



**Proyecto de Investigación:  
Apropiación Cultural de Producciones  
Audiovisuales en los Jóvenes de  
Bucaramanga**

**Daniela Ardila Ardila  
Daniela Alejandra Rivera Ortiz**

Universidad Autónoma de Bucaramanga  
Facultad de Comunicación y Artes Audiovisuales  
Programa de Comunicación Social  
Bucaramanga, Colombia

2017



# **Proyecto de Investigación: Apropiación Cultural de Producciones Audiovisuales en los Jóvenes de Bucaramanga**

**Daniela Ardila Ardila  
Daniela Alejandra Rivera Ortiz**

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:  
**Comunicador Social**  
**Componente profesional Comunicación Organizacional / Periodismo**

Director:  
Doctor Julio Eduardo Benavides Campos

Universidad Autónoma de Bucaramanga  
Facultad de Comunicación y Artes Audiovisuales  
Programa de Comunicación Social  
Bucaramanga, Colombia  
Año 2017



*A mis padres, Edgar Ardila y Janeth Ardila, quienes fueron mi soporte durante toda mi vida, en los que siempre encontré apoyo incondicional.*

*Daniela Ardila Ardila*

*Dedico este proyecto a Dios y a mis padres Emilse Ortiz Álvarez y Luis Enrique Rivera Álvarez, quienes me apoyaron todo el tiempo, dándome los ánimos para seguir en tan maravillosa carrera. A mi hermana Angie Tatiana Rivera Ortiz, por su compañía.*

*Daniela Alejandra Rivera Ortiz*

## **Agradecimientos**

Agradecemos a la Facultad de Comunicación y Artes Audiovisuales de la UNAB por darnos la oportunidad de pertenecer a ella, al Profesor Julio Eduardo Benavides por la excelente guía en este proyecto, el cual realizamos con toda la dedicación pertinente.





## **Resumen**

La apropiación cultural en la dinámica de los medios audiovisuales es un fenómeno social extendido en los jóvenes bumangueses. Este proyecto pretende visualizar en qué forma se apropian prácticas sociales de la oferta audiovisual colombiana, establecer las tendencias como consumidores de la población objeto de la investigación, reconocer las prácticas culturales y aspectos identitarios de la juventud bumanguesa. El trabajo de campo se focalizó en la realización de encuestas, entrevistas semiestructuradas y análisis de contenidos con el fin de extraer información relevante y comparar los resultados obtenidos con las hipótesis propuestas.

### **Palabras clave:**

**Apropiación cultural/Jóvenes/Televisión/Consumo Audiovisual/Bucaramanga**

## **Abstract**

Youth cultural appropriation through audiovisual media is a generality in Bucaramanga's young people, this Project pretend to visualize the way that substracts social practices from the Colombian audiovisual offer, stablish the investigation consumer's favorite programs, recognize cultural practices and identity aspects of Bucaramanga's youth. The field work was focalized on poll, interviews and content analysis, with the final purpose to extract relevant information and compare the results obtained with the proposed hypothesis.

### **Keywords:**

**Cultural appropriation /Youth/Television/Audiovisual consume/Bucaramanga**



# Contenido

	Pág.
<b>Resumen</b> .....	<b>IX</b>
<b>Lista de figuras</b> .....	<b>XII</b>
<b>Lista de tablas</b> .....	<b>XIII</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Marco teórico</b> .....	<b>7</b>
1.1 El Concepto de Juventud .....	7
1.2 La Juventud y el Consumo Audiovisual .....	9
1.3 La Apropiación Cultural.....	12
1.4 La producción audiovisual colombiana .....	16
1.5 Estado del Arte.....	23
<b>2. Metodología de la investigación</b> .....	<b>29</b>
2.1 Selección de la muestra .....	29
2.2 Instrumentos de Investigación .....	31
2.2.1 Encuesta: .....	31
2.2.2 Entrevista semi-estructurada:.....	37
2.2.3 Observación y análisis de contenidos audiovisuales: .....	41
<b>3. Análisis de información recopilada</b> .....	<b>55</b>
3.1 Análisis de encuestas .....	55
3.2 Análisis de entrevistas .....	62
3.3 Análisis de contenido audiovisual .....	66
<b>4. Conclusiones y recomendaciones</b> .....	<b>77</b>
4.1 Conclusiones.....	77
4.2 Recomendaciones y/o propuestas.....	79
<b>A. Anexo: Resultados de la encuesta</b> .....	<b>81</b>
<b>B. Anexo: Entrevistas realizadas</b> .....	<b>91</b>
<b>C. Anexo: Plantillas de análisis de contenidos</b> .....	<b>131</b>
<b>Bibliografía</b> .....	<b>171</b>

## Lista de figuras

	<b>Pág.</b>
<b>Figura 2-1:</b> Estructura de la población por sexo y grupos de edad.....	30
<b>Figura 3-1:</b> Estructura de la población por sexo y grupos de edad.....	56
<b>Figura 3-2:</b> Penetración de Internet en Bucaramanga .....	57
<b>Figura 3-3:</b> Canales favoritos para ver noticias.....	60
<b>Figura 3-4:</b> Programas más vistos por los encuestados .....	67

## Lista de tablas

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 2-1:</b> Exigencia de muestra en población según tamaño.....	30
<b>Tabla 2-2:</b> Formato de Encuesta realizado.....	32
<b>Tabla 2-3:</b> Aspectos Para escogencia de Programas a analizar .....	40
<b>Tabla 2-4:</b> Ejemplo Plantilla análisis de Contenido audiovisual.....	44
<b>Tabla 2-5:</b> Plantilla de análisis de contenidos.....	48



## Introducción

La presente investigación abarca el tema de la apropiación cultural de los jóvenes en Bucaramanga, cuyo propósito es proveer un estudio que muestre las formas de apropiación cultural de los jóvenes de Bucaramanga, entre los 15 y 24 años, identificando dentro de la oferta audiovisual colombiana los géneros preferidos y los aspectos identitarios que caracterizan a esta comunidad. Se busca la relación de la creciente oferta audiovisual colombiana con los comportamientos culturales de los jóvenes, y se quiere plasmar como un referente de esta contemporaneidad, de este tiempo, dejando una conexión para futuras investigaciones relacionadas.

En tiempos recientes, la ciudad de Bucaramanga ha empezado a surgir como una ciudad moderna y cosmopolita. Poco a poco, los jóvenes residentes han empezado a apropiarse de elementos culturales extranjeros que son utilizados en su cotidianidad. Los medios audiovisuales, como realizadores de cultura, pueden ser la fuente de tales elementos que marcan uno u otro comportamiento social. Es preciso levantar la información y analizar la relevancia de estos medios en la culturización de los jóvenes bumangueses.

De acuerdo a esto, se cuestiona: ¿Existe apropiación cultural de los jóvenes bumangueses de elementos producto de la interacción con los medios audiovisuales disponibles en la actualidad?

“El sector de la producción audiovisual mueve más de \$335.000 millones al año en Colombia y es uno de los más representativos de la industria publicitaria nacional. Si bien durante los últimos años el negocio ha crecido y además ha

gozado de mayor visibilidad, gracias al papel protagónico que han desempeñado las agencias locales en los festivales internacionales, los retos siguen siendo grandes para estar al nivel de otros países del continente".<sup>1</sup> Teniendo en cuenta las estimaciones de la Cámara de Comercio de Bogotá, para 2014, Bogotá concentra cerca del 90% de la industria cinematográfica y audiovisual colombiana.<sup>2</sup>

En el año 2014, el Ministerio de Cultura<sup>3</sup> aplicó la Encuesta de Consumo Cultural en las cabeceras de Colombia, encontró que en la zona Oriente, de la población en edades entre 5 a 11 años un 35,7% asiste a salas de cine, un 43,2% va a bibliotecas, 62,9% personas manifestaron leer libros y 37,1% leer revistas; el 98,1% consume televisión, 49,7% escucha radio y 47,5% música grabada. 63,5% ve videos, 47,6% juega videojuegos. 24,4% de la población encuestada asiste a talleres de formación en arte y cultura, y 38,4% realiza prácticas culturales. En cuanto al consumo de internet, 60,4% manifestaron usar dicho medio de comunicación.

Todo este consumo multiplataforma, ligado con lo expuesto en el planteamiento del problema, genera la necesidad de analizar si el consumo del producto audiovisual colombiano, transmitido por canales regionales, nacionales públicos, privados, internacionales y otros medios tecnológicos, influye en el comportamiento de los jóvenes bumangueses.

---

<sup>1</sup> ARDILA, Ignacio, Participe En El Especial "Las Caras De La Producción Audiovisual En Colombia" 2015, <http://www.revistapym.com.co/destacados/participe-especial-las-caras-produccion-audiovisual-colombia>. [Fecha de consulta: 1 de mayo de 2016]

<sup>2</sup> Ibíd.

<sup>3</sup> CIFUENTES, Diana y REYES, Juanita. Aproximación a los hábitos de consumo de contenidos mediáticos por parte de los niños y las niñas en Colombia. Ministerio de Cultura - Dirección de Comunicaciones, 2014, [www.mincultura.gov.co](http://www.mincultura.gov.co).



Según Bernardo Subercaseaux Sommerhorf<sup>4</sup>, la apropiación va “más que a una idea de dependencia y de dominación exógena apunta a una fertilidad, a un proceso creativo a través del cual se convierten en "propios" o "apropiados" elementos ajenos. "Apropiarse" significa hacer propios, y lo "propio" es lo que pertenece a uno en propiedad, y que por lo tanto se contrapone a lo postizo o a lo epidérmico. A los conceptos unívocos de "influencia", "circulación" o "instalación" (de ideas, tendencias o estilos) y al supuesto de una recepción pasiva e inerte, se opone, entonces, el concepto de "apropiación", que implica adaptación, transformación o recepción activa en base a un código distinto y propio”.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Identificar la forma de apropiación cultural de los jóvenes de Bucaramanga entre los 15 y 24 años, que muestre las prácticas sociales apropiadas de los contenidos de la oferta audiovisual colombiana.

El valor de investigar este objetivo es proveer un análisis verídico que muestre la influencia directa de los medios en el comportamiento juvenil bumangués, estableciendo parámetros de medición cuantitativos y cualitativos que permitan dar conclusiones válidas para la investigación.

### **Objetivos específicos**

---

<sup>4</sup> SUBERCASEAUX SOMMERHORF, Bernardo. Reproducción Y Apropiación: Dos Modelos Para Enfocar El Dialogo Intercultural. <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/23/23-revista-dialogos-modelos-enfocados-al-dialogo-intelectuar.pdf>. [Fecha de consulta: 13 de marzo de 2017].

- Identificar los programas y los géneros preferidos de los jóvenes bumangueses entre los 15 y 24 años, dentro de la oferta audiovisual colombiana.
- Reconocer prácticas culturales de los jóvenes bumangueses entre los 15 y 24 años, relacionados con el consumo de la oferta audiovisual colombiana.
- Reconocer en la oferta audiovisual colombiana aspectos identitarios de los jóvenes bumangueses entre los 15 y 24 años, desde su condición de consumidores.

Desde el punto de vista teórico, esta investigación se basa en preceptos de autores latinoamericanos como Néstor García Canclini, Martín Barbero, Guillermo Sunkel, las recopilaciones de Cubides, Laverde y Valderrama, entre otros, que muestran puntos de vista relacionados con la apropiación cultural a través de los medios audiovisuales y la juventud. Se toma como punto inicial el concepto de juventud, donde se enmarca la población investigada, y se toma después los conceptos de apropiación cultural, el consumismo ligado a la juventud y a las producciones audiovisuales en diferentes medios y la globalización, la producción audiovisual colombiana, el estado del arte e investigaciones preliminares relacionadas con el cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Metodológicamente se definieron tres herramientas para obtener la información necesaria, en este caso, la encuesta, la entrevista semi-estructurada y el análisis de contenidos generaron componentes básicos para desarrollar la investigación, primero de una manera cuantitativa con la encuesta, luego cualitativa con las entrevistas, y del cruce de variables entre estas dos se definieron los criterios para desarrollar el análisis de contenido audiovisual.

En el primer capítulo de este proyecto, se muestra el marco teórico con tópicos como el concepto de juventud, la juventud y el consumo audiovisual, la apropiación cultural, la producción audiovisual colombiana y el estado del arte de investigaciones relacionadas con el tema.

En el segundo capítulo, se acota la metodología de la investigación, la selección de la muestra y los instrumentos de investigación utilizados, así como su respectiva justificación.

El tercer capítulo consta del análisis de las encuestas, entrevistas semi-estructuradas y análisis de contenido, donde se establece la base para realizar las respectivas conclusiones del proyecto.

Finalmente, en el capítulo cuatro se dan las conclusiones del proyecto de investigación, se muestra el cumplimiento de los objetivos dados anteriormente.



# 1. Marco teórico

El marco teórico presentado en este proyecto permite reconocer e identificar los conceptos necesarios para el cumplimiento de los objetivos a desarrollar en la investigación. Se inicia abordando el concepto de juventud, con el cual se caracteriza la población en la que se van a analizar. Posteriormente, se establece una primera relación de los jóvenes con los medios audiovisuales, su consumo y la apropiación cultural desde el punto de vista de varios autores, mostrando también el estado del arte del tema a tratar.

## 1.1 El Concepto de Juventud

La ONU identifica a los jóvenes como personas entre los 19 y 24 años, en Viviendo a Toda<sup>5</sup>, se encuentra la siguiente concepción:

**“La condición de Juventud:**

La palabra juventud, cuya significación parece ofrecerse fácilmente en tanto mera tributaria de la edad y por lo tanto perteneciente al campo del cuerpo, al reino de la naturaleza, nos conduce, sin embargo, a poco que se indague en su capacidad clasificatoria y en los ámbitos del sentido que invoca, a un terreno complejo en el que son frecuentes las ambigüedades y simplificaciones.

---

<sup>5</sup> CUBIDES, Humberto y LAVERDE, María Cristina y VALDERRAMA, Carlos Eduardo. Viviendo a Toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades. Bogotá: Siglo del Hombre Editores. 1995.

---

Es razonable que una primera aproximación invoque la edad. Edad y sexo han sido utilizados en todas las sociedades como base de las clasificaciones sociales. Juventud sería una categoría etaria, y por lo tanto objetivable con facilidad en el plano de las mediciones. Pero los enclasmientos por edad ya no poseen competencias y atribuciones uniformes y predecibles. Por el contrario, tales enclasmientos tienen características, comportamientos, horizontes de posibilidad y códigos culturales muy diferenciados en las sociedades actuales, en las que se ha reducido la predictibilidad respecto de sus lugares sociales y han desaparecido los ritos de pasaje. Hay distintas maneras de ser joven en el marco de la intensa heterogeneidad que se observa en el plano económico, social y cultural. No existe una única juventud: en la ciudad moderna las juventudes son múltiples, variando en relación a características de clase, el lugar donde viven y la generación a que pertenecen y, además, la diversidad, el pluralismo y el estallido cultural de los últimos años se manifiestan privilegiadamente entre los jóvenes que ofrecen un panorama sumamente variado y móvil que abarca sus comportamientos, referencias identitarias, lenguajes y formas de sociabilidad. Juventud es un significativo complejo que contiene en su intimidad las múltiples modalidades que a procesar socialmente la condición de edad, tomando en cuenta la diferenciación social, la inserción en la familia y en otras instituciones, el género, el barrio o la microcultura grupal.

Por otra parte, la condición de juventud indica, en la sociedad actual, una manera particular de estar en la vida: potencialidades, aspiraciones, requisitos, modalidades éticas y estéticas, lenguajes. La juventud, como etapa de la vida, aparece particularmente diferenciada en la sociedad occidental sólo en épocas recientes; a partir de los siglos XVIII y XIX comienza a ser identificada como capa social que goza de ciertos privilegios, de un periodo de permisividad que media entre la madurez biológica y la madurez social. Esta "moratoria" es un privilegio para ciertos jóvenes, aquellos que pertenecen a sectores sociales relativamente acomodados, que pueden dedicar un periodo de tiempo al estudio -cada vez más prolongado- postergando exigencias vinculadas con un ingreso pleno a la madurez social:

formar un hogar, trabajar, tener hijos. Desde esta perspectiva, la condición social de "juventud" no se ofrece de igual manera a todos los integrantes de la categoría estadística "joven"<sup>6</sup>.

Jesús Martín Barbero, nos muestra:

“Los jóvenes, según M. Mead, no son hoy simplemente la esperanza del futuro, sino el punto de emergencia de una cultura a otra, que rompe tanto con la cultura basada en el saber y la memoria de los ancianos, como en aquella cuyos referentes, aunque movedizos, ligaban los patrones de comportamiento de los jóvenes a los de padres que, con algunas variaciones, recogían y adaptaban los de los abuelos.”<sup>7</sup>

Con estas definiciones, se resaltó la idea que el concepto de juventud ha variado durante el tiempo, y que implica muchas otras variables que sólo la edad. Para efectos de la investigación, es necesario tomar en principio sólo variables cuantificables como la edad y lugar de residencia, para la escogencia de la población a analizar. Para hacer válida la investigación, se decidió tomar el concepto de la ONU como punto de partida, y entrelazar con los objetivos del proyecto las restantes definiciones, que en particular, otorgan contenido válido para el trabajo. Es necesario remarcar que los jóvenes que participaron en esta investigación se encontraron entre los 15 y 24 años de edad, sin distinción de género ni estrato social, siendo todos ellos habitantes de la ciudad de Bucaramanga.

## 1.2 La Juventud y el Consumo Audiovisual

Consolidado el término de juventud que se utiliza en el proyecto, se puede empezar establecer una relación entre la juventud y los medios audiovisuales,

---

<sup>6</sup> Ibíd, p 3.

<sup>7</sup> Ibíd, p. 27.

Martín Barbero propone esta relación a través del fenómeno de juvenilización como extensión del consumo de los signos juveniles:

“Desde los años sesenta, con el avance de los medios masivos de comunicación, sobre todo en sus formatos audiovisuales, se viene desplegando una poderosa industria del tiempo libre en la que predomina sobre los otros lenguajes la circulación de las imágenes. Vamos entrando en lo que algunos autores han denominado "videosferas", es decir, medioambientes de pantallas dentro de los que, con ascendente vigor, se escenifica la vida social. Los canales informativos y de entretenimiento, junto con la extensa red de publicidad que envuelve a las ciudades, van con formando este circuito de imágenes con el que interactuamos cotidianamente. Por otra parte, se va articulando un proceso que toma características provenientes del mundo juvenil, tales como pautas estéticas, estilos de vida, consumos, gustos y preferencias, looks, imágenes e indumentaria, y las propicia ante segmentos crecientes de la población como señales emblemáticas de modernización.

El proceso al que denominamos juvenilización señala a un complejo articulado de signos que atraviesan el contexto cultural de la actualidad; en él confluyen dos series de acontecimientos: por una parte, el avance de la cultura de la imagen y, además, el encumbramiento de lo juvenil fetichizado por los lenguajes hegemónicos de la sociedad de consumo”<sup>8</sup>.

Con esta información, se estableció un punto de partida de la relación juventud – consumo, y con esto, es necesario considerar las características que relacionan a los jóvenes y los medios audiovisuales. Roberto César Marafioti<sup>9</sup>, agrega tres características que relacionan la televisión y la juventud:

---

<sup>8</sup> Ibíd.

<sup>9</sup> Ibíd.



“Se pondrá aquí de relieve, de entre las múltiples características que tienen los medios, tres que entran en juego de modo especial en relación con los jóvenes y que dan cuenta del peculiar modo de concebir el conocimiento que tienen. Ellos son:

- La instantaneidad,
- La simultaneidad,
- La desjerarquización.

