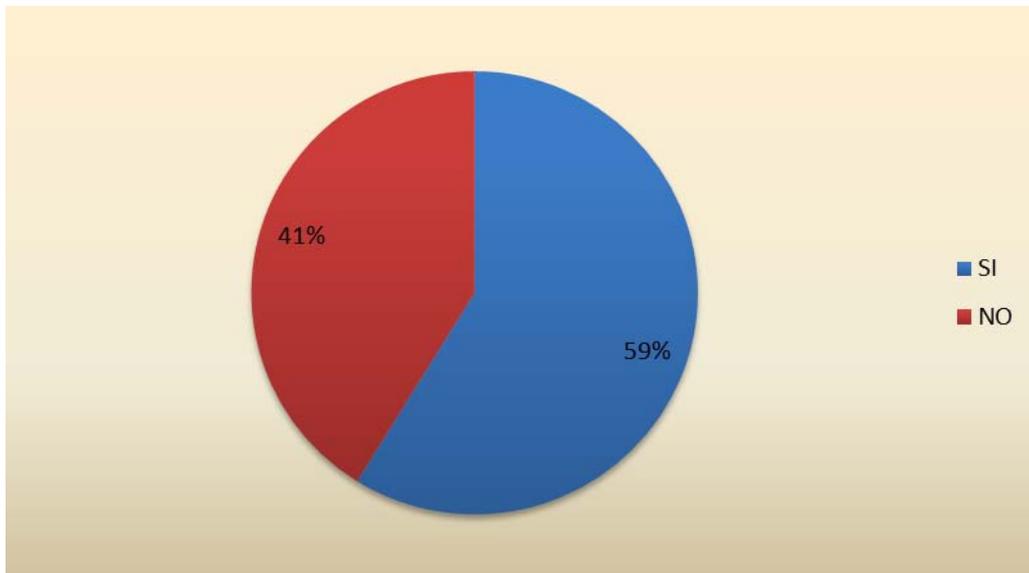
Ítem N° 21.- ¿Te gusta estar bien informado sobre los artistas y todo lo que acontece en la farándula?



**Fuente: León 2014**

El 56% de los encuestados afirma estar informados diariamente de lo que acontece en la farándula, ya que este medio es el más importante y visto por todos los espectadores, por otro lado un 44% afirman que este tipo de informaciones no son de importancia.

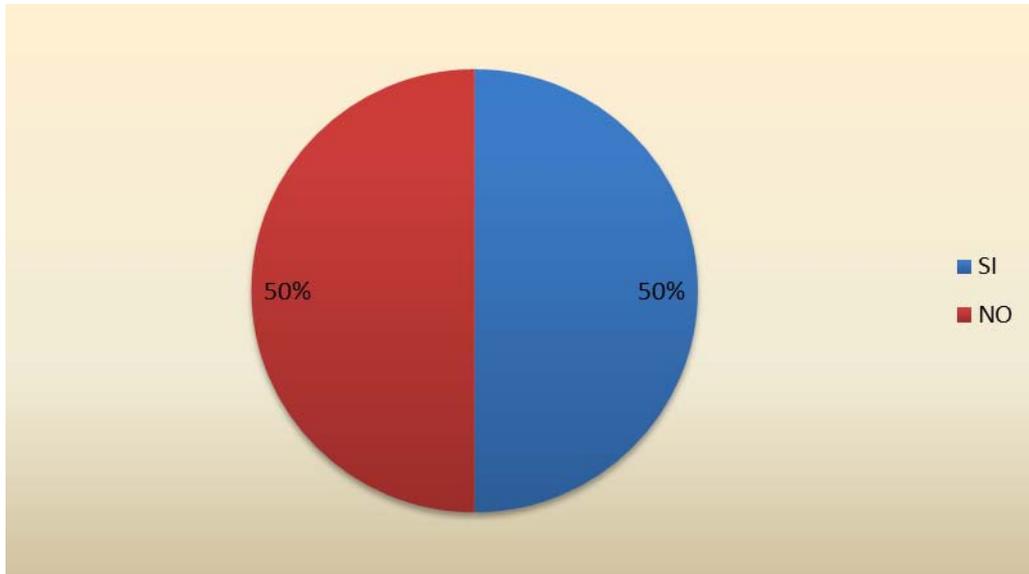
Ítem N° 22.- ¿Estas al día con las últimas tendencias de moda que presentan en Vitrina?