Si se ven los mecanismos con los que se manejan los medios y en forma especial la televisión, se podrá advertir que todo lo que por allí circula tiene que ver con la velocidad y el instante, ya sea de las informaciones o noticias, las modas, la música o las publicidades. La instantaneidad está en relación inmediata con la falta de perdurabilidad de todo lo que por allí transita. No se podrá encontrar nada que logre tener una vida prolongada. Todo es efímero y provisorio. Los nombres de los productos, las marcas, los personajes pasan y no quedan. Sólo algunas figuras estelares permanecen un tiempo relativamente considerable. Las temáticas y los debates, por importantes que parezcan, se esfuman. Más que en ninguna otra de las manifestaciones culturales de nuestro tiempo, los medios se sostienen a partir de enarbolar lo novedoso como desafío que siempre debe ser comprobado y puesto a prueba. Nadie está en condiciones de asegurar que algo tendrá perdurabilidad. Se puede repetir pues, aquello de "todo lo sólido se desvanece en el aire".<sup>10</sup>

Con la consolidación de las teorías mostradas anteriormente, se aportaron pautas para analizar dentro de los instrumentos de investigación propuestos, como es el lenguaje audiovisual, las modas, el consumo, el mensaje, la instantaneidad, que se conviene tomar como parámetros de identificación de apropiaciones

---

<sup>10</sup> *Ibíd*, p. 309.

culturales. Se debe divisar ahora el producto relativo al consumo audiovisual por parte de los jóvenes bumangueses, para apoyar estas conclusiones es necesario ahondar en el concepto de apropiación cultural, encaminar el entendimiento de este concepto y su relación con los jóvenes, qué parte del consumo audiovisual toman como propio, y cómo lo hacen.

### **1.3 La Apropiación Cultural**

Con la relación entre los medios audiovisuales y la juventud puesta en este marco, es necesario relacionar los mensajes y la apropiación de éstos. La apropiación cultural es definida como “la adopción o uso de los elementos de una cultura por miembros de otra cultura”.<sup>11</sup>

La apropiación cultural como generador de identidad es mostrada por García Canclini, como una coproducción:

“La reflexión actual sobre la identidad y la ciudadanía se va situando en relación con varios soportes culturales, no sólo en el folclor o la discursividad política, como ocurrió en los nacionalismos del siglo xix y principios del xx. Debe tomar en cuenta la diversidad de repertorios artísticos y medios comunicacionales que contribuyen a reelaborar las identidades. Por lo mismo, su estudio no puede ser tarea de una sola disciplina (la antropología o la sociología política), sino de un trabajo transdisciplinario, en el que intervengan los especialistas en comunicación, los semiólogos y urbanistas.

---

<sup>11</sup> YOUNG, James. Cultural Appropriation and the Arts. USA: John Wiley & Sons, 2015. P. 5.

Multimedios y multicontextualidad: son las dos nociones clave para redefinir el papel del cine, de otros sistemas de comunicación y de la cultura en general. Así como la posibilidad de que el cine reviva depende de que se reubique en un espacio audiovisual multimedia (con la televisión y el video), las identidades nacionales y locales pueden persistir en la medida en que las resituemos en una comunicación multicontextual. La identidad, dinamizada por este proceso, no será sólo una narración ritualizada, la repetición monótona pretendida por los fundamentalismos. Al ser un relato que reconstruimos incesantemente, que reconstruimos con los otros, la identidad es también una coproducción<sup>12</sup>.

Bajo este precepto, el aporte principal del autor a este proyecto es la condición de identidad cultural heredada de los medios de comunicación. Esta identidad se obtiene significativamente en la juventud, Rolando Pérez Sánchez lo explica:

“En la literatura revisada se le atribuyen a este período de la vida dos tareas básicas: a) los jóvenes tienen que hacerle frente a una serie de tareas normativas y expectativas sociales, provenientes de diferentes grupos e instituciones en los que son participes, como la familia, el grupo de pares o la escuela y que están ligados con la asunción de nuevos roles o el seguimiento de las secuencias institucionales vinculadas a la formación educativa y laboral. Es decir, se concibe como un período en la cual se toman decisiones que tienen consecuencias directas para el desarrollo posterior del curso de la vida, como son la escogencia de un oficio, una carrera, la definición de un estilo de vida, la vida en pareja o la formación de una familia. b) La reflexión

---

<sup>12</sup> GARCÍA CANCLINI Néstor, consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización, México D.F.: Grijalbo, 1995, p. 114.

---

sobre el futuro forma parte de la formación de la identidad, la cual es la tarea básica de este período del curso de la vida”<sup>13</sup>.

Sonia Livingstone<sup>14</sup> asegura que el tema no debe restringirse a los cambios que ha tenido la forma en la que se consume o a invasiones tecnológicas que a la hora de consumir induce a nuevos hábitos. Dicha cuestión no se refiere sólo a una evolución en el tiempo sino que va más lejos y liga una conexión del ser humano con el mundo. Tales conexiones, cada vez mayores en número, crean un ambiente multicultural que permite la escogencia de aspectos relevantes para el sí personal, formando características cada vez más dispares entre los jóvenes. Como indica Baudrillard<sup>15</sup>, “La comunicación y la información –de la mano de las innovaciones tecnológicas: satélites, informática, video procesadores– han pasado a ocupar el lugar central en la configuración de los nuevos modelos de sociedad”. Específicamente esta generación, donde existen diversas plataformas de consecución de medios audiovisuales, se ven nuevos rasgos culturales provenientes de diversos lugares del mundo.

“Los medios audiovisuales y la tendencia de sus contenidos, resaltan la importancia influyente de la imagen como expresión comunicativa. Predomina el protagonismo del mensaje audiovisual dirigido especialmente a públicos adolescentes y juveniles, entre quienes el movimiento de contenidos ofrecidos por los medios audiovisuales tradicionales, y por los llamados nuevos medios, ha re-potenciado el valor de la imagen como sistema

---

<sup>13</sup> PÉREZ SÁNCHEZ, Rolando. Televisión, juventud y futuro: estudio intercultural con jóvenes costarricenses y alemanes. *Actualidades en Psicología*, Vol.18, No.105, 2002; pp.7-24.

<sup>14</sup> Livingstone, S. (2003). The changing nature of audiences: From the mass audience to the interactive media user. In A. Valdivia (ed.), *Companion to media studies* (pp. 337-359). Oxford, UK: Blackwell.

<sup>15</sup> BAUDRILLARD, J. “El éxtasis de la comunicación”, en *La postmodernidad*, Barcelona: Kairós, 1985. p. 187-197.

semiótico, sintáctico, gramatical y lingüístico, preferidos por las nuevas generaciones para la comunicación e interacción con el mundo. No podríamos considerar los medios audiovisuales como una simple evolución de la tecnología, ni como un simple instrumento a través del cual trascurren los discursos comunicativos de hoy. Las características propias del medio también influyen y determinan la naturaleza y las formas de los procesos comunicativos. También, ejercen una influencia en las formas de socialización”<sup>16</sup>.

La apropiación cultural de lo que se consume en un entorno físico, económico y político que nos compete a toda la sociedad y nos hace ser colectivos. Los medios como parte del discurso comunicativo, enfocando mensajes mayoritariamente a los jóvenes, y con el crecimiento y apertura de fronteras a través de la web, ha manifestado ser una gran herramienta persuasiva, como lo puede explicar la teoría de la Agenda Setting, de McCombs y Shaw<sup>17</sup>, donde la opinión del público consumidor tiene disposición a ser moldeada, dando prioridad a la información que se difunde a través de los medios, puede entenderse que la apropiación en sí es la sugerida por los medios de comunicación. García Canclini lo expone relacionándolo con la cultura y la política: ‘La cultura urbana’ es reestructurada al ceder el protagonismo del espacio público a las tecnologías electrónicas. Al ‘pasar’ casi todo en la ciudad gracias a que los medios lo dicen, y al parecer que ocurre como los medios quieren, se acentúa la mediatización social, el peso de las escenificaciones, las acciones políticas se constituyen en tanto imágenes de lo político”<sup>18</sup>.

---

<sup>16</sup> ARANGO-FORERO, Germán y GONZÁLEZ-BERNAL, Manuel Ignacio. Televidencias juveniles en Colombia, vol. 12, núm. 2, Universidad de La Sabana, 2009, p. 2.

<sup>17</sup> McCOMBS, M. Newspaper versus Television: Mass Communication Effects Across Time, en D.L. Shaw y M McCombs (EDS), The emergence of American political issues: The agenda-setting function on the press, St. Paul, MN: West Publishing, 1977, (p. 89-106).

<sup>18</sup> GARCÍA CANCLINI Néstor, Culturas Híbridas, México D.F.: Grijalbo, 1990, p. 95.

“La televisión ha adquirido una relevancia determinante a la hora de definir las características propias del horizonte cultural. Es el medio que pugna por sustituir a otras instituciones a la hora de precisar los mecanismos de transmisión de valores, pautas y hábitos culturales. Esta condición le podría asignar un valor omnipoderoso ya que es una de las principales instituciones en una "sociedad individual de masas". "La televisión es la única actividad compartida por todas las clases sociales y por todas las edades, haciendo así de vínculo entre todos los ámbitos"<sup>19</sup>.

Con este soporte teórico, que en síntesis nos muestra que la apropiación cultural es generadora de identidades, sobre todo en edades tempranas y decisorias como lo es la adolescencia y la adultez temprana, se debe observar qué nos ofrecen los medios actuales.

## 1.4 La producción audiovisual colombiana

La producción audiovisual colombiana ha experimentado un crecimiento extraordinario en los últimos diez años. Juan Gabriel Pérez<sup>20</sup>, director de Invest in Bogotá, afirma: “Como escenario de producciones nacionales y coproducciones extranjeras, la ciudad de Bogotá ha tenido un crecimiento exponencial: si bien en el 2004 se producían en promedio 6 películas, en 2014 se produjeron 22. Del total de coproducciones de los últimos 10 años, el 45% se realizan con productoras de España, Argentina y Francia”. Esto se ha presentado a raíz de los continuos avances tecnológicos, los cuales permitieron el crecimiento del mercado y la superación de las limitaciones físicas, en cuanto al desarrollo de los aparatos

---

<sup>19</sup> CUBIDES, Humberto y LAVERDE, María Cristina y VALDERRAMA, Carlos Eduardo. Op. Cit., p. 307.

<sup>20</sup> PÉREZ, Juan Gabriel, disponible en <http://es.investinbogota.org/noticias/bogota-epicentro-de-la-industria-audiovisual-en-colombia> [Consulta: 10 de Mayo de 2016].

tecnológicos, la aparición de contenidos digitales portátiles (DVD y otros formatos) y el internet.<sup>21</sup> La sobreoferta de contenidos representados en las transmisiones digitales hace referencia a una relación existente entre el medio y su público lo que genera que las audiencias clasifiquen y elijan lo que quieren consumir. “Vivimos en una sociedad multicanal (Toffer, 1990), a la que debe agregársele el recurso de dispositivos cada vez más sofisticados para la grabación, el almacenamiento y la clasificación de contenidos, que le permiten al consumidor personalizar la oferta y determinar sus propios horarios y rutinas para el consumo”.<sup>22</sup>

“La televisión es posiblemente el medio que ha pasado a tener mayor dependencia en la investigación de su propia audiencia. La incorporación de instrumentos de medición de audiencia –como el people meter- ha tenido un fuerte impacto en los procesos de toma de decisiones respecto a la estructura y contenido de la programación de los canales. El uso del conocimiento sobre el comportamiento de la audiencia se encuentra asociado a un proceso de "sintonización" con los públicos, que puede ser connotado negativamente como la imposición de la lógica de mercado en los medios, la que impacta negativamente en la calidad y la diversidad de la programación. Pero también puede ser connotado positivamente en el sentido de que los medios buscan adecuar su oferta de contenidos a los intereses de los públicos”<sup>23</sup>.

La capital del país es el epicentro audiovisual más fuerte en cuanto a la infraestructura de producción y profesionales, por ejemplo: Bogotá cuenta con 74 estudios de grabación de cine y televisión, sus principales compañías son Caracol, RCN, Fox Tele Colombia, RTI y Tele video, con el paso del tiempo Colombia cuenta con más de 55.000 profesionales, técnico y tecnólogos

---

<sup>21</sup> ARAÚJO VILA, Noelia y FRAIZ BREA, José. El sector audiovisual, ayer y hoy. Del cine al consumo multimedia. 2013. <http://intersexiones.es/Numero4/08.pdf>.

<sup>22</sup> Toffer, A. El cambio del poder. Buenos Aires: Plaza y Janes, 1990.

<sup>23</sup> SUNKEL, Guillermo. El consumo cultural en América Latina. Bogotá: Convenio Andrés Bello. 1999.

relacionados con la industria.<sup>24</sup> Además se debe competir con una oferta internacional, que puede ser más interesante para los gustos y preferencias de los públicos más jóvenes. “De igual forma, la sobreoferta de contenidos, matizada por el crecimiento de la especialidad temática, estimula el fenómeno de fragmentación y polarización de las audiencias, especialmente entre los públicos jóvenes y adolescentes”.<sup>25</sup> Estas producciones, se muestran en canales nacionales e internacionales, a través de internet e incluso en redes como Netflix y YouTube.

El consumo de la oferta audiovisual ha mostrado que los jóvenes toman en cuenta muchas referencias identitarias para la construcción de los referentes en su diario vivir; según el ministerio de Cultura - División Comunicaciones<sup>26</sup>, entre el 96% y 98% de niños y jóvenes de distintas regiones y estratos sociales, en un rango comprendido entre los cinco y once años tienen acceso a la televisión. El acceso en sí, no garantiza su consumo, así que se observa la investigación de Arango y González que muestran los siguientes datos:

“La noche es el momento preferido por los jóvenes consultados para ver televisión entre semana, con un 87,2% de respuestas sobre el 100% posible. El consumo entre semana es variado, sin embargo, es de resaltar que el 48,6% dedica tres o más horas a esta actividad. De este grupo, el 14,9% ve tres horas o más de televisión nacional mientras el 11,5% consume tres horas

---

<sup>24</sup> PÉREZ, Juan Gabriel, Op. Cit.

<sup>25</sup> Arango, Germán, Fragmentación de audiencias en una sociedad multicanal. Gustos y preferencias de adolescentes en Bogotá. Revista Palabra Clave, 1 (11), 2008, p. 11-28.

<sup>26</sup> CIFUENTES, Diana y REYES, Juanita. Aproximación a los hábitos de consumo de contenidos mediáticos por parte de los niños y las niñas en Colombia. Ministerio de Cultura - Dirección de Comunicaciones, 2014, [www.mincultura.gov.co](http://www.mincultura.gov.co).



o más de televisión internacional. Durante el fin de semana el panorama de consumo cambia, pues la tarde se convierte en el momento preferido para ver televisión con un 65,2%, y la noche pasa al 59,9%. Asimismo, el consumo aumenta pues el 60.9% de los jóvenes consultados ve tres o más horas de televisión durante un día de fin de semana. Al ver estas cifras en relación con el tipo de televisión consumida, notamos que el 17,5% de los encuestados ve tres o más horas de televisión nacional, mientras que el 21,6% ve tres horas o más de televisión internacional”<sup>27</sup>.

Néstor García Canclini define cinco procesos de transformación sociocultural en la actualidad, de los cuales tres se pueden enfocar directamente en la oferta audiovisual:

“**c)** La reelaboración de "lo propio", debido al predominio de los bienes y mensajes procedentes de una economía y una cultura globalizadas sobre los generados en la ciudad y la nación a las cuales se pertenece; **d)** La consiguiente redefinición del sentido de pertenencia e identidad, organizado cada vez menos por lealtades locales o nacionales y más por la participación en comunidades transnacionales o desterritorializadas de consumidores (los jóvenes en torno del rock, los televidentes que siguen los programas de CNN, MTV y otras cadenas transmitidas por satélites) y **e)** El pasaje del ciudadano como representante de una opinión pública al ciudadano como consumidor interesado en disfrutar de una cierta calidad de vida. Una de las manifestaciones de este cambio es que las formas argumentativas y críticas de participación ceden su lugar al goce de espectáculos en los medios electrónicos, en los cuales la narración o simple acumulación de anécdotas prevalece sobre el razonamiento de los problemas, y la exhibición fugaz de los acontecimientos sobre su tratamiento estructural y prolongado”<sup>28</sup>.

---

<sup>27</sup> ARANGO-FORERO, Germán y GONZÁLEZ-BERNAL, Manuel Ignacio. Op. Cit., p. 3.

<sup>28</sup> GARCÍA CANCLINI en CULTURAS HÍBRIDAS, Op. Cit., p. 24.

---

Así, la globalización dada por las comunidades transnacionales expuestas por García Canclini en la cita anterior, también con el auge del Internet y las redes sociales, ha permitido una mezcla de diversas culturas del mundo a través de los medios audiovisuales, aspectos como la moda, la forma de hablar, la tecnología, la religión y muchas otras variables culturales y sociales.

Para la Comisión Nacional de Televisión<sup>29</sup> (Hoy ANTV), la globalización de las comunicaciones como primer eje, plantea las posibilidades de interconexión global a partir de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, lo que implica cambios estructurales, sociales y económicos de las naciones y en los “referentes simbólicos de las nuevas generaciones”. Esta globalización debe ir acompañada de nuevas tendencias estructurales en el marco de la competitividad, mejorando las tecnologías utilizadas y adaptando nuevos medios de comunicación, que eviten el debilitamiento de la televisión de operación pública y le permitan a la industria nacional integrarse con éxito en el nuevo escenario global, para lo que se requiere de la transformación en las estructuras estatales, si se quieren garantizar respuestas adecuadas frente a los nuevos escenarios globales. Tales estructuras estatales van encaminadas a ofrecer un producto competitivo en el mercado global, si se toma como referencia este punto de vista y se completa con el concepto de hibridación cultural sugerido por García Canclini<sup>30</sup>, continuamente se condiciona una “heterogeneidad” debido a “la introducción de nuevas tecnologías comunicacionales, especialmente la televisión, que contribuyen a la masificación e internacionalización de las

---

<sup>29</sup> Comisión Nacional de Televisión - Plan de Desarrollo 2010- 2013, Disponible en <https://telecomunicacionescolombianormatividad.files.wordpress.com/2012/10/plan-desarrollo-2010-2013.pdf>. [Consulta: 1 de Mayo de 2016].

<sup>30</sup> GARCÍA CANCLINI en CULTURAS HÍBRIDAS, Op. Cit., p. 95.

relaciones culturales”<sup>31</sup>, cada vez se va aumentando la oferta cultural diversificada, tanto nacional como internacional.

“Las teorías del "contacto cultural" han estudiado casi siempre los contrastes entre los grupos sólo por lo que los diferencia. El problema reside en que la mayor parte de las situaciones de interculturalidad se configura hoy no sólo por las diferencias entre culturas desarrolladas separadamente sino por las maneras desiguales en que los grupos se apropian de elementos de varias sociedades, los combinan y transforman. Cuando la circulación cada vez más libre y frecuente de personas, capitales y mensajes nos relaciona cotidianamente con muchas culturas, nuestra identidad no puede definirse ya por la pertenencia exclusiva a una comunidad nacional. El objeto de estudio no debe ser entonces sólo la diferencia, sino también la hibridación.

En esta perspectiva, las naciones se convierten en escenarios multideterminados, donde diversos sistemas culturales se intersectan e interpenetran. Sólo una ciencia social para la que se vuelvan visibles la heterogeneidad, la coexistencia de varios códigos simbólicos en un mismo grupo y hasta en un solo sujeto, así como los préstamos y transacciones interculturales, será capaz de decir algo significativo sobre los procesos identitarios en esta época de globalización. Hoy la identidad, aún en amplios sectores populares, es políglota, multiétnica, migrante, hecha con elementos cruzados de varias culturas”<sup>32</sup>.

La diversificación cultural de los productos audiovisuales actuales, da pie a que la apropiación del capital cultural extranjero se generalice, aunque depende de otras condiciones, como se explica en el siguiente párrafo:

---

<sup>31</sup> *Ibíd.*, p. 95.

<sup>32</sup> GARCÍA CANCLINI en *CONSUMIDORES Y CIUDADANOS*, Op. Cit, p. 109.

---

“Según Joseph D. Straubhaar, aclara que mientras el capital cultural se enfoca en las fuentes de conocimiento que permiten a la gente tomar decisiones entre los medios y otras fuentes de información y cultura, la proximidad cultural es una disposición o tendencia hacia el uso del capital cultural en cierta dirección, ya sea hacia productos de la misma cultura o hacia otros de diferentes lugares. Eso explica en parte por qué las audiencias de extracción humilde tienden a preferir lo local, las de clase media lo nacional y las de clase alta lo global.”<sup>33</sup>

Para esta investigación, esta proximidad cultural puede variar con el acceso a Internet, una herramienta básica en estos días y que, como se comprobó en las encuestas realizadas, es ampliamente utilizado en la ciudad de Bucaramanga.

“Martin Barbero sugiere que para América Latina, la naturaleza sincrética de las prácticas culturales es completamente fundamental. Tales prácticas contribuyen tanto a la preservación de las identidades culturales como a su adaptación a las demandas actuales. Sin embargo, en el fondo, el interés por las "mediaciones" es un discurso sobre la creación de identidades”<sup>34</sup>. Los imaginarios se van alimentando de las relaciones culturales y a la vez creando nuevas prácticas sociales. Estas tendencias se ven en los hábitos, gustos, rutinas y preferencias del consumo de la oferta audiovisual colombiana de los jóvenes bumangueses, donde ellos son objeto importante de estudio para analizar el impacto social de los medios.

---

<sup>33</sup> LOZANO, José Carlos, Consumo y apropiación de cine y tv extranjeros por audiencia en América Latina, Huelva: Comunicar; Vol. 15, No 30 (Año 2008). Disponible en <http://dx.doi.org/10.3916/c30-2008-01-010>.

<sup>34</sup> SCHLESINGER, Philip y MORRIS, Nancy, Fronteras culturales: identidad y comunicación en América Latina Estudios sobre las Culturas Contemporáneas [en línea] 1997, III (junio): [Fecha de consulta: 1 de mayo de 2016] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31600504>>.

Guillermo Orozco afirma: “Además de diferenciar algunos umbrales de edad extremos, la cultura también aparece asociada con la mediación de la edad. La cultura orienta al sujeto directa o indirectamente acerca de las acciones adecuadas o inadecuadas de acuerdo con su edad o en relación con factores tales como las maneras de disfrutar el tiempo libre, formas de entretenimiento, hábitos de aprendizaje y de ver TV”<sup>35</sup>.

## 1.5 Estado del Arte

Desde la popularización a nivel mundial de la televisión y los medios audiovisuales, el estudio del consumo desde perspectivas económicas, sociales y culturales ha devenido en investigaciones relativas al rubro. Hilde Himmelweit<sup>36</sup>, en 1958, con su libro “Television and the Child”, abordó un primer intento de explicar la influencia de la televisión en la sociedad. Con el paso de los años, autores latinoamericanos como Néstor García Canclini, con su libro “Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización”, que nos muestra desde un punto de vista general la transnacionalización de los contenidos culturales por los medios audiovisuales, además de José Carlos Lozano, con su artículo “Consumo y apropiación de cine y TV extranjeros por audiencias en América Latina”, donde da a entender patrones de consumo de los latinoamericanos respecto a la oferta extranjera. Autores colombianos, como Carlos Alberto Morales, han desarrollado investigaciones de hábitos de consumo entre jóvenes, Germán Arango Forero y Manuel González, en su artículo “Televidencias juveniles en Colombia” exploran los “fenómenos de segmentación

---

<sup>35</sup> SUNKEL, Guillermo, Op. Cit., p. 75

<sup>36</sup> HIMMELWEIT, Hilde y OPPENHEIM, A.N., y VINCE, P. Television and the child: an empirical study of the effect of television on the young. London: Published for the Nuffield Foundation by Oxford University Press. 1958.

y fragmentación en el hábito de consumo televisivo, y las preferencias de contenidos altamente influenciadas por el sistema de televisión por suscripción”<sup>37</sup>.

La influencia de los medios audiovisuales en los jóvenes, mostrada desde los investigadores y autores latinoamericanos se sintetiza en los preceptos de Jesús Martín Barbero y María Patricia Téllez, que asumen la postura de muchos autores al asegurar lo siguiente: “Los trabajos reseñados, abordados desde nuevas metodologías, muestran cómo se supera la condición de fragilidad y pasividad de las audiencias, particularmente los niños y jóvenes, considerados como los mayores afectados por los “efectos perversos” de la televisión, para entender sus competencias comunicativas, la manera como “saben ver” televisión, cómo seleccionan la programación de su preferencia y las diferencias en el consumo frente a los adultos”<sup>38</sup>.

Guillermo Sunkel ofrece una recopilación de varios autores latinoamericanos en el libro *El consumo cultural en América Latina*, Martín Barbero con la recepción de medios y el consumo cultural, García Canclini y una propuesta teórica al consumo, Elizabeth Lozano con “Del sujeto cautivo a los consumidores nomádicos”<sup>39</sup>, Guillermo Orozco con la televidencia y las mediaciones, en otros, que convergen en temas como el consumo cultural latinoamericano, aproximaciones metodológicas, usos y prácticas de consumo cultural, apropiación del arte y patrimonio y el consumo de medios.

---

<sup>37</sup> ARANGO-FORERO, Germán y GONZÁLEZ-BERNAL, Manuel Ignacio. Op. Cit., p.1.

<sup>38</sup> MARTÍN BARBERO, Jesús y TÉLLEZ, María Patricia. *Los Estudios De Recepción Y Consumo En Colombia*. Bogotá: Revista Diálogos. 2012. Disponible en línea en <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/73-revista-dialogos-los-estudios-de-recepcion-y-consumo-en-colombia.pdf> [Fecha de consulta: 11 de mayo de 2016]

<sup>39</sup> SUNKEL, Guillermo, Op. Cit., p. 50.

Acerca de qué se puede apropiarse culturalmente por parte de la juventud, Leticia García Reina hace un breve análisis, sobre los mensajes que más se repiten en la televisión española, sobre todo en programas orientados a públicos juveniles:

“Pensemos por un instante en algunos de los mensajes y los valores más recurrentes de cuantos aparecen habitualmente en televisión, especialmente, en aquellos dirigidos a la juventud:

Omnipresente culto al cuerpo y a la belleza.

Totalitarismo estético.

Culto a la eterna juventud.

Infantilismo en los adultos, y niños adultizados.

Mercantilización del sexo y violencia sexual.

Sexismo. Degradación y frivolidad en la imagen que presenta de la mujer como objeto erótico-escaparate.

Apología de la violencia como conducta plausible y efectiva.

La violencia como un hecho cotidiano.

Trivialización de la muerte.

Potenciación del “american way of life”, o estilo de vida americano.

Consumo. Tener es poder.

Competitividad, en todo y por todo.

Individualismo, insolidaridad.

Falta de compromiso y de respeto intergeneracional.

Idealización del estatus. Éxito. Fama.

Cultura del pelotazo o de “cómo conseguirlo todo sin esfuerzo”.

Imitación, repetición, carencia de ideas propias, de originalidad. Pérdida de la personalidad. Alineación, “borreguismo”.

Supremacía y poder de la marca. Tiranía de la moda.

El dinero como valor en sí mismo.

El maniqueísmo bondad-maldad, en el que no caben los “grises”.

Ridiculización del saber y la cultura, considerada como algo marginal de “calculines” y aburrida.

---

Desprecio al intelecto. Empobrecimiento del vocabulario y la expresión oral, así como de la cultura propia.

La mayoría de estos valores son una constante en gran parte de la programación juvenil. Aparecen implícita o explícitamente tanto, en la publicidad como en los propios contenidos de la programación (series, concursos, programas)<sup>40</sup>.

El aporte de estos escritos es amplio desde el punto de vista de los rasgos de apropiación cultural a resaltar en los jóvenes, guían el proyecto con un marco referencial claro, del cual se toman y adaptan conceptos relacionados para el beneficio de la investigación.

Basados en estos libros e investigaciones, se formó la base para proceder a construir la metodología a utilizar, el marco y las preguntas que se tienen que realizar para obtener resultados óptimos para el cumplimiento de los objetivos del proyecto, así como las referencias teóricas que refuerzan el análisis y conclusiones posteriores.

---

<sup>40</sup> GARCÍA REINA, Leticia. Juventud y medios de comunicación. La televisión y los jóvenes: Aproximación estructural a la programación y los mensajes. Madrid: Revista Ámbitos Vol. 11-12. 2004, p. 115-129.







## **2. Metodología de la investigación**

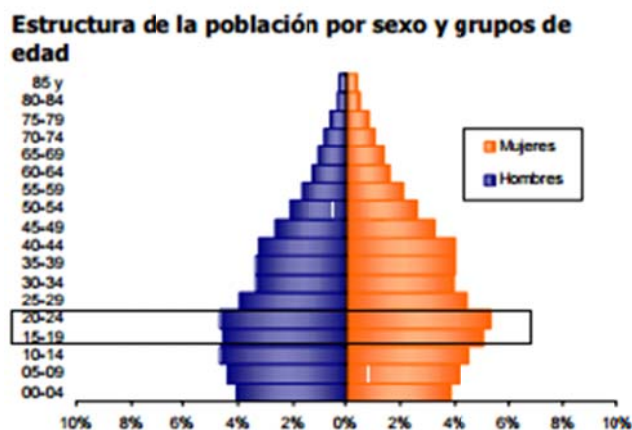
Para el desarrollo de esta investigación se propuso una metodología cuantitativa-cualitativa que permita el cumplimiento de los objetivos del proyecto, se inició tomando una muestra de 100 jóvenes bumangueses entre los 15 y 24 años, 50 hombres y 50 mujeres, los cuales participaron en una encuesta, y una muestra menor que lo hizo en entrevistas semiestructuradas, además de un análisis de contenido audiovisual.

### **2.1 Selección de la muestra**

Según proyecciones del Dane<sup>41</sup>, Bucaramanga poseerá más de 528.352 habitantes para el año 2016, de los cuales entre el 19% y 20% serán jóvenes entre 15 y 24 años, es decir, entre 100.000 y 105.000 habitantes.

---

<sup>41</sup> DANE, población proyectada con base al censo 2005 1 DANE. Series de población 1985-2020. Disponible en: [http://www.dane.gov.co/daneweb\\_V09/index.php?option=com\\_content&view=article&id=238&Itemid=121](http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=238&Itemid=121) [Consultado: 20 de Mayo 2016]. Página 6 de 24

**Figura 2-1:** Estructura de la población por sexo y grupos de edad.

Fuente: <http://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/santander/bucaramanga.pdf>

Por consiguiente, al tener una población finita entre 100.000 y 105.000 individuos en Bucaramanga, que cumplen con la condición de tener un rango de edad entre 15 y 24 años, se tomó una muestra de 100 jóvenes; según lo mostrado en la siguiente tabla, por razones de tiempo y economía se manejó un margen de error del 10%:

**Tabla 2-1:** Exigencia de muestra en población según tamaño.

POBLACION	MARGENES DE ERROR					
	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %	10 %
500					222	83
1.000				385	286	91
5.000		1.667	909	556	370	98
10.000	5.000	2.000	1.000	588	385	99
50.000	8.333	2.381	1.087	617	397	100
100.000	9.091	2.439	1.099	621	398	100

Fuente:

[http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/201a300/ntp\\_283.pdf](http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/201a300/ntp_283.pdf)

## 2.2 Instrumentos de Investigación

Se aplicaron los siguientes instrumentos para el cumplimiento de los objetivos mostrados en el proyecto:

### 2.2.1 Encuesta:

En el supuesto de que es posible y válido abstraer aspectos teóricamente relevantes de la realidad para analizarlos en su conjunto en busca de regularidades, de constantes, que sostengan generalizaciones teóricas<sup>42</sup>. Se realizaron encuestas iniciando con preguntas donde se identificó la edad, condición socioeconómica (estrato social) y sexo del participante. Después se realizaron preguntas de selección múltiple, con un mínimo de 10 preguntas y un máximo de 30, necesarias para cumplir el objetivo de identificar los programas y los géneros preferidos de los jóvenes bumangueses entre los 15 y 24 años, dentro de la oferta audiovisual colombiana, y para no cansar a los encuestados<sup>43</sup>, con un lenguaje apto para los jóvenes, con el propósito de identificar los programas y los géneros preferidos de los jóvenes bumangueses entre los 15 y 24 años, dentro de la oferta audiovisual colombiana.

---

<sup>42</sup> SAUTU, Ruth. Todo es Teoría, Objetivos y métodos de Investigación. Buenos Aires: Editorial Lumiere. 2005.

<sup>43</sup> CENTRO NACIONAL DE CONDICIONES DE TRABAJO. NTP 283: Encuestas: metodología para su utilización. España, disponible en línea en [http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/201a300/ntp\\_283.pdf](http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/201a300/ntp_283.pdf), [Consulta: 20 de Mayo de 2016].

Los datos recogidos fueron sistematizados y se procedió a realizar el respectivo análisis estadístico, mostrando los resultados de las variables consideradas en la encuesta.

**Variables independientes:**

Edad.

Sexo.

Estrato socioeconómico.

**Variables dependientes:**

Acceso y disponibilidad a contenidos audiovisuales.

Horarios de consumo.

Tiempo de consumo.

Gustos personales, preferencias de contenido.

El formato final de la encuesta es el mostrado a continuación:

**Tabla 2-2:** Formato de Encuesta realizado

Nombre:

Edad:

Lugar de Nacimiento:

Sexo:

Barrio de residencia:

Nivel educativo:

**En su casa dispone de:**

TV por suscripción \_\_\_\_ Conexión a Internet \_\_\_\_

Telefonía fija \_\_\_\_ Teléfono móvil con plan de datos \_\_\_\_

Suscripción a revistas \_\_\_\_ Suscripción a periódicos \_\_\_\_

Ninguno de los anteriores \_\_\_\_

**En su casa se cuenta con:**

Televisor \_\_\_\_ Radio \_\_\_\_ Equipo de sonido \_\_\_\_ Computador \_\_\_\_

Portátil \_\_\_\_ Tableta \_\_\_\_ Celular \_\_\_\_ Smartphone \_\_\_\_

Juegos de Video \_\_\_\_ Ninguno de los anteriores \_\_\_\_

**Usted tiene para uso personal**

Televisor \_\_\_\_ Radio \_\_\_\_ Equipo de sonido \_\_\_\_ Computador \_\_\_\_

Portátil \_\_\_\_ Tableta \_\_\_\_ Celular \_\_\_\_ Smartphone \_\_\_\_

Juegos de Video \_\_\_\_ Ninguno de los anteriores \_\_\_\_

**¿Qué cadena de televisión nacional ves más en la semana?**

- o RCN Televisión

- Caracol Televisión
- City TV
- Señal Colombia
- Canal Capital
- Canal Institucional
- Canal Uno
- Canal TR3SE
- Otro:

**¿En promedio, cuánto tiempo ves este canal al día?**

- 0 a 2 horas.
- 2 a 4 horas.
- 4 a 6 horas.
- 6 o más horas.
- No ve televisión.

**¿Qué cadena de televisión internacional ves más en la semana?**

---

**¿En promedio, cuánto tiempo ves este canal al día?**

- 0 a 2 horas.
- 2 a 4 horas.
- 4 a 6 horas.
- 6 o más horas.



- No ve televisión.

**¿Qué cadena es tu favorita para ver noticias?**

- RCN Televisión
- Caracol Televisión
- City TV
- Señal Colombia
- Canal Capital
- Canal Capital
- Canal Institucional
- Canal Uno
- Canal TR3CE
- Otro: \_\_\_\_\_

**¿Qué tipo de programa de televisión prefieres?**

- Noticieros
- Telenovelas
- Series de Televisión
- Reality Shows
- Variedades
- Religiosos
- Deportes
- Películas
- Series animadas para adultos y jóvenes
- Infantiles
- Otro: \_\_\_\_\_

**De 1 a 5 con cuanto calificas la calidad de la televisión colombiana?**

1 2 3 4 5

PÉSIMO

EXCELENTE

**¿Sueles ver los programas de televisión desde la web?**

- Si
- No

**¿Cuántas horas al día ves televisión?**

1 2 3 4 5

**¿Cuál es tu programa favorito?**

\_\_\_\_\_

**¿Ha comprado algún artículo relacionado con programas de televisión?**

- Si
- No

**¿Por qué?** \_\_\_\_\_

**¿Para usted que función tiene hoy en día la televisión?**

- Informar
- Entretener
- Educar
- Otro: \_\_\_\_\_

**¿Mientras ve televisión hace otra actividad?**

- Si
- No

¿Cuál? \_\_\_\_\_

### **2.2.2 Entrevista semi-estructurada:**

La entrevista semi-estructurada posee unas características metodológicas desde la parte cualitativa, para cumplir con los objetivos de la investigación. Entre otras particularidades:

- El investigador previamente a la entrevista lleva a cabo un trabajo de planificación de la misma elaborando un guión que determine aquella información temática que quiere obtener.
- Existe una acotación en la información y el entrevistado debe remitirse a ella. Ahora bien las preguntas que se realizan son abiertas. Se permite al entrevistado la realización de matices en sus respuestas que doten a las mismas de un valor añadido en torno a la información que den.

- Durante el transcurso de la misma se relacionarán temas y se irá construyendo un conocimiento generalista y comprensivo de la realidad del entrevistado.
- El investigador debe mantener un alto grado de atención en las respuestas del entrevistado para poder interrelacionar los temas y establecer dichas conexiones. En caso contrario se perderían los matices que aporta este tipo de entrevista y frenar los avances de la investigación<sup>44</sup>.

Este tipo de entrevista permitió elaborar una guía de temas donde se consiguió información relevante para el cumplimiento de los objetivos de la investigación, en esta se pudo obtener el “análisis de cómo se lleva o se llevó a cabo el proceso decisorio, los conflictos internos, los diversos puntos de vista”<sup>45</sup>.

Estas entrevistas fueron personales, con preguntas abiertas encaminadas a responder los objetivos de reconocer prácticas culturales de los jóvenes bumangueses entre los 15 y 24 años, relacionados con el consumo de la oferta audiovisual colombiana y reconocer en la oferta audiovisual colombiana aspectos identitarios de los jóvenes bumangueses entre los 15 y 24 años, desde su condición de consumidores, empezando con un reconocimiento previo de la edad, sexo, nivel socioeconómico, ítems como actividades durante el tiempo libre, hábitos y rutina diaria, relaciones personales y familiares, y se adentrará en el marco del consumo audiovisual y el reconocimiento de las prácticas culturales del entrevistado. Se realizaron en total 10 entrevistas<sup>46</sup>, cifra con la que se puede

---

<sup>44</sup> MURILLO TORRECILLA, Javier. La entrevista. Disponible en línea [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/Met\\_Inves\\_Avan/Presentaciones/Entrevista\\_\(trabajo\).pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Entrevista_(trabajo).pdf) [Consulta: 11 de Mayo de 2016].

<sup>45</sup> SAUTU, Ruth. Todo es Teoría, Objetivos y métodos de Investigación. Buenos Aires: Editorial Lumiere. 2005.

<sup>46</sup> NÚMERO DE ENTREVISTAS PARA ESTUDIOS EN PROFUNDIDAD. Disponible en línea en <http://www.estudiosmercado.com/numero-de-entrevistas-para-estudios-en-profundidad/>. [Consulta: 11 de Mayo de 2017].

llegar a variables representativas, y que según el artículo citado, con un número mayor a 10 entrevistas, se llega a un nivel de saturación de información óptimo.