**Fuente: León 2014**

Un 59% de los encuestados afirma estar al día con las tendencias de moda que presenta el programa televisivo Vitrina, para así estar a la moda y ponerlo en práctica constantemente en su vida diaria, por otro lado el 41% restante opina desconocer este tipo de tendencias que se dan en dicho programa.

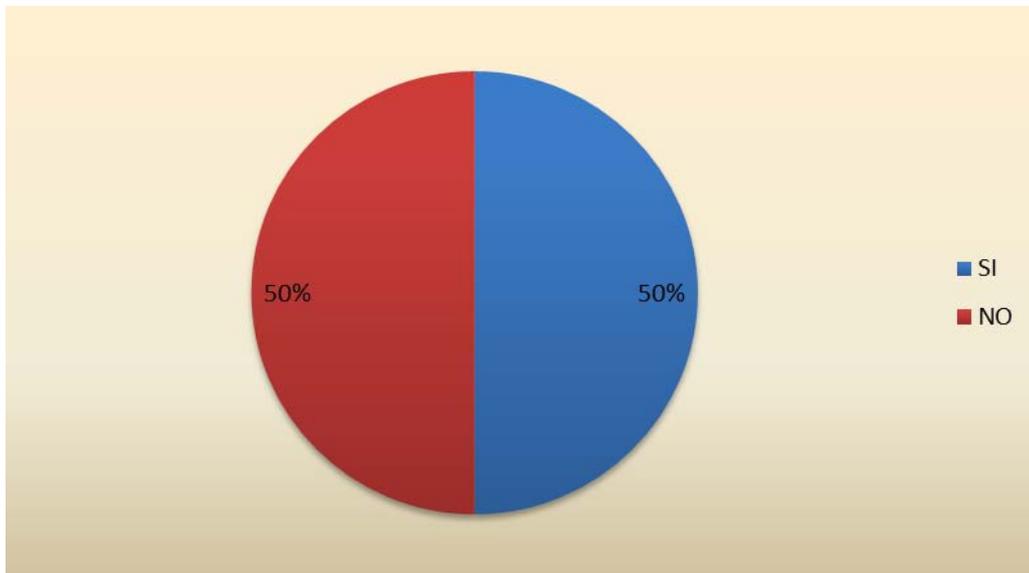
Ítem N° 23.- ¿Haz realizado algún método de belleza de los que recomiendan en Vitrina?



**Fuente: León 2014**

Un 50% de los encuestados afirman haber realizado métodos de belleza de los que recomiendan en el programa televisivo para mejorar su apariencia física y poder lograr sentirse mejor espiritualmente, mientras que el otro 50% comenta no poner en práctica ningún tips de belleza que ofrece esta programación.

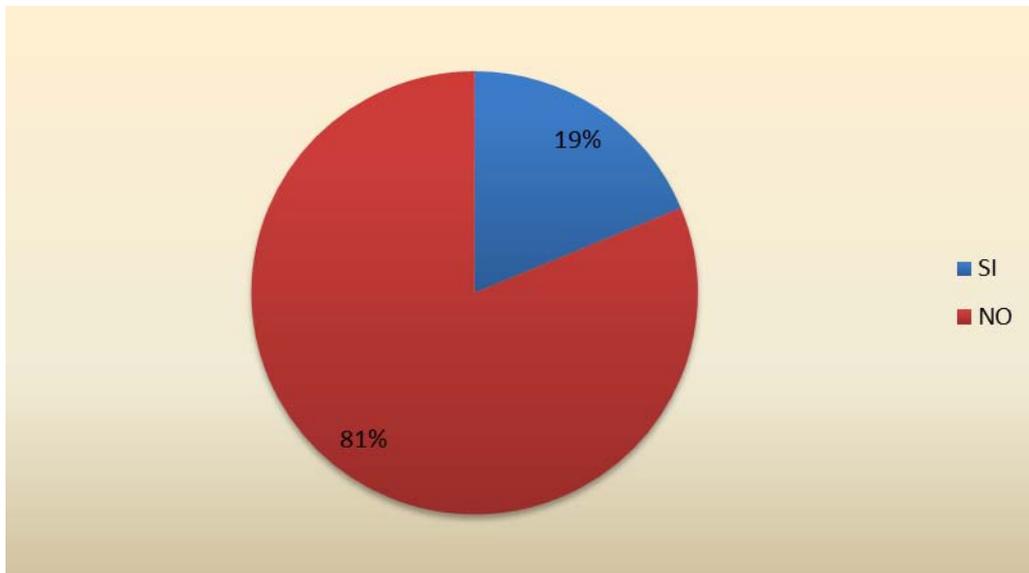
Ítem N° 24.- ¿Te gusta tener información diaria de la que exponen en la Bomba?



**Fuente: León 2014**

Un 50% de los encuestados reportan que le gusta tener información presentada en el programa La Bomba, ya que los mantiene entretenidos y actualizados con respeto a la vida personal de los famosos, mientras que el otro 50% no tiene interés sobre estas informaciones que se transmiten en este programa.

Ítem N° 25.- ¿Has realizado alguna receta de cocina de las que presentan en Vitrina?



**Fuente: León 2014**

El 81% de los estudiantes no han puesto en práctica ningún tipo de receta que se dan en esta presentación, mientras que un 19% de los encuestados afirma que han realizado receta de cocina de las que presenta en el programa televisivo y así poder complacer su paladar.

## **Interpretación y Análisis de Resultados**

Con base al análisis de los resultados obtenidos mediante la aplicación de un cuestionario a los estudiantes del noveno grado de la Unidad Educativa “Antonio Ricaurte”, se puede decir que los estudiantes ven considerablemente la televisión y más específicamente el canal Televen.

En cuanto a la programación matutina que se transmite en dicho canal, se encuestó a los estudiantes en relación al programa el Código Hermes, el cual posee una audiencia alta, por ser un programa de horóscopo, predicciones numéricas y rituales, algunos de los estudiantes manifestaron poner en práctica constantemente dichos rituales y condicionan su vida a predicciones que ahí se transmiten aunque en su mayoría ninguna de estas prácticas les da un resultado exitoso, por lo que resulta un programa que influye ampliamente en la conducta y comportamiento de los educandos.

De igual manera leen diariamente su signo zodiacal para conocer lo que les depara el día en curso, por lo que además de leerlo realiza las recomendaciones dadas y planteadas en dicho segmento.

En relación al programa La vida es Hoy de Carlos Fraga los estudiantes manifestaron considerar que las reflexiones transmitidas son de ayuda para su vida, por lo que lo consideran como una influencia positiva e interesante, aportando un buen mensaje para el crecimiento personal y espiritual, a pesar de que la mayoría de ellos lo considera interesante no todos ponen en práctica sus métodos de autoayuda.

La programación de Vitrina en construcción representada por la expresión de la tendencia y la moda presente en la actualidad, los

estudiantes afirmaron considerarlo un programa de gran interés por aportar tips de belleza y salud logrando un cambio influyente en la manera de vestir y los cuidados diarios de cada uno de ellos, partiendo de esta misma influencia la mayoría expresa estar al día con los consejos de moda y haber realizado algún método de belleza transmitido en dicho programa, de igual forma un grupo minoritario expreso realizar recetas de cocina que se presentan en el mismo.

Continuando con la programación analizada del canal Televen, se resalta el programa La Bomba el cual transmite informaciones acerca de la vida personal de los artistas y celebridades, un porcentaje de estudiantes considerablemente alto observa dicho programa, además de considerar interesante la que se difunde sobre la vida privada de los famosos, en relación a esto un porcentaje igualitario (50%), considera por un lado que es un programa irrespetuoso y que atenta contra la integridad moral y ética de la vida de cada artista, mientras que la otra mitad expreso no considerarlo un irrespeto, por lo que no solo lo observan dicho programa sino que están atentos a las primicias que aquí se transmiten.