## **Tópicos de la entrevista**

### **Información Básica:**

Nombre:

Edad:

Lugar de Nacimiento:

Sexo:

Barrio de residencia:

Nivel educativo:

1. Indagar sobre el gusto y preferencias del entrevistado, referente a los programas de televisión, se pregunta sobre el tipo de programas que más le llaman la atención, que personalmente han marcado un impacto durante su vida y/o que han sido objeto de culto personalmente.
2. Ahondar en los gustos, la parte emocional, económica y comercial, comportamiento y discurso propio producto del consumo audiovisual.
3. Preguntar sobre el consumo de programas audiovisuales desde la web, si lo hace o no y porqué, relacionar este consumo con la pregunta anterior. Establecer un marco de preguntas, dado que aquí se pueden encontrar respuestas coincidentes, analizar el uso de las plataformas que utilizan, el acceso al programa. Examinar datos cualitativos como preferencia de plataformas, equipos, horarios.
4. Tomar en cuenta lo que consume el entrevistado cómo lo percibe, si es una persona consumista o piensa que la sociedad está dada al consumo debido a los medios audiovisuales.

5. Buscar información sobre la relación de los medios audiovisuales y procesos de sociabilidad, en su grupo social, trabajo, grupo estudiantil u otros, aspectos identitarios, si se identifica con X o Y programa.

Se planteó observar los tres programas más vistos de acuerdo a los resultados arrojados por las encuestas y entrevistas, teniendo también en cuenta el grado de importancia para los jóvenes bumanguenses con edades de 15 a 24 años, y reconocer los aspectos identitarios que ofrecen cada uno de los programas.

De acuerdo a los resultados de las encuestas y entrevistas, se propuso una escala de valores:

- Cantidad de personas que ven el programa: 10 puntos al mayor, 5 puntos al segundo más visto, 3 puntos al tercero, 0 puntos a los demás. Esta se calcula con la frecuencia de
- Acceso al programa: 10 puntos, si se transmite en señal abierta, 5 puntos si se transmite por cable, 3 puntos si se transmite por Internet.
- Calificación del público respecto a la calidad programa y su influencia personal: 10 puntos al mayor, 5 puntos al segundo más visto, 3 puntos al tercero, 0 puntos a los demás.

**Tabla 2-3:** Aspectos Para escogencia de Programas a analizar

<b>Programa</b>	<b>Cantidad de Personas que ven el programa, según encuestas</b>	<b>Acceso al programa</b>	<b>Influencia del programa en personas entrevistadas</b>	<b>Total</b>
Programa 1				

Programa 2				
Programa 3				
Otros				

Fuente: Elaboración Propia

### 2.2.3 Observación y análisis de contenidos audiovisuales:

Después de obtener la información de la encuesta y las entrevistas semi-estructuradas y realizar el análisis de esta, se observaron los tres programas más relevantes para los jóvenes bumangueses con edades de 15 a 24 años, se corroboraron los aspectos identitarios que ofrecen cada uno de los programas.

Según José Luis Piñuel, el análisis de contenido debe contener los siguientes planteamientos:

“De acuerdo con aquellos planteamientos se puede entender que un análisis de contenido incluiría necesariamente los siguientes pasos:

- a) Selección de la comunicación que será estudiada;
- b) selección de las categorías que se utilizarán;
- c) selección de las unidades de análisis,
- d) selección del sistema de recuento o de medida.

Con el objeto de ofrecer un perfil lo más aproximado posible de esta metodología, cabe elaborar una reflexión provisional sobre la metodología del análisis de contenido según los procedimientos previos que los caracterizan,

aunque sin adentrarse en las combinaciones, intersecciones o mezclas, que se puedan dar entre ellos”.<sup>47</sup>

Este análisis se registró en una ficha, “se trata de un cuestionario que el analista rellena como si él fuese un encuestador que se hace preguntas a sí mismo y las responde a la medida de su apreciación de cada segmento leído, escuchado o visualizado. Pero a diferencia de los cuestionarios de encuesta, donde para cada variable se formula la pregunta correspondiente, más las casillas para registrar las respuestas previstas y precodificadas.”<sup>48</sup>

Félix Ortega Mohedano, manifiesta que el análisis de contenidos debe ser objetivo, sistemático y cuantitativo<sup>49</sup>, dependiendo de los objetivos desarrollados en la investigación. Raúl Martín Martín<sup>50</sup> identifica varias formas de análisis según la necesidad de la investigación, entre estos, es conveniente ver dos tipos:

a) **“Por la Naturaleza del Contenido:**

- a) Para detectar técnicas de propaganda. El análisis de contenido puede revelar la forma en que ésta influye sobre el público. Puede revelar estrategias para implementar determinadas actitudes en un colectivo.
- b) Para medir la legibilidad de los materiales de comunicación.
- c) Para descubrir aspectos estilísticos en comunicaciones escritas o audiovisuales.”

---

<sup>47</sup> PIÑUEL, José Luis. Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2015, p. 7-8.

<sup>48</sup> PIÑUEL, José Luis. Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2015, p. 24.

<sup>49</sup> ORTEGA MOHEDANO, Félix. Propuesta metodológica para el análisis de contenido de la Parrilla de televisión en Brasil: análisis de un caso práctico en El estado de São Paulo. [Consulta: 26 de Febrero 2017].

<sup>50</sup> MARTÍN MARTÍN Raúl. Estadística y Metodología de la Investigación. [https://www.uclm.es/profesorado/raulmmartin/Estadistica\\_Comunicacion/AN%C3%81LISIS%20DE%20CONTENIDO.pdf](https://www.uclm.es/profesorado/raulmmartin/Estadistica_Comunicacion/AN%C3%81LISIS%20DE%20CONTENIDO.pdf) [Consulta: 26 de Febrero 2017].



**b) “Por la Interpretación del Contenido:**

- a) Identificar las intenciones e incluso las características de los autores de la comunicación verbal o conductual.
- b) Determinar el estado psicológico de un individuo o grupo.
- c) Obtener información estratégica analizando manifestaciones, movimientos, negocios....<sup>51</sup>

A partir de estos conceptos, y basados en el marco teórico, específicamente en la apropiación cultural, donde se escogió la interpretación del contenido como forma de análisis, ya que es afín a la investigación se definieron las siguientes categorías:

- Lenguaje, términos y palabras utilizadas, específicamente mensajes enfocados a públicos en el rango de edad de la investigación e influenciados por una cultura globalizada. Se toman frases cargadas de modismos, se transcriben y se buscan relaciones directas con los jóvenes entrevistados.
- Productos de consumo y modas, viendo publicidad directa e indirecta, anotando estas pautas y buscando el producto detallado, a qué público va dirigido, valores comerciales y aspectos relacionados con el consumo de los jóvenes.
- Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales. Posiciones políticas de los personajes del programa, pensamientos y visiones de temas sociales actuales, que se dirijan al público joven, recopilándolas en el informe de análisis de cada uno de los capítulos de los programas televisivos a revisar.

---

<sup>51</sup> *Ibíd.*

- Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes de los programas, que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.
- Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.

Elena Quintanilla<sup>52</sup> propone la siguiente plantilla de análisis de contenido, en este caso para una serie transmitida por YouTube:

**Tabla 2-4:** Ejemplo Plantilla análisis de Contenido audiovisual

<b>DATOS DEL CAPÍTULO</b>	
<b>Episodio</b>	
<b>Duración</b>	
<b>Género</b>	
<b>Fecha de Emisión</b>	
<b>Guionistas</b>	
<b>Dirección</b>	
<b>Audiencia</b>	

<sup>52</sup> QUINTANILLA MONTENEGRO, Elena. Webseries y narrativa audiovisual: análisis de "Malviviendo". Universidad Oberta de Catalunya. Barcelona, 2011. Disponible en [http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/8629/1/equintanillam\\_TFM\\_0611.pdf](http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/8629/1/equintanillam_TFM_0611.pdf)? [Consulta: 24 de marzo de 2017].

<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
<b>Sinopsis</b>	

<b>Trama Principal</b>	
<b>Subtramas</b>	
<b>Narrador</b>	
<b>Personajes principales del episodio</b>	
<b>Personajes secundarios del episodio</b>	
<b>Estructura narrativa de la</b>	

---

<b>historia</b>	
<b>Características estructurales de la historia.</b>	
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
<b>Género</b>	
<b>Estilo</b>	
<b>Localizaciones</b>	

<b>Personajes (características explicadas en el capítulo)</b>	
<b>Planos, angulación y movimientos de cámara</b>	

<b>Fotografía, color</b>	
--------------------------	--

<b>y textura</b>	
<b>Trucajes y efectos visuales</b>	.
<b>Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros</b>	
<b>El montaje y el ritmo</b>	
<b>Referencias, Citas y Parodias</b>	
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
<b>Relación del título con el argumento</b>	
<b>Relación de las cabecera con el capítulo</b>	

<b>Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.</b>	
<b>OTRAS INFORMACIONES</b>	

Fuente: Elena Quintanilla. Webseries y narrativa audiovisual: análisis de "Malviviendo".

Se realizó una adaptación de esta ficha conforme a los objetivos de la investigación, la ficha de análisis para el proyecto se estructuró así:

**Tabla 2-5:** Plantilla de análisis de contenidos

<b>DATOS DEL CAPÍTULO</b>	
<b>Episodio</b>	
<b>Duración</b>	
<b>Género</b>	
<b>Fecha de Emisión</b>	
<b>Guionistas</b>	
<b>Dirección</b>	
<b>Canal</b>	

<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
<b>Sinopsis</b>	

<b>Trama principal</b>	
<b>Subtramas</b>	
<b>Narrador</b>	
<b>Personajes principales del episodio</b>	
<b>Personajes secundarios del episodio</b>	

<b>Estructura narrativa de la historia</b>	
<b>Características estructurales de la historia.</b>	
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
<b>Género</b>	
<b>Estilo</b>	
<b>Localizaciones</b>	

<b>Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros</b>	
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	



<b>Relación del título con el argumento</b>	
---	--

<b>Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.</b>	
--	--

<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>
---

<b>Lenguaje, términos y palabras utilizadas</b>	
---	--

<b>Productos de consumo y modas</b>	
-------------------------------------	--

<b>Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.</b>	
---	--

<b>Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.</b>	
--	--

---

<b>Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.</b>	
--	--

Fuente: Adaptación propia.





## **3. Análisis de información recopilada**

### **3.1 Análisis de encuestas**

#### **Cruce de variables de la encuesta:**

Variables independientes:

Edad.

Sexo.

Nivel educativo.

Variables dependientes:

Acceso y disponibilidad a contenidos audiovisuales.

Tiempo de consumo.

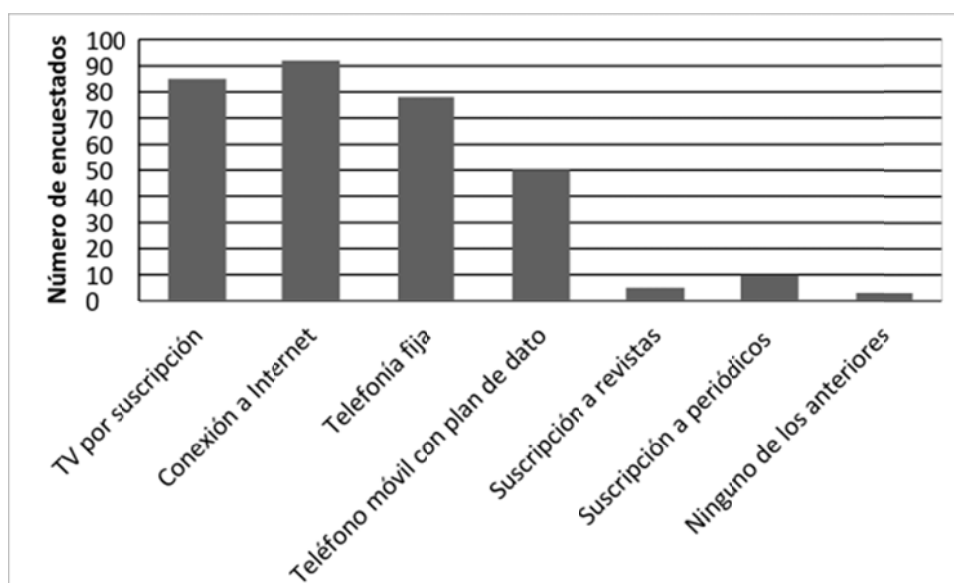
Gustos personales, preferencias de contenido.

- 50 hombres y 50 mujeres fueron encuestados.
- La mayoría de los encuestados, son personas nacidas y criadas en la ciudad de Bucaramanga, siendo el 73% de los encuestados, de este 73% el 48% son mujeres y 52% hombres.
- El 94% de los encuestados al menos han terminado el bachillerato, el otro 6% no respondió esta pregunta. El 4% son profesionales, siendo estas 4 mujeres.
- El acceso y disponibilidad a televisión e internet es bastante amplio, un

95% posee televisor en su hogar y un 47% es televisor propio, validándose así la investigación del ministerio de Cultura - División Comunicaciones<sup>53</sup>, donde muestra que entre el 96 y 98% de niños y jóvenes colombianos tiene acceso a la televisión.

- El 92% de los encuestados posee en su hogar dispositivos que pueden acceder a internet, cifra igual al 92% que posee internet en su hogar.

**Figura 3-1:** Estructura de la población por sexo y grupos de edad.



Fuente: Elaboración Propia

- 85% de los encuestados posee TV por suscripción, logrando tener alcance a canales internacionales. Se deduce del acceso y disponibilidad al televisor, el 95% de los encuestados, que el 10% restante puede utilizar el sistema abierto de televisión, compuesto por algunos canales nacionales. Desde la concepción de una sociedad globalizada, influenciada por el consumo televisivo de los productos por suscripción,<sup>54</sup> se ven preferencia

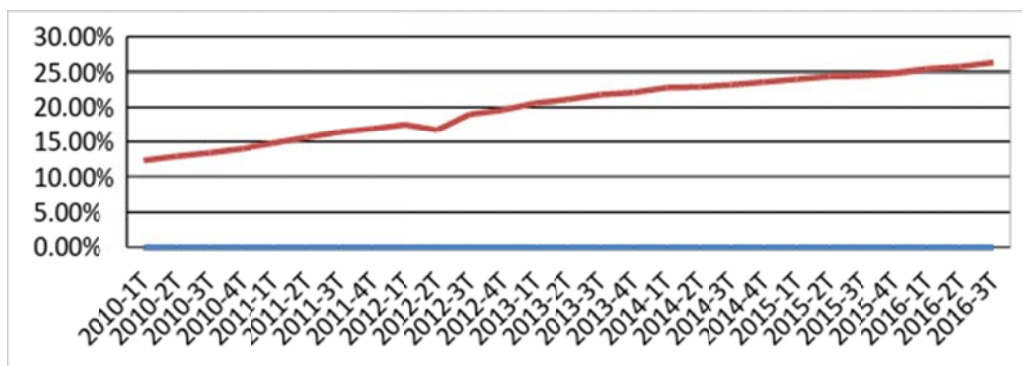
<sup>53</sup> CIFUENTES, Diana y REYES, Juanita. Op. Cit.

<sup>54</sup> ARANGO-FORERO, Germán y GONZÁLEZ-BERNAL, Op. Cit., p. 2.

de contenidos extranjeros en la juventud bumanguesa.

- Se percibe el cambio de medio de consumo de series y videos a través de la red, lo que anteriormente se consumía a través de la televisión, debido a la facilidad de consecución de contenidos a cualquier hora y lugar, basta con tener una conexión lo suficientemente rápida y un dispositivo electrónico (Computador, Portátil, Tablet, Smartphone) para disfrutar gratis y pago, de series, documentales eventos en vivo y demás contenido audiovisuales<sup>55</sup>. En Bucaramanga, el acceso a Internet es cada vez mayor, como se muestra en la siguiente gráfica, la penetración de este medio de comunicación va en aumento progresivo en los últimos seis años, pasando de un 11% a un 26% de los hogares:

**Figura 3-2:** Penetración de Internet en Bucaramanga



Fuente: <http://colombiatic.mintic.gov.co/estadisticas/stats.php?id=25&pres=content&jer=3&cod=68001>

- El 43% del total de los encuestados utilizan los medios web para ver programas audiovisuales, estando el 58% de estos en el rango de edades entre 18 y 21 años. Respecto al sexo, no hay ninguna tendencia particular, está muy equilibrado, 49% hombres, 51% mujeres. Esta tendencia, de observar programa en la web, puede ir acrecentándose con el tiempo,

<sup>55</sup> <http://www.semana.com/tecnologia/articulo/los-colombianos-prefieren-netflix-y-youtube-sobre-la-tv-tradicional/473071> [Consulta: 26 de Febrero 2017].

debido a la mayor disponibilidad de contenidos, el aumento de las velocidades de red y el auge y mayor acceso a tecnologías audiovisuales, como los Smartphone, donde se pueden acceder a videos de distintos géneros.<sup>56</sup> García Canclini<sup>57</sup> tuvo una visión adelantada a su época, contextualizando los multimedios y multicontextos, analizados con la tecnología de su tiempo, la reconstrucción de relatos por diferentes vías y una coproducción propia de la juventud.

- El 90% de los encuestados ve televisión nacional, el 64% de estos televidentes en un promedio de una a dos horas diarias.
- El 26% de los encuestados no ve televisión internacional, teniendo prevalencia en el género femenino, que es el 61% de los que respondieron que no la consumen.
- El 51% de los encuestados califica la calidad de la televisión colombiana entre 3 y 4, es decir, de regular a buena.
- Se visualiza que el 6% de los encuestados marcó “El desafío” temporada 2016, de Caracol Televisión, como programa favorito, el mayor puntaje obtenido por un programa, se ve que no existen diferencias abrumadoras entre uno y otro programa. De estas 6 respuestas, 50% es parte del público femenino y 50% masculino. Se concluye que en este programa no existe distinción de género respecto al gusto, y en edades están entre los 18 y 21 años de rango. Se destaca de este programa la alta presencia de mensajes regionalistas, de marcar superioridad física y mental en condiciones de alta adversidad, lo que conlleva cargas emocionales y de apego por parte de los consumidores.
- A nivel general, los hombres prefieren los deportes como opción de consumo audiovisual en la televisión, siendo esta respuesta del 26% de los

---

<sup>56</sup> <http://m.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/aumenta-el-consumo-de-video-desde-smartphones-en-colombia/16170098/1/home>. [Consulta: 26 de Febrero 2017].

<sup>57</sup> GARCÍA CANCLINI Néstor, en Consumidores y ciudadanos, Op. Cit., p. 114.



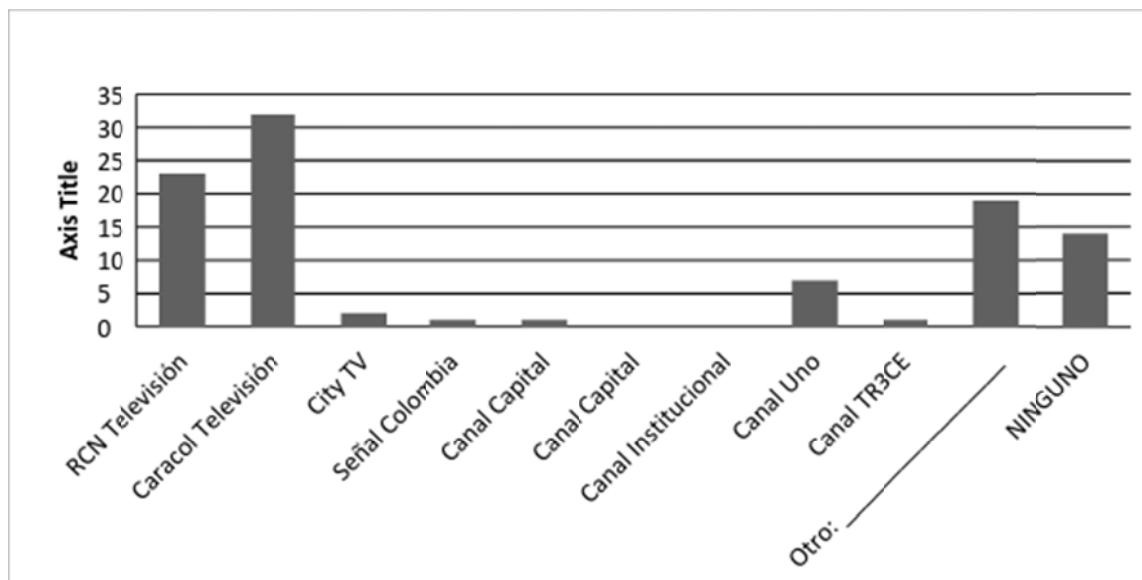
hombres encuestados. Se explica la tendencia al consumo de estos contenidos con mensajes provenientes de los programas deportivos, como la competitividad, el éxito y la fama, el desprecio al intelecto, omnipresente culto al cuerpo y a la belleza <sup>58</sup>, así como la búsqueda de la aceptación grupal.

- El 46% de las mujeres tienen como preferencia las series y películas, estando también un promedio de 1 a 2 horas de consumo, teniendo las mujeres una ligera tendencia a ver mayor tiempo de contenidos que los hombres. Se puede ver que existe una estrecha relación del contenido visualizado y el sexo del encuestado, enfocado en el género del programa<sup>59</sup>.
- Respecto a los programas favoritos, la gran variedad de contenidos audiovisuales genera también alta variedad de respuestas en la encuesta, logrando una dispersión de respuestas a la pregunta de programa favorito. En total, 50 programas diferentes fueron respondidos por los encuestados. En total 58% de los jóvenes marcaron programas de procedencia internacional, 13% personas no se diferencian la procedencia del productos (Los que marcaron programas deportivos y noticias), 20% de los encuestados que no tienen un programa favorito y el resto que encuentran en programas nacionales como sus preferidos.
- En relación al consumo de noticias, Caracol y RCN marcan la tendencia del consumo diario de los jóvenes bumangueses, con un 32% y 23% respectivamente, a pesar de no contener sus programas favoritos, ocurre por el nivel de accesibilidad del contenido (90% de los encuestados ven televisión nacional) y por otro por lado la necesidad de conocer el acontecer diario en temas políticos, deportivos, farándula y otros (86% de los encuestados ven noticias nacionales). El 6% de los encuestados marcaron la opción Noticias como programa favorito.

---

<sup>58</sup> GARCÍA REINA, Leticia. Op. Cit., p. 115-129.

<sup>59</sup> LOZANO, José Carlos, Op. Cit.

**Figura 3-3:** Canales favoritos para ver noticias

Fuente: Elaboración Propia

- El 2% consume noticias internacionales, especialmente de la cadena CNN.
- En la encuesta se encontró que apenas el 18% de las personas admiten haber comprado objetos relativos a programas de televisión, lo que hace pensar en que se debe ahondar la investigación en este tema específico, ya pudimos observar de manera personal y en el entorno propio, que se ve gran cantidad de objetos inspirados, patrocinados o promocionados con series, películas, deportes como el fútbol, y otro sinfín de contenidos, como camisetas de equipos extranjeros, juegos de video de series como los Simpson, fiestas Zombie, influenciadas por la cultura zombie procedentes de series como The walking dead, cómics e infinidad de películas del tema, artículos como memorias USB, anillos, collares, llaveros con figuras de Súper Mario, Pokémon, Game of Thrones, camisetas de súper héroes del universo Marvel y DC, productos audiovisuales que tienen alto merchandising y que incluso se percibe llegan a ser de culto con

determinados individuos jóvenes y adultos de la sociedad bumanguesa. García Canclini lo define como “La consiguiente redefinición del sentido de pertenencia e identidad, organizado cada vez menos por lealtades locales o nacionales y más por la participación en comunidades transnacionales o desterritorializadas de consumidores (los jóvenes en torno del rock, los televidentes que siguen los programas de CNN, MTV y otras cadenas transmitidas por satélites)”<sup>60</sup>.

- De las personas que respondieron sí a la pregunta de haber comprado un producto relativo a programas de televisión, el 55% en edades de 18 a 21 años, y sin distinción de género.
- Respecto a la función de la televisión, aunque prevalece la idea de entretener, con un 59% de las respuestas, un 22% aduce que la televisión es un medio desinformador, desintegrante, consumista, que distorsiona la realidad a favor de terceros, viéndose esta tendencia a partir de edades de 20 años en adelante, sin distinción de género, esto puede deberse al grado de madurez y a las experiencias vividas por cada uno de los encuestados, al tener mayor edad, se encuentran más críticos con el medio que se rodean.
- Realizar otras actividades al estar viendo televisión, exactamente el 66%, está en la mayor parte de los encuestados, chatear, realizar actividades de la casa o comer son las actividades más comunes mientras se consume contenido audiovisual. No hay distinción ni de género ni de rango de edades para este tipo de comportamiento. Se observa que estas actividades son mayoritariamente en el hogar, que en sí el consumo televisivo no es imperante en las actividades diarias ya que pueden ser compartidas con varias actividades típicas que se pueden realizar sin consumir ningún medio audiovisual. Siendo el hogar partícipe de este

---

<sup>60</sup> GARCÍA CANCLINI Néstor, en *Consumidores y ciudadanos*, Op. Cit., p. 24.

consumo es donde, según palabras de Cubides y Laverde<sup>61</sup>, la televisión es la única actividad donde confluyen todas las clases y edades, sin distinción.

### 3.2 Análisis de entrevistas

Según las entrevistas realizadas, se ve una preferencia por series de televisión, telenovelas y documentales, especialmente internacionales, de habla inglesa, varios de los entrevistados han evidenciado en algún momento de su juventud, especialmente en sus años de bachillerato, cambios de léxico, comportamientos y moda respecto a la influencia de programas de televisión<sup>62</sup>. Se acepta el hecho que los gustos a medida que pasa el tiempo van cambiando, que de cierto modo se relaciona la madurez mental con los contenidos, especialmente se deja la cultura infantil por documentales, series dramáticas de acción y comedia apto para público adulto. En este caso, se generaliza el hecho que se vio mayor influencia directa de la televisión en su adolescencia.

El consumo de televisión nacional se ve relacionado con el compartir familiar, se ve la influencia de personas mayores en la familia con el consumo de productos nacionales. Dentro de la programación nacional, se destaca el canal caracol y el programa El desafío y La Voz<sup>63</sup>, como programas que impactan y genera admiración.

Se acentúa el consumo de programas desde la web, la variedad y el consumo inmediato llaman la atención para tener a acceso desde esta plataforma. Se

---

<sup>61</sup> CUBIDES, Humberto y LAVERDE, María Cristina y VALDERRAMA, Carlos Eduardo. Op. Cit. p. 307.

<sup>62</sup> ENTREVISTA a Jairo Alberto Prieto, Estudiante Universitario de 23 años, Bucaramanga, 1 a 7 de Octubre de 2016.

<sup>63</sup> ENTREVISTA anónima, Estudiante Universitaria de 19 años, Bucaramanga, 1 a 7 de Octubre de 2016.

aprueban las tendencias estadounidenses y europeas, incluso las asiáticas, como del diario vivir, como culturas aceptadas en la sociedad bumanguesa: “Desde la web yo veo cantidad infinita de programas, «jajaja [sic]», me gustan mucho las series estadounidenses, coreanas, japonesas y taiwanesa pero esa no me gustó tanto”<sup>64</sup> Los jóvenes de la actualidad tienen variedad de opciones para acceder a la web, incluso comparada hace cinco o seis años. Cabe decir que la inmediatez de las plataformas web hace su consumo más fácil, el público juvenil busca programas de su interés, cosa que no se podía hacer en la televisión, sobre todo si se carecía de una parrilla de canales variada. La web, según los entrevistados, da un canal alternativo para el consumo de los productos audiovisuales, se pueden ver series completas en el idioma de su predilección, videos musicales, documentales que normalmente no encontrarían en un canal de televisión, información que ellos creen incluso se oculta para lograr el control de las masas.

Uno de los entrevistados da el ejemplo de *The Walking Dead*, donde se creó un apego emocional con un personaje, además se comenta sobre la moda zombie, que acaparó la temporada de Halloween, como muchos eventos que se ven en todo el mundo, así como toda la publicidad que se hace relativo a este tema, que se lleva a consumir estos programas

Pues ahorita no sé si conozca *The Walking Dead* es una serie bastante, ya lleva seis años, pues ya hace como tres meses me la vi y me vi todas las temporadas, para verme la última que empezó hace poco, y me afectó bastante, pues me gustó mucho un personaje y murió hace poco y fue como que jajá impactante de hecho la estaba viendo online y mucha gente lo lloraba ósea es que si es impactante como la gente se encariña, me encariñe del personaje pues porque aunque no era líder él tenía como la determinación y la confianza de decir que se puede sacrificarse, ósea no

---

<sup>64</sup> ENTREVISTA a Luisa, Estudiante Universitaria de 19 años, Bucaramanga, 1 a 7 de Octubre de 2016.

---

pensaba nunca en sí mismo sino por el equipo, entonces es algo como que me identifica<sup>65</sup>.

Otro programa que genera esas emociones es Juego de tronos, aunque directamente no sobre los entrevistados, sino con compañeros de estudios y amigos cercanos.

Al existir una mayor variedad de contenidos audiovisuales en la red, se realiza la personalización de la información a consumir, se pueden ver filiaciones de comportamiento y política respecto al producto consumido, se maneja incluso estos programas como herramientas de aprendizaje, en el punto de vista de uno de los entrevistados se empieza a ver la televisión como una entidad desinformadora y que no educa a la sociedad, sino que mantiene un yugo que no permite progresar a la gente<sup>66</sup>.

Se considera una influencia directa de la televisión y de los contenidos web en la vida común de los entrevistados, por ejemplo, dicen que aprenden de los documentales, de las series de drama toma reflexiones sobre su propia vida, se sienten identificados con personajes o series de televisión y toma para sí nuevas ideas relacionadas con estos programas, desde su punto de vista la televisión si influye a las personas jóvenes, perciben directamente en su alrededor la influencia televisiva. Se divisa una fuerte influencia en la terminología de los entrevistados, relacionada con la oferta audiovisual, términos como YouTube, Netflix, Reality shows, narco novelas, televisión basura, comics, anime y otras fueron usadas por ellos durante la entrevistas.

Cuando estaba por ejemplo en el colegio Sí, pues veía bastante por ejemplo novelas o series de canales internacionales y pues me han influenciado porque alguna manera pues ha cambiado mi comportamiento en el sentido en

---

<sup>65</sup> Ibíd, p 3.

<sup>66</sup> ENTREVISTA a Deybhor Peña, Estudiante Universitario de 21 años, Bucaramanga, 1 a 7 de Octubre de 2016

que las series que yo veía eran de relacionadas con muchachos de colegio también entonces pues obviamente eso hace cambiar mi actitud y mi comportamiento con respecto a eso y en las novelas porque yo veía de mafiosos y ese tipo de cosas Y pues obviamente van hacer cambiar mi léxico manera de expresarme todo ese tipo de cosas<sup>67</sup>.

En el tema del consumismo, tienen apatía a considerarse consumistas, pero ven su sociedad con altas tendencias al consumo debido a la televisión, hablan directamente de sus compañeros contemporáneos y aceptan que existe influencia directa y apropiación cultural de muchos contenidos audiovisuales, tanto de la televisión como de la web. Es de difícil aceptación la idea que lo consumen individualmente de los medios audiovisuales ha sido influenciado, al contrario, se muestra como un decisión personal llevada por su propia personalidad, que no es por moda o presión social<sup>68</sup>. Ven a la televisión como un medio que impone ideas, y al internet, como herramienta para buscar nuevos puntos de vista<sup>69</sup>.

Dependiendo del tiempo libre, el consumo de programas audiovisuales ocupa u ocupaba un lugar muy importante dentro de las actividades del diario vivir, incluso, buen tiempo de sus vacaciones<sup>70</sup>, otros que aprovechan los pocos momentos que les queda en el día para el consumo audiovisual, especialmente desde la red, por la disponibilidad inmediata de contenidos<sup>71</sup>. Dicen además, que notan que el consumo audiovisual es mayor a ahora que antes, sobre todo por la proliferación de equipos electrónicos, como smartphones y computadores

---

<sup>67</sup> ENTREVISTA a Jairo Alberto Prieto, Op. Cit., p 1.

<sup>68</sup> ENTREVISTA a Deybhor Peña, Op. Cit., p 2.

<sup>69</sup> ENTREVISTA a Jairo Alberto Prieto, Op. Cit., p 2.

<sup>70</sup> ENTREVISTA a Luisa, Op. Cit., p 4.

<sup>71</sup> ENTREVISTA a Johana Santos, Estudiante Universitaria de 22 años, Bucaramanga, 1 a 7 de Octubre de 2016.

portátiles: “computador y Smartphone en las noches, 8 de la noche en adelante, me gusta más porque el televisor es lo que está mostrando en el momento en cambio en el computador tú vas directo a lo que estás buscando, quiero ver tal cosa, quiero un programa de esto voy y lo busco directamente y lo veo, no tengo que empezar a hacer Zapping y mirar que es lo que me gusta sino que ya voy directamente a lo que quiero ver”<sup>72</sup>.

Se infiere que la selección de contenidos está basada en la disponibilidad y acceso a plataformas, normalmente el que posee internet, lo utiliza para el consumo audiovisual, incluso prefiriéndolo sobre la televisión tradicional.

En síntesis, La variedad de programas audiovisuales ha formado una mezcla de gustos entrelazados con elementos comunes de apropiación cultural, más de forma que de contenidos, donde las tecnologías están jugando un rol importante dentro del factor globalizador del mensaje mostrado, en particular con la juventud actual, que encuentra en una serie, telenovela, documental o programa deportivo, además una forma de diversión, una identificación propia, mucha o poca, pero bastante diciente de su forma de pensar.

### **3.3 Análisis de contenido audiovisual**

Según la encuesta, en una escala de frecuencia, los programas más vistos fueron:

El desafío, 6% --- 10 puntos

Los Simpson, 5% --- 5 puntos

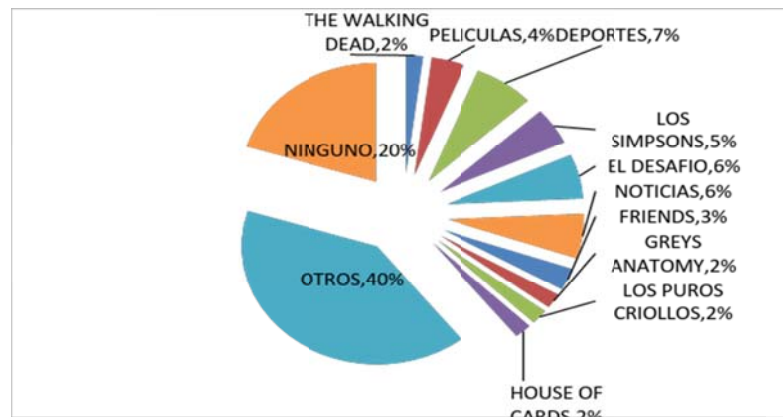
Friends, 3%. --- 3 puntos

Otros --- 0 puntos

---

<sup>72</sup> ENTREVISTA a Lina Sanabria, Estudiante Universitaria de 20 años, Bucaramanga, 1 a 7 de Octubre de 2016.



**Figura 3-4:** Programas más vistos por los encuestados

Fuente: Elaboración Propia.

A pesar que los encuestados presentaron a programas deportivos y noticias como programas más vistos, no muestran uno en específico.

- Acceso al programa:

El desafío, Señal abierta y Web --- 10 puntos

Los Simpson, Cable y Web --- 5 puntos

Friends, Cable y Web --- 5 puntos

Otros, mayoritariamente cable y Web --- 5 puntos

- Influencia del programa en los jóvenes, respuestas proporcionadas por las entrevistas personales:

El desafío, Alta, --- 10 puntos

The walking Dead, Alta, --- 10 puntos

Otros --- 0 puntos

Total:

El desafío: 30 puntos.

The walking Dead: 15 puntos.

Los Simpson: 10 puntos.

Friends: 8 puntos.

Otros: 5 puntos.

### **Programas vistos y analizados:**

**Desafío 2016: Súper Humanos, Súper Regiones;** Temporada 13. Canal Caracol. 2016. Capítulos 61 a 74.

**The walking Dead.** Temporada 6 y 7. Canal FOX. Capítulos 9 a 16 de sexta temporada y 1 y 2 de séptima temporada.

**Los Simpson.** Capítulos aleatorios de todas las temporadas. Canal FOX. 10 capítulos.

Estos capítulos fueron vistos y analizados según plantilla mostrada en la metodología, allí se consignaron los aspectos más relevantes observados (Ver Anexo, Análisis de contenidos The Walking Dead, Los Simpson, El desafío). Partiendo de las particularidades encontradas en cada programa, se realizó el cruce de variables entre este tópico, las entrevistas y encuestas, con el fin de identificar los siguientes ítems:

- a) Lenguaje, términos y palabras utilizadas, específicamente mensajes enfocados a públicos en el rango de edad de la investigación e

influenciados por una cultura globalizada. Se toman frases cargadas de modismos, se transcriben y se buscan relaciones directas con los jóvenes entrevistados:

A pesar que directamente en la encuesta y la entrevista no aparecen ejemplos claros de palabras o modismos sacados de los programas audiovisuales analizados, en redes sociales pululan memes, chistes y alusiones a fases de programas como los Simpson y the Walking Dead, así como otros programas famosos como Game of Thrones. “Pues «ah [sic]», yo diría que es como de haciéndolo cómico, ya que uno conoce el personaje entonces como que se mete en el personaje y actúan por un día, pero que este 100% con el mismo personaje todos los días no, no he visto”<sup>73</sup>.

La televisión tiene mucha importancia, la gente lo usa como un referente para su vida cotidiana, digamos que las chicas ven un canal internacional de moda y quieren vestirse como está ahí o un Reality show quieren hacer las cosas que ellos hacen, imitar las palabras, imitar los gestos, YouTube es ahora Top de Top todo el mundo lo mira, hasta los más viejos ya buscan lo que desean encontrar entonces también eso afecta e influye en la vida de ellos, en lo que ven<sup>74</sup>.

En el caso del programa El Desafío, el uso de los dialectos colombianos es predominante, ya que los equipos en juego son organizados por regiones, allí se ven particularmente rasgos lingüísticos inherentes a cada participante. Palabras y dichos paisas, vallunos, cachacos, costeños y santandereanos son comunes en este programa.

b) Productos de consumo y modas, viendo publicidad directa e indirecta,

---

<sup>73</sup> ENTREVISTA a Luisa, Op. Cit., p 9.

<sup>74</sup> ENTREVISTA a Lina Sanabria, Op. Cit., p 2.

---

anotando estas pautas y buscando el producto detallado, a qué público va dirigido, valores comerciales y aspectos relacionados con el consumo de los jóvenes:

Se divisa por parte de los entrevistados una alta carga de consumo producto de los programas audiovisuales, se muestran reticentes a aceptarlo de manera propia pero dan ejemplos de compañeros, familiares y personas a su alrededor que manifiestan tendencias consumistas principalmente provenientes del extranjero, este consumo se da en material cultural y de entretenimiento, ropa y accesorios, tecnología. En los tres programas observados se mostraron alusiones comerciales a productos del mundo real, en *The Walking Dead*, se vieron marcas como Crush, Ford, Jeep, bebidas alcohólicas. En el desafío, se relacionó el ámbito del concurso con las pautas comerciales hechas dentro del programa, marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, cámaras de acción GoPro, alimentos para deportistas de alto rendimiento y temas turísticos relativos a Trinidad y Tobago. En *Los Simpson*, parodiaron diversos artículos de consumo encontrados en los Estados Unidos, en capítulos de las últimas temporadas, se vieron muchos productos tecnológicos, como Smartphones, computadores y consolas de video, de marcas como Apple, Nintendo y Sony.