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En la presente investigación se puede concluir que:

Los contenidos de la programación matutina de Televen utilizan un lenguaje ofensivo e irrespetuoso en cuanto a los comentarios de la vida personal de algunos artistas, así como se dicen palabras con énfasis en las historias que solo muestran el lado turbio de esa persona, resaltando una actitud de gozo ante la desdicha de otras personas. Los cuales se evidencia en los programáticos matutinos, tales como:

**El Código Hermes** el cual se presentan consejos en relación a los signos zodiacales astrológico, recreativo e informativo, presentación de rituales diversos para el éxito, el amor, la prosperidad, entre otras cosas.

**Vitrina en construcción** expone de forma amena y dinámica las más variadas tendencias de belleza, salud, moda, gastronomía, tips para el hogar y estilo de vida.

**La Vida es Hoy** sus mensajes son al crecimiento humano, a la capacidad de superación, de reflexión; a la posibilidad de asimilar valores y mensajes inspiradores.

**La Bomba** es un programa divertido y farandulero donde todo está relacionado con los chismes más polémicos sobre las

personalidades de la vida pública venezolana y comprenden que cada programa según su lenguaje intenta dar un mensaje positivo o negativo pero innegablemente influyente.

Se observaron las siguientes características en el comportamiento de los estudiantes:

Adoptan creencias y supersticiones como son colocarse prendas de colores sugeridos para su signo y jugar lotería con los números recomendados, es así como también se evidencian las conductas de imitación hacia los artistas y el fanatismo que sienten por practicar rituales constantemente como limpieza del hogar y baños de limpieza espiritual, c según lo transmitido en los programas matutinos de Televen

Se caracteriza el comportamiento de los estudiantes como inadecuado ya que exhiben conductas imitativas como desprecio hacia la diversidad de vestimenta, la forma como se expresan despectivamente hacia otros seres humanos evidenciado en lo que observan en dichos programas, distorsionados de la realidad, y con creencias que no son fundamentadas y que no les aportan nada constructivo para su personalidad, ni conocimientos que apoyen una formación crítica, reflexiva y adecuada.

Se establece por tanto que estos programas en específico el de la bomba ejercen gran influencia de manera negativa en la conducta y comportamientos de los estudiantes ocasionando en algunos de ellos distorsión de la realidad y creando antivalores, como el irrespeto, el egoísmo, la intolerancia y la indiferencia, por lo que siguen modelos conductuales no sanos y que inclusive los alejan de una perspectiva basada en la realización personal con metas, lo que resulta preocupante es la atención y el tiempo que invierten en ver toda esta la programación transmitida en Televen.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda la valoración por parte de los padres, representantes y responsables de la formación de los niños, niñas y adolescentes de los contenidos a los que se exponen al ver esos programas, se debe hacer hincapié que los estudiantes deben ser supervisados por sus padres y estos deben orientarlos para que reflexionen acerca de la información que reciben.

Proporcionar una educación en valores y la orientación continua para que estos obtengan una educación de acuerdo a la realidad contextual y siguiendo principios fundamentados con buenas bases ideológicas, culturales y religiosas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Contreras, A. (1987) **Influencia de la Televisión en la Formación del Hombre Latinoamericano**. Ediciones de la biblioteca, Caracas.

Fernández, M. y Santana, G. (2000) **Estado y Medios de Comunicación en las Políticas de los Jóvenes de la España Democrática**. Trabajo de pregrado. Universidad de Navarra España.

Fox, E. (1988) **Medios de Comunicación y Política en América Latina**. Buenos Aires: Ediciones G. Gili, S.A de C.V

Hernández, G. (2002) **La Crisis Política de la Sociedad**. Trabajo de pregrado. Escuela de comunicación social Universidad Arturo Michelena.

Herrera, A. (1973) **Política y Medios de Comunicación Social**. Caracas: Editorial cultura venezolana.

Herrera, L. (1999) **Política y Medios de Comunicación**. Trabajo de pregrado. Escuela de comunicación social Universidad Arturo Michelena.

Leonardi, F. (2007) **Influencia de los Medios de Comunicación en la Ruptura Política- Social de los Jóvenes**. Trabajo de pregrado. Escuela de comunicación social Universidad Arturo Michelena.

Martínez, J. (1999) **Los Medios de Comunicación y sus Efectos en la Política**. Trabajo de pregrado. Escuela de comunicación social Universidad Central de Venezuela.