También existen muchos productos derivados de estos programas, especialmente de *The walking Dead* y *Los Simpson*, DVD, libros, juegos de video, aplicaciones para Smartphones, peluches, ropa y accesorios que poseen o no autorización. El acceso a estos productos también ha cambiado respecto a los últimos años, muchos de estos artículos pueden comprarse en línea a través de la Web. “Y pues mis amigos de la universidad les encantan las series, siempre están hablando de zombis o de reyes y yo creo que eso también los influencia

porque a veces los veo con accesorios y les pregunto qué de donde son y me empiezan a hablar de la serie”<sup>75</sup>.

Hay varios compañeros que compran los cd o los DVD de la temporada, hay otros que tienen manillas y camisas, hay otra serie de la que también se habla mucho y es Game of Thrones o juegos de tronos también hay varios compañeros que tienen cosas que han salido en la serie como unas monedas, tienen camisas, tienen dragones de Daenerys y tienen un montón de cosas, son bastante apegados a eso,... Yo creo que es más moda, pues hace poco empezó esto de los zombis y toda esta cosa y de ahí salió un programa y salió una cantidad infinita cosas relacionadas y así uno no quiera verlas como que más y más lo atraen, hay muchísima publicidad, relacionado con The Walking Dead<sup>76</sup>.

- c) Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales. Posiciones políticas de los personajes del programa, pensamientos y visiones de temas sociales actuales, que se dirijan al público joven, recopilándolas en el informe de análisis de cada uno de los capítulos de los programas televisivos a revisar.

En general, los encuestados y entrevistados poseen diferentes conceptos de los mensajes que proveen los programas audiovisuales tanto en televisión como en otros medios. Opiniones a favor y en contra de la televisión, matizados con experiencias personales de los entrevistados, los contenidos web como una forma de encontrar nuevos paradigmas fuera de los que se comunican en los canales nacionales, variedad de información para todos los gustos.

---

<sup>75</sup> ENTREVISTA a Geraldine, Estudiante Universitaria de 22 años, Bucaramanga, 1 a 7 de Octubre de 2016.

<sup>76</sup> ENTREVISTA a Luisa, Op. Cit., p 9.

“La función de la televisión, bueno la función de la televisión es muy grande, pues hoy en día es desinformar y maleducar, digamos que construir una sociedad de borregos, de personas que no piensen, de personas que no analicen, que no tengan análisis crítico”<sup>77</sup>.

En *The Walking Dead* y *el Desafío*, no hay propaganda política relevante, en los *Simpson* en cambio, existen fuertes críticas a la política nacional e internacional de Estados Unidos, referencias a episodios de corrupción, como en el caso del Mundial de Brasil y la FIFA, los hechos actuales son satirizados a su estilo, también se habla de fenómenos sociales que tienen directa relación con los jóvenes, como los cómics, las películas y libros juveniles de moda, muchos temas relacionados con la adolescencia y la niñez a través de historias de Lisa y Bart, alusiones a otras culturas y personajes célebres.

- d) Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.

Se identifica una gran variedad de apegos emocionales en los jóvenes, en proporción a la cantidad y variedad de programas audiovisuales a los que se puede acceder, tanto en televisión como otros medios como la Web. Directamente de los programas analizados se puede observar:

De *The Walking Dead*: Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores, violencia y acción, los mundos post apocalípticos y la lucha por la supervivencia en condiciones de gran adversidad.

---

<sup>77</sup> ENTREVISTA a Jairo Alberto Prieto, Op. Cit., p 3.

Pues ahorita no sé si conozca The Walking Dead es una serie bastante, ya lleva seis años, pues ya hace como tres meses me la vi y me vi todas las temporadas, para verme la última que empezó hace poco, y me afecto bastante, pues me gustó mucho un personaje y murió hace poco y fue como que jajá impactante de hecho la estaba viendo online y mucha gente lo lloraba o sea es que si es impactante como la gente se encariña, me encariñé del personaje pues porque aunque no era líder él tenía como la determinación y la confianza de decir que se puede sacrificar, o sea no pensaba nunca en sí mismo sino por el equipo, entonces es algo como que me identifica<sup>78</sup>.

En este caso en particular, la muerte de este personaje llegó a ser incluso noticia en muchos medios del espectáculo, lo que indica el apego emocional a los personajes de la serie. Cabe anotar, que el programa contiene alta connotación violenta, incluso algunos críticos llegándolo a categorizar como “porno de tortura”<sup>79</sup>, por sus escenas cargadas de violencia, efectos especiales, que pueden llamar la atención de un público joven.

En el programa El Desafío, se vieron condiciones como el regionalismo, la perseverancia, la competitividad, Omnipresente culto al cuerpo y a la belleza, Totalitarismo estético, sexismo, Degradación y frivolidad en la imagen que presenta de la mujer como objeto erótico-escaparate, individualismo, éxito y fama<sup>80</sup>.

Desde el punto de vista de uno de los entrevistados, el desafío muestra cualidades con las que nos podemos identificar: “El desafío, si creo que ha sido el

---

<sup>78</sup> ENTREVISTA a Luisa, Op. Cit., p 3.

<sup>79</sup> PERIÓDICO EL PAÍS, <http://smoda.elpais.com/moda/porno-tortura-lo-the-walking-dead/> [Consulta: 11 de Mayo de 2016].

<sup>80</sup> GARCÍA REINA, Op. Cit., p. 115-129.

---

desafío, porque es como de gente, bueno antes era de gente que llegaba y se superaba «a sí mismos [sic]», con desafíos que son pues bastante complicados a veces, pues algunos son diría yo que no sería capaz de hacerlos, bastante determinación"<sup>81</sup>

En los Simpson, existe una gran variedad de personajes con los que se identifican los jóvenes, generalmente con los personajes principales, la familia Simpson, que poseen rasgos comunes en los jóvenes de cualquier lugar, sexo, raza o religión.

En resumen, el análisis de contenidos realizado muestra elementos que siendo parte de la producción, enlazado con los resultados de la entrevista, confluyen en las prácticas culturales, más no se pudo identificar prácticas culturales que hayan sido directamente tomadas de las series vistas, o de otras. Además, parte de la información de la plantilla de análisis de contenido no fue relevante en el desarrollo de la investigación, pero sí como puntos básicos para un referenciamiento inicial de las series analizadas. De todos modos, este análisis ha recopilado matices culturales que han sido usados por los encuestados y entrevistados, que pueden dar evidencia que sí existe influencia de los medios audiovisuales en el diario vivir de los jóvenes bumangueses.

---

<sup>81</sup> ENTREVISTA a Luisa, Op. Cit., p 2.







## **4. Conclusiones y recomendaciones**

### **4.1 Conclusiones**

Como objetivo general de la investigación, se propuso identificar la forma de apropiación cultural de los jóvenes de Bucaramanga entre los 15 y 24 años, que muestre las prácticas sociales apropiadas de los contenidos de la oferta audiovisual colombiana. Con la información recopilada y con el marco teórico postulado, se pudo reconocer relaciones de consumo entre los jóvenes y la producción audiovisual actual, las cuales fueron descritas a continuación.

Los géneros preferidos por los jóvenes entre 15 y 24 años en Bucaramanga, son las series, noticias y deportes. Los programas más relevantes dentro de la Investigación fueron el Desafío, The walking Dead y Los Simpson.

Se evidencia propaganda comercial en los programas observados en la investigación, los cuales, seleccionados según información de las encuestas y entrevistas, son los más relevantes para la población analizada.

Se concluye que existe una gran dispersión de programas audiovisuales respecto al consumo de la población encuestada, se encontraron al menos 47 programas diferentes en el grupo analizado, también cada vez es mayor la oferta audiovisual, tanto por televisión, como por otros medios como Internet.

El consumo audiovisual a través de la red está marcando tendencias al aumento, plataformas como Netflix, YouTube, Vimeo o programas de descarga como

Torrent favorecen la inmediatez del consumo, a cualquier hora y en cualquier lugar donde haya disponibilidad de acceso a Internet.

El consumo juvenil audiovisual es claro, aunque los jóvenes prefieren no evidenciarlo de manera directa y personal, establecen las tendencias a través de terceros contemporáneos.

Dentro de los elementos apropiados por los jóvenes bumanguenses, se encuentran términos y frases relacionadas con las series, utilizados mayoritariamente en situaciones del día a día, entre sus propios grupos, ya sea entre amigos, compañeros de universidad, redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, además del consumo de productos relacionados con programas, como juegos, DVD, ropa y accesorios. Se encontraron casos particulares que demostraron el impacto de programas audiovisuales en momentos de la vida de los jóvenes, especialmente en tiempos donde se presentaron interacciones grupales, como lo fue en el estreno del primer capítulo de la séptima temporada de *The Walking Dead*, que fue un fenómeno casi mundial. La variedad de contenidos también generó una gran cantidad de matices respecto al consumo y su apropiación, se demostró una diversificación del consumo, tanto de producciones nacionales como de extranjeras, estas últimas de diferentes orígenes, respecto a la nacionalidad.

Dentro de la investigación, se evidenció que la encuesta, entrevista y análisis de contenidos, a pesar de proveer información relevante, no logra concluir al 100% la apropiación cultural como tal, por lo cual se puede seguir trabajando en futuras investigaciones sobre este mismo tema.

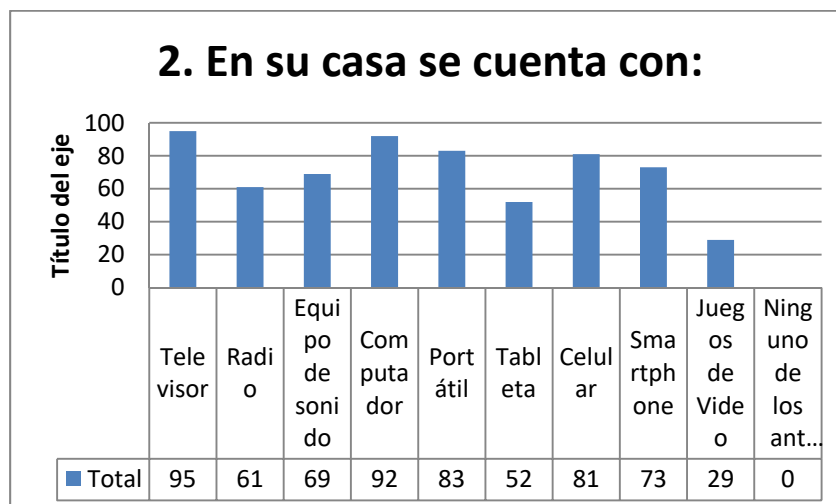
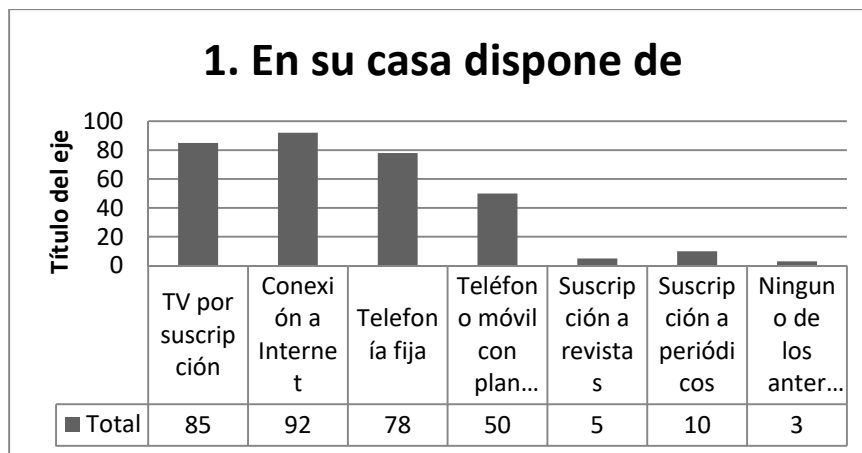
## **4.2 Recomendaciones y/o propuestas**

Para futuras investigaciones, vale la pena recalcar en el aumento del consumo audiovisual a través de las plataformas ofrecidas en Internet, que cada vez son más preferidas por los jóvenes bumangueses. También, se recomienda ver la apropiación cultural en jóvenes a través de las redes sociales, donde se pueden enlazar variables, observaciones, análisis, métodos y conclusiones aquí presentadas.

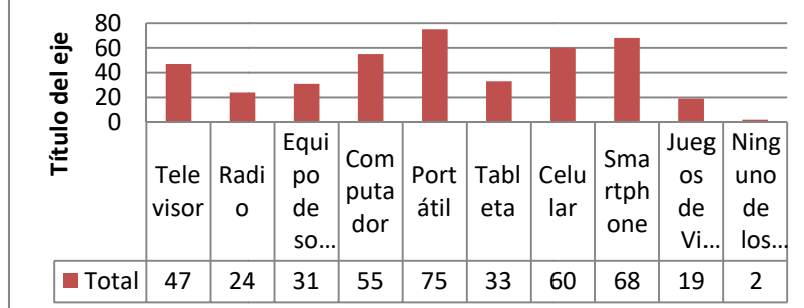
Debido a la reticente y continuada actuación de los jóvenes de no parecer o pretender ser consumistas, se propone utilizar los grupos focales como método investigativo, con el objetivo de generar un ambiente de confianza con el cual puedan encontrarse evidencias más objetivas del consumo y apropiación cultural juvenil.



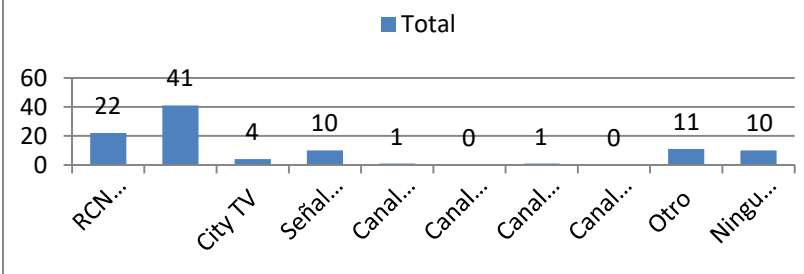
## A. Anexo: Resultados de la encuesta



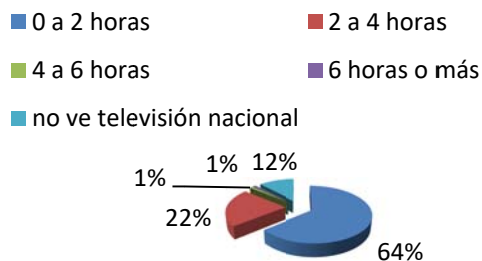
### 3. Usted tiene para uso personal:



### 4. ¿Qué cadena de televisión nacional ve más en la semana?

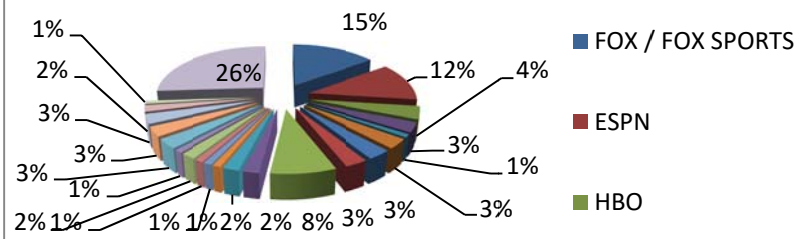


### 5. ¿En promedio, cuánto tiempo ves este canal al día?

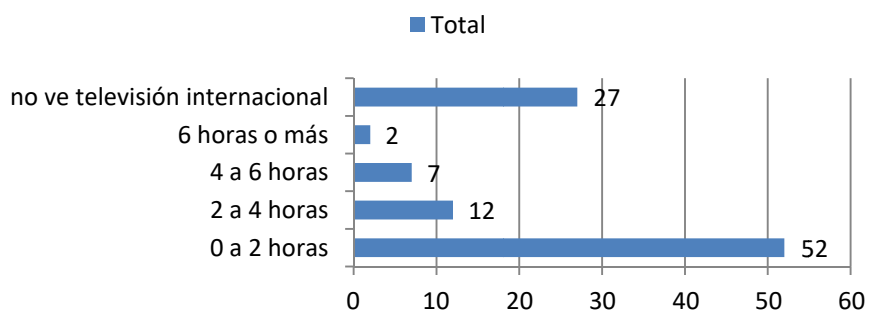




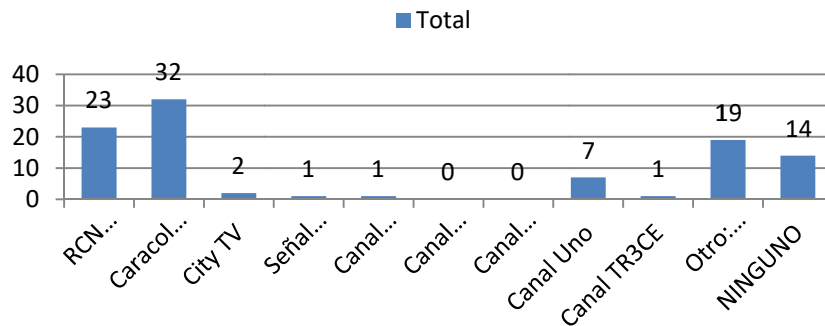
## 6. ¿Qué cadena de televisión internacional ves más en la semana?



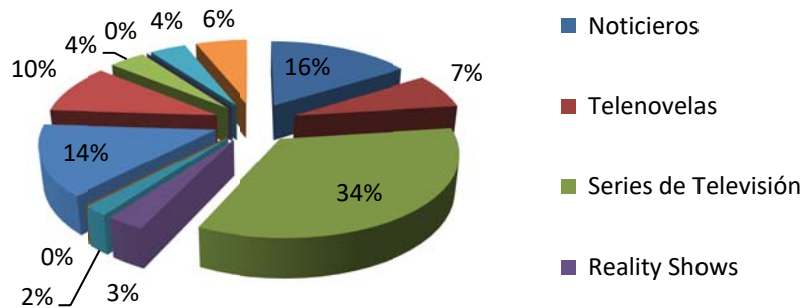
## 7. ¿En promedio, cuánto tiempo ves este canal al día?



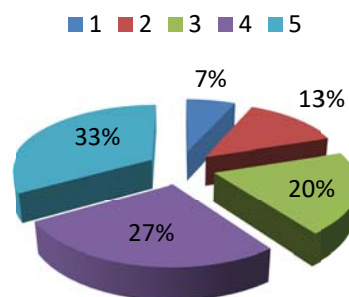
### 8. ¿Qué cadena es tu favorita para ver noticias?



### 9. ¿Qué tipo de programa de televisión prefieres?

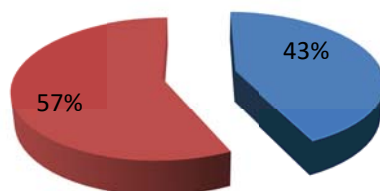


### 10. De 1 a 5 con cuanto calificas la calidad de la televisión colombiana?



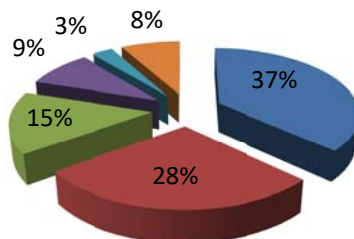
### 11. ¿Sueles ver los programas de televisión desde la web?

■ SI ■ NO

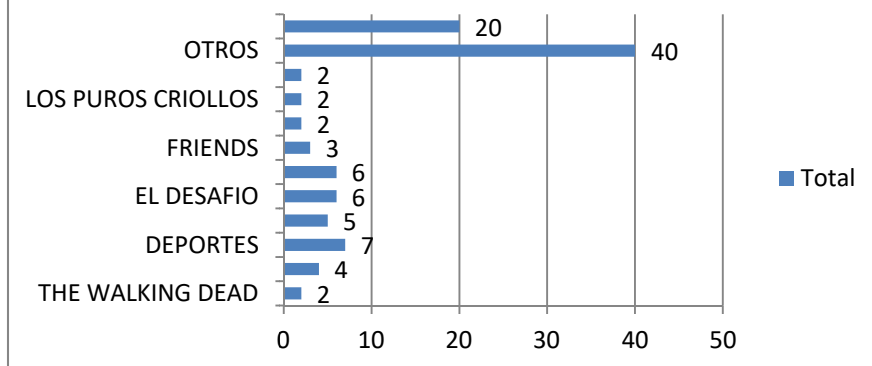


### 12. ¿Cuántas horas al día ves televisión?

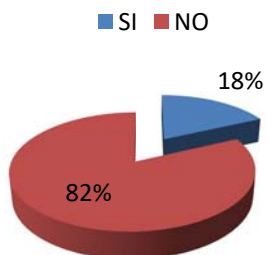
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 0



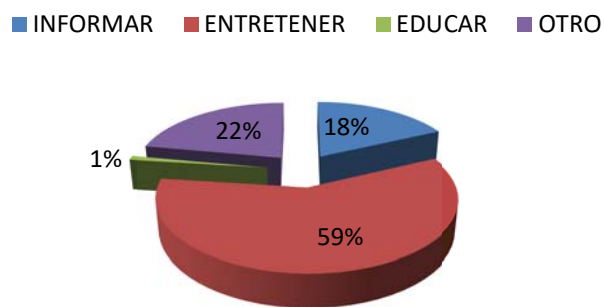
### 13. ¿Cuál es tu programa favorito?



### 14. ¿Ha comprado algún artículo relacionado con programas de televisión?

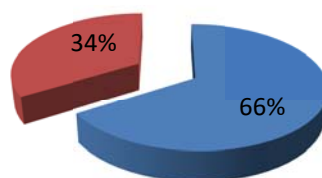


### 15. ¿Para usted que función tiene hoy en día la televisión?



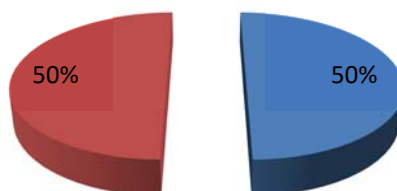
## 16. ¿Mientras ve televisión hace otra actividad?

■ SI ■ NO



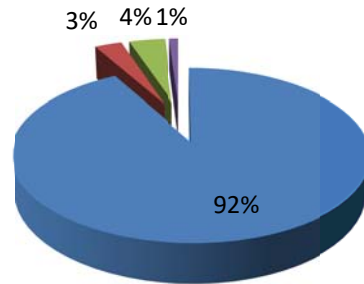
## SEXO

■ MASCULINO ■ FEMENINO



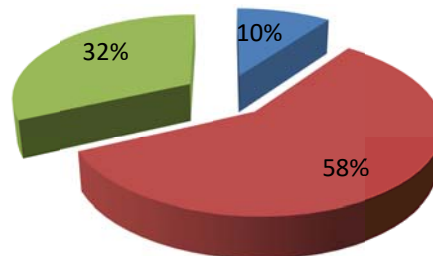
### NIVEL EDUCATIVO

■ UNIVERSITARIO ■ PROFESIONAL ■ TECNOLOGIA ■ MAESTRIA



### EDAD

■ 12 A 17 ■ 18 A 21 ■ 22 A 25









## B. Anexo: Entrevistas realizadas

Nombre: Geraldine

Edad: 22

Lugar de nacimiento: Bucaramanga

Sexo: Femenino

Barrio de residencia: Zapamanga

Nivel educativo: Universitario

Bueno, ahora vamos a hablar en cuanto a los gustos y preferencias, referido a los programas de televisión ¿Qué tipo de programas le llama la atención?

- Los tipos de programas que más me llaman la atención son los de estilo documental, los que enseñan o digamos cuentan historia de algún país, o sobre alguna persona o de un suceso, no sé, esos son los programas que más me gusta ver, porque son los que enseñan.
  - Me gusta mucho ver séptimo día, por los casos que pasan, por los casos reales que pasan las personas, me gusta también mucho ver eh en Discovery Investigation lo que son casos de asesinatos, de ver digamos la astucia o inteligencia que creen tener las, digamos los asesinos y al final en todo caso siempre los descubren, analizar digamos las personas que no piensan en el momento que no están bien, a veces pasan casos de digamos, de una mujer que era pobre,

que era empleada de servicio o algo y fue de buenas y se casó con un millonario y no aprovecho esa oportunidad, ósea no la supo aprovechar, no lo valoro, y el tipo es súper bien con ella, la tiene re bien y todo, pero la vieja al final digamos que se mete con el jardinero o con alguno que llega a la casa y se enamora tanto que no piensa en la estabilidad que tiene o que puede tener a futuro con el esposo y prefiere, no ósea por placer asesinar al marido y se queda sin nada porque se queda sin la plata se queda sin lo otro y se queda es en la cárcel toda la vida, porque pagan es cadena perpetua.

¿Cuál es la función de la televisión en la sociedad actual desde su punto de vista?

- Pues yo creo que la televisión al igual que todos los medios tecnológicos que tenemos a la mano hoy en día, pues desde que se sepan manejar bien tienen un papel muy importante en la vida de cada uno porque pues en la televisión no todos los canales pasan canales basura por decirlo así que son cosas que no enseñan ni nada si no existen canales también como History Chanel o Discovery que enseñan programas eh que si educan, otros pues son hay como por entretener o mal enseñar.

¿Usted cómo percibe e consumismo?

- Personal creo que es más el consumo que en canales internacionales que nacionales, por la variedad que estos ofrecen y culturas diferentes a las nuestras.
- Debe haber una relación porque pues si a las personas no les parece interesante pues obviamente es algo que no van a ver, entonces no va a ver consumo de algún programa.

---

Ok, ¿cuál es su percepción entorno al papel de los medios audiovisual sobre el mundo que la rodea?, ya sea en el ámbito del comercio, la moda o la política.

- Ósea, a veces tratan es como de acomodar las cosas a su antojo, digamos como a manera de embrutecernos y no muestran las cosas tal cual como son, ósea por ejemplo hay noticieros que nunca pasan las noticias como son o tapan la verdad de ciertas cosas, y hay un solo noticiero nacional CM& que casi no lo ve todo el mundo porque la mayoría de gente ven solo los canales privados pero este noticiero es muy bueno y hay si pasan las cosas tal cual y como son. Entonces que pasa, cuando vemos televisión hay programas o digamos noticias que las pasan es acomodadas como para alejarnos de la realidad y no para que sepamos bien como está la situación real a nivel mundial.

¿Usted con que tecnología cuenta en su casa para acceder a estas plataformas?

- Pues uso el portátil, el celular, el televisor y sincronizo el celular con el televisor y de ahí veo también los videos cuando tengo pereza de estar sentada en el pc.

¿Consume programas audiovisuales desde la web?

- Sí, me gusta mucho ver videos musicales en YouTube y películas de romance y comedia también me gusta ver por YouTube.

¿Cuál es su pensamiento relativo al papel de la televisión en su vida y en la sociedad?

- Pues la verdad hoy en día la función actual de la televisión pues no es como tan buena, pues por lo menos en los canales nacionales ahorita en estos tiempos no hay programas que inspiren y enseñen, que uno sienta que aprendió algo, solo las noticias y todos los días

son cosas malas que pasan en el país. Es por esa razón que muchas veces uno busca otras opciones como para distraerse o entretenerse. Y las novelas si no son de vagabundería o de narcotráfico de ahí no salen en los canales nacionales, no hay algo cultural que uno pueda apreciar o aprender de nuestro país.

¿Cree que los programas de televisión influyen a las personas?

- Claro, yo sí creo, hace unos años cuando dieron ese programa horrible de pandilla, guerra y paz que por cierto jamás me ha gustado, influyo mucho en los jóvenes de esas épocas hasta ahora, en formar esas clases de no sé de parches, esos grupitos hay de gamines y de ñeros, lo que hacen en buscarle riñas o robar, se supone que eso era un programa para enseñar pero para nada lo que sirvió fue para que muchos muchachos e incluso amigos se formaran esas barreras invisibles y tuvieran unas aspiraciones bajas en la vida, además de que copian la forma de vestir e incluso de hablar, el léxico es horrible y ellos lo copian como si fuera lo máximo. Muchas veces eh escuchado en la iglesia que se entrenan para dañar a los otros ñeros pero no para matarlos si no para dejarlos heridos de por vida o tendidos en una cama, eso es más satisfactorio para ellos que incluso matarlos. Y pues mis amigos de la universidad les encantan las series, siempre están hablando de zombis o de reyes y yo creo que eso también los influencia porque a veces los veo con accesorios y les pregunto qué de donde son y me empiezan a hablar de la serie.
- 

Nombre: Luisa

Edad: 21

---

Lugar de nacimiento: Bucaramanga

Sexo: Femenino

Barrio de residencia: Paseo Cataluña, Piedecuesta

Nivel educativo: Universitario

Bueno, ahora vamos a hablar en cuento a los gustos y preferencias, referido a los programas de televisión ¿Qué tipo de programas le llama la atención?

- Bueno, básicamente lo que más veo yo son series de televisión y reality show, pero también me llaman la atención los programas para niños y hasta los de los adultos de 60 años.

¿Porque los prefiere?

- Pues me llaman más la atención, ya dependiendo de que hay mucha comedia y lo entretienen a uno y son nuevos.

¿Cuáles son?

- Esta cartoon network, hay veo hora de aventura, gumball, veo Steven universe, jajaja, veo una cantidad de matachos pero eso ya es por mi hermano, después puedo pasar a canales gourmet para ver recetas, a veces cuando no hay nada que hacer me gusta ver la cocina no sé, para aprender al menos (aunque nunca lo intento jajajajaja) después los canales de películas, esta Tnt, Cine Canal, Esta Fox, Golden son canales que me gustan ver porque las películas que dan son totalmente diferentes las unas de las otras, por ejemplo hay unas que son de acción de drama internacionales y del país aunque suelen ser más internacionales que del país, de música me gusta Mtv aunque ya no hay mucha música que se diga, pero si más o menos eso, ah me gusta todos los programas de animales, documentales, entonces lo que es más como ciencia, porque es

Discovery Channel, NatGeo y no me acuerdo del otro son 3 y en lo nacional en mi casa vemos más es Caracol Rcn casi no lo ponemos y Tro pues por lo regional.

Bueno, ¿dentro de Caracol y Tro cuáles son los programas que ven?

- Eh son las noticias, día a día y en la noche, todos los programas que estén en la noche se ven, es como familiar jajaja cuando cenamos hay.

De esos programas ¿cuáles han marcado un impacto para su vida?

- El desafío, si creo que ha sido el desafío, porque es como de gente, bueno antes era de gente que llegaba y se superaba así mismos con desafíos que son pues bastante complicados a veces, pues algunos son diría yo que no sería capaz de hacerlos, bastante determinación.

¿Y internacionalmente hablando?

- Mmm, las películas pues hay si es como decir todas películas que sean de drama o que tengan un referente así que las marquen me llaman mucho la atención le cambian a uno como la perspectiva de lo que pasa o de lo que ocurre en la vida de uno y que a veces uno está enfocado en algo y se olvida totalmente de eso y entonces lo hace a uno retroceder y tomar otra vista.
- Yo deje de ver la televisión para acercarme más a lo online ¿porque? Porque es más rápido yo encontrar una serie completa y no esperar día a día a que la den por un canal y que hay me tengo que aguantar la publicidad, los comerciales y además de aguantar lo de los horarios, ósea una hora determinada para vérmela, mientras que tengo la facilidad de ir a una página, buscármela completa sin parar.

Bueno, entonces ahora vamos a internarnos en los aspectos relacionados con el gusto, entonces dentro del gusto se encuentran los deseos, las relaciones con las

---

otras personas, la necesidad de inclusión, la integración, las emociones, el comportamiento y el discurso propio del consumo audiovisual.

- Ujumm, entonces es esto y aquello que solamente lo entendemos este grupo, pero esto solo lo hago desde lo que veo en internet, con lo de la televisión no.

Entonces saltémonos la pregunta, ¿Qué programas audiovisuales consumes desde la web?

- Es mejor que me pregunte esta y después la otra porque si no es que yo quedo como si no hablara nada jajajajaja.
- Bueno desde la web yo veo cantidad infinita de programas, jajaja, me gustan mucho las series estadounidenses, coreanas, japonesas y taiwanesa pero esa no me gustó tanto. Bueno las series es como son por temporadas, y aparecen novelas pero tienen como, son más dramáticas tienen como puntos en los que le llaman más a uno la atención que una novela.
- Pues ahorita no sé si conozca the walking dead es una serie bastante, ya lleva seis años, pues ya hace como tres meses me la vi y me vi todas las temporadas, para verme la última que empezó hace poco, y me afectó bastante, pues me gustó mucho un personaje y murió hace poco y fue como que jajá impactante de hecho la estaba viendo online y mucha gente lo lloraba ósea es que si es impactante como la gente se encariña, me encariñe del personaje pues porque aunque no era líder él tenía como la determinación y la confianza de decir que se puede sacrificarse, ósea no pensaba nunca en sí mismo sino por el equipo, entonces es algo como que me identifica.

¿Usted con que tecnología cuenta en su casa para acceder a estas plataformas?

- Sí, tengo un Smartphone, tengo un televisor Smart también y tengo dos computadores

Y ¿en qué horarios ve los programas?

- El horario varía dependiendo de la universidad, cuando estoy en vacaciones pues lo puedo ver todo el día jajaja, y cuando estoy estudiando prácticamente lo veo son los sábados o los viernes en la noche.

Bueno listo, ahora usted ¿cree que la magnitud de consumo de los programas de televisión es mayor en canales nacionales, internacionales o desde la web?

- Bueno, nacionales no creo eso, internacionales hay más y la web aún más, pues porque por ejemplo aquí en Colombia eh uno va a ver un canal extranjero y el país no se lo permite, entonces lo que hacemos es buscarlo en la web y cambiarle el bpn para poder ver la serie, entonces creo que online hay una cantidad infinita de programas internacionales.

Ok, ¿cuál es su percepción entorno al papel de los medios audiovisual sobre el mundo que la rodea?, ya sea en el ámbito del comercio, la moda o la política.

- Yo creo que es más moda, pues hace poco empezó esto de los zombis y toda esta cosa y de ahí salió un programa y salió una cantidad infinita cosas relacionadas y así uno no quiera verlas como que más y más lo atraen, hay muchísima publicidad.

¿Cuál es la función de la televisión en la sociedad actual desde su punto de vista?

- Entretener, porque no sé si ellos se han dado dé cuenta de que las personas se aburren fácilmente de las noticias, ya es como que, para mí como que los colombianos ya estamos acostumbrados a escuchar noticias de guerra, noticias de cosas malas, nunca uno escucha algo de algo están haciendo bien, o que algo por fin salga a la luz, algo así, entonces la gente lo que busca es salirse de ese día a día y buscar cosas que lo entretengan y lo hagan olvidar a realidad.

¿Usted cómo percibe e consumismo?



- 
- En comerciales, vallas publicitarias, tiene su cosa mala y su cosa buena. Su cosa mala porque hay gente que no sabe manejar, que cree que solamente salió y uno tiene que tenerlo y hay veces que es bueno porque cosas que uno no conoce lo puede ir conociendo a través de algo publicitario, por ejemplo algo así como ohm no sabía que era esto, entonces uno empieza a buscar sobre el tema y se informa.

¿Se considera una persona consumista?

- Mmm, 50 – 50 jajajaja

¿Piensa que vive en una sociedad consumista?

- Mmm sí, porque por ejemplo solamente con lo Smartphone, un Smartphone esta, se supone que solo dura un año hasta que sale el nuevo Smartphone entonces creo que si estamos en una cultura consumista en la que preferimos lo nuevo y lo actualizado así sirva para lo mismo

¿Cree que existe una relación entre los medios audiovisuales y el consumo?

- Sí, porque por ahí pasan si, por ahí pasan todo, entonces están como de la mano, sin lo uno no hay lo otro.

¿Cuál es su pensamiento relativo al papel de la televisión en su vida?

- Eh, pues es si, yo creo que si es importante porque hay veces de que en un documental uno se informa más de ir a buscar un libro que uno ni sabe el título, entonces uno puede como tal vez meterse en el personaje y así poder, ¿cómo decirlo?, ser mismo, sacar la conclusión, ¿a qué me refiero?, por ejemplo hay películas de que tratan de algo, una experiencia que usted jamás en su vida ha tocado, que jamás le ha tocado vivir y usted tratar de sentir o meterse en los zapatos del personaje es algo como que bueno para su vida, ya que usted tiene una perspectiva, una vista diferente y ya

que no es como tanto de juzgar si no más bien de entender, entonces creo que si tratar de tolerar, además creo que hay muchas cosas y muchos programas de que de verdad no sirven para nada, uno los ve y tal vez entiende porque lo están haciendo.

¿Bueno y cuál es su pensamiento en torno al papel que tiene la televisión en la sociedad actual?

- El papel que tiene la televisión ahora ósea es entretener, porque razón, porque ahora la gente se aburre muy fácilmente, ya está esto online, de que si no le gusto la novela que están dando entonces usted puede buscar su novela que le guste y dejar de ver la televisión. Entonces ahora creo que es más competitivo en eso. Tratar siempre de entretener y buscar lo que llama al televidente porque si no el programa no da.

¿Y de toda la oferta audiovisual que usted consume se identifica con x o y programa o personaje?

- Mmm sii, están las series, todo esto de tratar de salir de un día a día me llama mucho la atención, la serie que más me gusta ahorita es the walking dead pues es algo así como que si se acaba el mundo y usted está solo que haría como se superaría a usted mismo, se convertiría usted en uno más o trataría de sobrevivir la mayor cantidad de tiempo para saber porque usted vino acá y porque sigue vivo y porque sigue luchando contra el mundo entero entonces me gusta.

Bueno, entonces ahora enfoquémonos en una cosa, ¿Usted cree que un programa de televisión puede tener una influencia, digamos ya sea sobre usted, o sobre una persona que usted conozca, un amigo, un familiar?

- Sii, por ejemplo todos esos programas asiáticos que veo por ejemplo hay muchísima gente que cree que es una doncella en peligro, cree que va a venir su pa y la va a rescatar, que se cree ya viviendo el sueño de llegar a un país extranjero y que las novelas que uno ve de ese país pues así va a

---

ser la realidad del país y es solamente una novela, entonces si hay mucha gente de que se apega a un personaje o cree que la realidad de ese país es así.

¿Por qué cree que se da esa influencia en la persona?

- No sé, eso yo creo que es de cada uno, uno a veces esta tan metido en un mundo que ya se comienza a creer que es su realidad, entonces es más que como que uno, de que tanto uno lo ve y que tan seguido esta uno metido en ese mundo de que ya se crea un personaje más.

Usted dice que tuvo un cambio de la televisión al internet en cuanto a los programas, ¿Por qué se dio ese cambio?

- Ese cambio se dio eh porque no se llegó el internet a mi casa (jajaja) y tocaba probarlo y las novelas que daban por los canales nacionales no me gustaban para nada, mas encima estaba lo que son propagandas y el tiempo que tocaba esperar de un día a otro, mientras que en internet no es así, simplemente busca el episodio que quiere verse y se lo ve completo no hay propagandas y es como mejor.

¿Cree que la oferta de la televisión es proporcional con la demanda de los consumidores?