Márquez, J. (2007) **Pensamiento Crítico, Medios de Comunicación y Consumo Adolescente: “Crear tu propio estilo”**. Trabajo de pregrado. Escuela de comunicación social Universidad Central de Venezuela.

Paz, I. (1.979) **Los Medios Masivos de Comunicación en la Lucha Ideológica**. Universidad autónoma de Santo Domingo: Editora de la UASD.

Pereira, D. (2002) **Herramientas de Pedagogía Política Para la Juventud**. Trabajo de pregrado. Escuela de comunicación social Universidad Central de Venezuela.

Pineda, M. (2008) **Investigación Alternativa Basada en la Complejidad**.

Pérez García, David: **Técnicas de comunicación política**, [http://www.fisec-estrategias.com.ar/1/fec\\_01\\_com\\_perujo.pdf](http://www.fisec-estrategias.com.ar/1/fec_01_com_perujo.pdf). Tecnos, Madrid, 2003.

## **ANEXOS**

## Anexo A

### Lista de Cotejo

Programa Televisivo	Mensajes transmitidos	Conducta observada	Positivo	Negativo
Código Hermes	Horóscopo diario con recomendaciones a realizar Datos numéricos según el signo zodiacal Rituales diversos para la prosperidad, amor, salud, negocios.	Los estudiantes están atentos al horóscopo diariamente Algunos estudiantes apuestan en juegos de loterías Los estudiantes realizan rituales		
La Vida es Hoy	Mensajes de autoayuda Técnicas diversas para aplicar en problemas de índole familiar, personal o laboral	Los estudiantes ponen en práctica técnicas y métodos varios de autoayuda		
Vitrina en Construcción	Farándula Recetas de cocina Trucos de belleza Tips de moda	Los estudiantes llevan a la práctica las recomendaciones diversas que se dan		

		en el programa		
La Bomba	Información de farándula sobre la vida de los artistas y todo lo que acontece en el medio artístico	Los estudiantes están bien informadas acerca de los artistas y sus vidas Los estudiantes en ocasiones exhiben modismos que son transmitidos en dicho programa		

## Anexo B

### Cuestionario con Preguntas Dicotómicas

Comportamiento exhibido	Escalas		Observaciones
	SI	NO	
1.-¿Te dedicas frecuentemente a ver la televisión?			
2.-¿Eres televidente del Canal Televen			
3.- ¿Te gustan las informaciones que dan en el programa de Hermes			
4.- ¿Has puesto en práctica algunos de los rituales que da Hermes Ramírez en su programa?			
5.- ¿Te ha dado resultado alguno de estos rituales o los datos numéricos que recomienda?			
6.-¿Consideras interesante este programa?			
7.- ¿Crees tú que es de ayuda las reflexiones que da Carlos Fraga en su programa?			
8.- ¿Aportan un buen mensaje todos los contenidos que explica el programa La Vida es hoy?			
9.- ¿Realmente es una ayuda de crecimiento personal lo que transmite dicho programa?			
10.- ¿Has puesto en práctica algunos de estos métodos?			
11.- ¿Crees tú que son interesantes las informaciones que presentan en La Bomba?			
12.- ¿consideras que el programa La Bomba fomenta irrespeto hacia la privacidad de la vida de las personas del medio televisivo?			

13.- ¿Te gusta ver La Bomba?			
14.- ¿En el programa Vitrina en Construcción se explican cosas interesantes?			
15.- ¿Te aporta algo constructivo las informaciones que ves en este programa?			
16.- ¿lees tu horóscopo diariamente?			
17.- ¿Haces uso de las recomendaciones que te da tu horóscopo?			
18.- ¿Juegas los datos numéricos que dan para tu signo?			
19.- ¿Estas siempre atento a las informaciones que dan sobre los artistas de televisión?			
20.- ¿Estas al tanto de lo que acontece a los artistas en su vida privada?			
21.- ¿Te gusta estar bien informado sobre los artistas y todo lo que acontece en la farándula?			
22.- ¿Estas al día con las últimas tendencias de moda que presentan en Vitrina?			
23.- ¿Haz realizado algún método de belleza de los que recomiendan en Vitrina?			
24.- ¿Te gusta tener información diaria de la que exponen en la Bomba?			
25.- ¿Has realizado alguna receta de cocina de las que presentan en Vitrina?			