- No, porque hay mucha gente que quiere ver una cosa y hay otra gente que quiere ver otra y a veces como que hay un choque, entonces están los haters y los lovers, los que los odian y lo aman, entonces como que nunca complacen a toda la gente, siempre va a ver gente que o va a odiar y siempre va a haber gente que lo va amar. Yo creo que nunca se va a ver algo así de que toda la gente le guste ver algo, le guste ver un solo programa que digan 100% todos fanes.

¿Por qué razón se cambió de ver programas a ver series?

- Me llamaron mucho más la atención, era como saber que va a hacer el personaje con un personaje secundario, como ese personaje va a afrontar una nueva situación que llega y es bastante interesante, como que uno de verdad se mete en el cuento de que uno está como en la cámara, que la cámara es uno y que uno está en ese momento cuando él está haciendo las cosas, entonces es como que uno se mete mucho en el personaje la verdad eso, entonces por eso me gusta, tengo de la serie en mi curso básicamente el 50% de todos vemos la serie y es como llegar a hablar de la serie jajaja, cada uno ama un personaje diferente y entonces hay como discusiones y es como el tema de todos los días, todos los lunes ir a hablar de la serie ¿Qué fue lo que le pareció? Si estuvo bien lo que hizo el personaje, que, que es lo que le parece lo que va a venir ahora, que es lo que él piensa que va a pasar, cuál será el personaje que va a morir, todo eso.

Por ejemplo en torno a las series, ¿usted ha comprado un artículo promocional de esta serie?

- La verdad es que no porque lo veo un desperdicio, pues yo ahorita estoy más enfocada a mi carrera y lo veo es por entretenerme no más, entonces gastarme ahorita una siendo universitaria, entonces gastar dinero en algo así me parece innecesario ¿Por qué? Porque yo sé que mis gustos van a cambiar de aquí a 10 años y eso que pude haber invertido en mi carrera en mi lo estoy malgastando en algo que es basura.

¿Porque cree que se dan esos cambios de gusto?

- Porque uno va cambiando, por ejemplo hace 10 años atrás me gustaba eran los Simpson y hace seis años me gustaba crepúsculo y entonces es como decir hay no que pena que me gusto eso, es como mucha vergüenza.

Bueno, pero ahondemos un poquito más, ¿cuál cree que son esos factores que la inclinan a cambiar el gusto por determinado programa?

- 
- Es la personalidad por ejemplo en el trascurso de los años uno se va dando dé cuenta de que ve la misma película que vio hace unos años atrás pero ya no le pareció lo mismo, ya no fue lo mismo que usted vio hace tres años atrás que lo que usted vio estaba totalmente erróneo de lo que está viendo ahora entonces es como actualizarse, yo creo que también es moda, va pasando el tiempo y uno lo va olvidando y ya no sintió lo mismo de hace seis años entonces uno lo abandona.

¿Algún compañero suyo o alguno familiar ha comprado algún artículo?

- Si, jajaja hay varios que compran los cd o los DVD de la temporada, hay otros que tienen manillas y camisas, hay otra serie de la que también se habla mucho y es games of thrones o juegos de tronos también hay varios compañeros que tienen cosas que han salido en la serie como unas monedas, tienen camisas, tienen dragones de daenerys y tienen un montón de cosas, son bastante apegados a eso.

Bueno, y de esos compañeros ¿usted ha notado que adoptan el discurso del personaje o el comportamiento que tienen el personaje dentro de la serie?

- Pues ah, yo diría que es como de haciéndolo cómico, ya que uno conoce el personaje entonces como que se mete en el personaje y actúan por un día, pero que este 100% con el mismo personaje todos los días no, no he visto.

Bueno y en cuanto a las emociones, por ejemplo ¿cuándo muere un personaje todos están tristes?

- Jajaja, sii, más las mujeres que los hombres, los hombres siempre lo toman como de chiste, pero vi por ejemplo el lunes pasado todo el mundo estaba deprimido por la serie porque murió ese personaje, entonces si afecto bastante porque ya llevan seis años saliendo en la serie, entonces uno si lo esperaba porque esa serie viene de un comic, si se esperaba que

fuera la muerte pero todo se amplificó 100% más, y fue como que sí, bastante gente lloro de verdad, yo llore también jajajajaja

Bueno usted cree que estas series o programas dan la oportunidad de relacionarse o estar incluido en un grupo social o digamos que alguna persona que es mi amiga o que es mi compañera yo veo que se reúne con un grupo de amigos a ver la serie

- Pues si hay varia gente que se une, yo prefiero verla a solas porque así es como que uno no bloquea las emociones porque hay no se en mi persona me sucede que cuando yo estoy viéndola con alguien más como que mis emociones se bloquean y como que no es lo mismo cuando uno está solo que como que uno se libera, entonces sí, me gusta verlas sola.
- Yo creo que es, más que moda es la publicidad que le dan, los zombis yo me acuerdo muy bien que los zombis para mi empezaron con resident evil desde esa película como que hubo una fanaticada que empezó a creer en esto de los zombis antes fueron las vampiros y ahora son los zombis, entonces son como por épocas de que alguien lanza algo y se vuelve como el hit y de ahí todo el mundo se ve enfocado a ese tema, entonces llama más la atención, y yo creo que por eso lo hacen y uno también toma el gusto de conocer más sobre esto; pues a veces uno cree que como empezarían los zombis se pone a pensar que si eso sucederá algún día, entonces como predecir el futuro.

Bueno, entonces hoy en día ¿cuál es la función de la televisión aparte de entretener a la sociedad actual?, ósea ¿porque entretener y porque no otra cosa?

- ¿porque entretener y porque no otra cosa? Pues porque ahora la gente solo busca es como salir del día a día porque uno, de salirse de la realidad y meterse en otro cuento totalmente diferente, como olvidar un poco lo que vive todos los días y poder experimentar algo nuevo, una perspectiva totalmente diferente a la que vive, pues yo creo eso, por eso hay tanta

gente que le gusta ver esas novelas de cenicienta que es pobre y que hay alguien rico y se enamora, yo creo que ese es el pensamiento de la gente que vive más abajo y no tienen las oportunidades tal vez de pensar en un trabajo y surgir, si no que siempre buscan es que algún día alguien va a llegar y se va a enamorar de mí y voy a salir de la pobreza, algo así entonces es como por niveles que uno va tomando las cosas.

---

Nombre: Deybhor Peña

Edad: 21 años

Lugar de Nacimiento: Bucaramanga

Sexo: Masculino

Barrio de residencia: Estoraques

Nivel educativo: Universitario

- **Indagar sobre el gusto y preferencias del entrevistado, referente a los programas de televisión, se pregunta sobre el tipo de programas que más le llaman la atención, que personalmente han marcado un impacto durante su vida y/o que han sido objeto de culto personalmente.**

La verdad veo muy poca televisión, pero cuando lo hago me impactan los serizados y más los que tienes que ver con ciencia forense, investigación, criminología y por supuesto series de ciencia ficción o que involucre el mundo de los comics. El impacto que generan sobre es mí es positivo, puesto que de alguna manera hacen que en mí surja una curiosidad que me hace indagar acerca de lo que veo.

- **Ahondar en los aspectos relacionados con el gusto (deseos, relaciones con otros, necesidad de inclusión o integración, emociones, comportamiento y discurso propio producto del consumo**

**audiovisual. Indagar sobre el acceso a productos relacionados con la oferta audiovisual, oferta y demanda.**

Realmente mis gustos por las series no tienen nada que ver con lo relacionado a inclusión o integración de grupos, o esas respuestas absurdas que se inventan para dar respuesta al consumo de ellas. Las veo porque me gustan y de alguna u otra manera me hacen perder de la realidad absurda en la que vivo, de por sí, en el caso de las series de ciencia forense se evidencia el mundo corrompido en el que vivimos, que no es novedad.

- Preguntar sobre el consumo de programas audiovisuales desde la web, el acceso a estas plataformas, si lo hace o no y porqué, retomar sobre la marcha el tópico No. 2, porqué lo consume desde la red. Examinar datos cualitativos como preferencia de plataformas, equipos (Computador, Tablet, Smartphone), horarios.

Utilizo mucho la web para ver las series que me encantan. Lo hago porque me parece más práctico que el televisor, puedo parar, retroceder o avanzar si ningún problema. Desde el computador entro y usualmente lo hago en los fines de semana, en las tardes (entre 1 a 6 p.m.), y cuando no tengo trabajos (entre 6 p.m. y 10 p.m.).

En este momento me estoy viendo la serie The Flash. Terminé Sense 8, me vi la primera temporada de Smallville, algunos capítulos de Arrow. Veo anime como Pokémon (las 19 temporadas)

- Investigar sobre las magnitud del consumo de los programas de televisión, si es en canales nacionales, internacionales y la web.

El consumo de programas de televisión siempre ha existido y existirá, solo que ahora es más evidente ese consumo, que cada día se convierte en un arma de distracción de la realidad. Desde mi perspectiva pienso que se consume más lo internacional, ya que Colombia no es que produzca buenos contenidos y menos



con los canales privados que tenemos. Además, nuestra cultura y entretenimiento está determinada por el extranjerismo, nos gusta lo de afuera, nada que hacer.

Ahora bien, el consumo por plataformas web es lo que se está poniendo de moda, especialmente por las series y el acceso que hay en cuanto a la variedad de programas: infantiles, de aventura, ciencia ficción, romance, anime... etc. Aunque las novelas están emigrando hacia ese formato, sin decir que dejaran de pasarse por televisión.

- **Complementar con la percepción del entrevistado sobre el papel de los medios audiovisuales sobre el medio que lo rodea, el comercio, la moda, la política, la función de la televisión en la sociedad actual.**

Los medios audiovisuales cumplen un papel importante en la construcción social del individuo, porque retractan de manera visual lo que pasa en el mundo en sus diferentes ámbitos y esto hace que las personas construyan identidades a partir de lo que ven. Hoy día la televisión se está quedando en la simple función de entretenimiento, de hacer pan y circo para que los pobres idiotas se entretengan y olviden de los problemas, las realidades y las decisiones y noticias coyunturales que el mundo trae a diario.

Ejemplo: las personas prefieren ver una narconovela que preocuparse por la situación que aqueja el tema de las drogas ilícitas en el país. Ponen a sus hijos a ver ese mundo que no entienden y que en muchos casos apoyan.

- **Tomar en cuenta el consumismo, cómo lo percibe, si es una persona consumista o si piensa que vive en una sociedad consumista, si existe relación entre los medios audiovisuales y el consumo.**

Todos son consumistas, ya sea de la televisión, la publicidad, las redes sociales, las plataformas web, canales de música, etc. Vivimos en una sociedad en que consumo forma parte de nuestra vida, todo gracias al sistema capitalista que nos

rige. Para nadie es un secreto que entre más nos arrojen publicidad llamativa y engañosa, más caemos.

Ejemplo: los teléfonos inteligentes, pero en especial los iPhone. Cada vez que sale una actualización o un nuevo modelo, corremos por comprar y tener lo último, así no necesitamos un nuevo celular.

- **Buscar información sobre el pensamiento del entrevistado relativo al papel de la televisión en su vida y en la sociedad actual, en su grupo social, trabajo, grupo estudiantil u otros, aspectos identitarios, si se identifica con X o Y programa.**

Yo me identifico con los seriados de ciencia forense o los que tienen que ver con ciencia ficción y comics. En cuanto a la función de la televisión pienso que debería ser más crítica y apuntarle más a la cultura, la educación y la formación en pensamiento crítico en los espectadores, porque lamentablemente se queda en la de solo entretener, porque ni siquiera informar. Es más desinformación que cualquier cosa.

---

Nombre: Jairo Alberto Prieto Rojas

Edad: 23

Lugar de nacimiento: Bucaramanga

Sexo: masculino

Barrio de residencia: Palermo 2, Piedecuesta

Nivel educativo: Universitario

Bueno Jairo ahora vamos a indagar sobre los tipos de programa que más le llaman la atención y el impacto que estos han generado en su vida ¿cuáles serían?

- 
- Bueno pues la verdad actualmente casi no miro televisión, pero pues cuando estaba por ejemplo en el colegio Sí, pues veía bastante por ejemplo novelas o series de canales internacionales y pues me han influenciado porque alguna manera pues ha cambiado mi comportamiento en el sentido en que las series que yo veía eran de relacionadas con muchachos de colegio también entonces pues obviamente eso hace cambiar mi actitud y mi comportamiento con respecto a eso y en las novelas porque yo veía de mafiosos y ese tipo de cosas Y pues obviamente van hacer cambiar mi léxico manera de expresarme todo ese tipo de cosas.

Hoy en día ¿usted consume programas audiovisuales desde la web? ¿Porque lo hace?

- En verdad sí, claro digamos que yo lo considero una herramienta bastante útil y pues últimamente he usado muchísimo YouTube porque pues ahí Busco entrevistas, Busco documentales, Busco digamos cosas relacionadas con política entonces ahí me mantengo informado, aprendo.

¿Porque sus gustos van enfocados de esos tres temas?

- La verdad pues veo que es lo que necesitan hoy en día las personas pues es algo digamos que es vital algo que deberíamos hacer todos, yo lo veo desde ese punto de vista. Algo que digamos que la política es algo de lo que nos debemos informar todos, las entrevistas de algo de dónde podemos aprender muchísimo depende de quién sea el entrevistado obviamente. Y Ya pues sí los documentales pues por lo menos a mí me han hecho cambiar maneras de pensar, en formas de ver las cosas.

¿Usted en su casa dispone De qué tipo de aparatos para acceder a internet?

- Sí claro Pues yo la verdad no tengo celular caro celular con internet pero pues en un computador portátil y pues desde ahí desde mi casa pues utiliza esta herramienta.

Usted ¿cuál cree que sea hoy en día la magnitud del consumo en cuanto a los programas de televisión, ya sean nacionales e internacionales desde la web?

- Parece que la magnitud del consumo claramente ha venido aumentado en las últimas décadas y a mi manera de ver se ha visto aumentado para mal, porque estamos usando los medios de comunicación, estamos usando todas estas herramientas de tenemos como la televisión, el internet, la radio, las estamos usando para desinformar, para cosas digamos que malas, para maleducar a la sociedad, todas estas cosas.

¿Cuál cree que es la función de la televisión en la sociedad actual?

- La función de la televisión, bueno la función de la televisión es muy grande, pues hoy en día es desinformar y maleducar, digamos que construir una sociedad de borregos, de personas que no piensen, de personas que no analicen, que no tengan análisis crítico.

En cuanto al consumismo ¿Usted cómo lo percibe?

- Bueno, el consumismo pues claramente es una enfermedad que tenemos hoy en día, y esa enfermedad es impuesta muchas veces por los medios de comunicación o todas las veces mejor dicho porque los medios de comunicación son los que están educando a toda una sociedad o maleducando a toda una sociedad atreves de esa herramienta, de todo del internet de la televisión.

Ósea, ¿Usted cree que hoy en día vivimos en una sociedad consumista?

- 
- Si, claramente, claro los medios de comunicación nos venden todo, nos venden lo que tenemos que vestir, comer, como debemos actuar y nos venden todo como debemos pensar, y entonces claro eso es bastante grande.

Y usted cree que digamos, viéndolo desde su punto de vista, o desde el punto de vista suyo o el de un familiar ¿usted ve que las personas están muy influenciadas por esto que nos vende el consumismo?

- Yo creo que sí, claro las personas se ven influenciadas por ejemplo en mi universidad o en mi carrera se ve que las personas están interesadas en más en tener cosas que en hacer cosas, y en la sociedad en general en mi barrio incluso en mi casa también en todo lado.

Bueno, ahondemos un poquito más en esta respuesta ¿de qué manera es en su universidad, barrio y casa?

- de qué manera, bueno por ejemplo en mi universidad se puede evidenciar con la forma de vestir de las persona, nosotros nos vestimos como lo que no somos, nos vestimos como unos gringos, le hacemos caso a todos lo que ellos, hacen, hacemos lo mismo que ellos hacen, tenemos una influencia bastante grande y todo eso no lo venden los medios de comunicación, por ejemplo la forma de vestir, de hablar de comprar las cosas que compramos, compramos celulares caros, eh todas esas cosas. Y de hecho en mi casa también compramos, pues las otras personas comprar celulares caros eh se visten de una manera distinta y así, digamos que mi familia también.

Bueno desde su punto de vista, ¿cuál cree que es el papel de la televisión en su vida y en la sociedad actual, en su grupo de amigos de estudio o de trabajo?

- Es bastante grande e importante, eh como se ha visto lo mismo pues la manera de vestir de hablar la manera de comprar, de consumir se ve

digamos que en todo mi entorno y pues eso también en parte es causado por la televisión, la manera de desinformar, las noticias más que todo y las novelas pues en la manera de actuar de las personas.

¿Usted se identifica con x o y programa visto desde televisión o internet?

- Eh bueno, me identifico más que todo con los documentales vistos desde internet, porque ellos me han enseñado bastante, eh visto documentales de hecho del consumismo, de cómo estamos del medio ambiente, de cómo estamos llevando las cosas, de cómo la humanidad esta llevado las cosas hoy en día, y pues con esos programas me identifico con este tipo de cosas de medios audiovisuales.

¿Porque usted hoy en día prefiere tener internet y no televisión en su casa?

- Bueno, porque la televisión de por si es algo impuesto, es algo que usted tiene que ver y no hay digamos que esa libertad de escoger en que momento lo quiere ver y que es lo que quiere ver, entonces se limita un poco las opciones y es algo que por ejemplo si lo tiene, la internet digamos que amplía esas opciones, usted puede ver lo que usted quiera y en el momento que quiera. Entonces me parece más importante más útil esa herramienta.

Usted ¿está de acuerdo con los aspectos relacionados con el gusto, los deseos, las relaciones con los otros, la necesidad de inclusión o integración, las emociones, el comportamiento y discurso producto de audiovisual?

- Bueno pues es una pregunta bastante grande, el comportamiento de las personas claramente cambia, se ve influenciado porque cambia tu manera de vestir manera de ver las cosas a su manera de pensar su manera de actuar obviamente y todas estas cosas, pues me parece que las cambia pero vida de una manera muy negativa porque los medios de comunicación hoy en día les interesa personas que no piensen pues no

---

todos los medios de comunicación pero si la mayoría y en lo que más se enfoca la gente y lo que más se enfoca la sociedad.

¿Porque cree que los medios de comunicación Busca en que la gente no piense, Y actúe como ellos quieren?

- Pues principalmente Porque a mi manera de ver se está preparando un mundo para los ricos, se está preparando un mundo donde los pobres son los esclavos y los ricos son los que mandan, y digamos que en las últimas décadas se ha mostrado eso, se ha mostrado que la desigualdad aumenta, la clase media se va viendo hacia los pobres O sea la clase media de la sociedad ahora se está volviendo pobre, los ricos se están volviendo más ricos entonces a ellos no les interesa personas que piensen, no les interesan personas que digamos que se pregunten que sean críticos, eso no les interesa porque obviamente eso les va a afectar a ellos porque si las personas empiezan a pensar y empiezan a ver las cosas de una manera distinta y llegan a verlo el mundo que se está preparando para los ricos les va afectar y va a ver un cambio social que a ellos no les conviene Pues por eso mismo.

Hipotéticamente ¿cuál creen que sería ese cambio social que no les conviene a los ricos?

- Bueno el cambio social que se puede ver que incluso se está viendo en América Latina es porque nosotros fuimos apaleados y hasta ahora nos estamos levantando, ese cambio sí que se ve es personas a defender sus derechos a luchar por lo que es de ellos a luchar por lo que nos arrebataron pues ese cambio social se vería en el sentido de que pronto más protestas más manifestaciones obviamente sería positivo porque son personas que están pensando están saliendo a las calles decir lo que

piensan y a mostrar el sistema ese desacuerdo que hay que gobiernan y los que están siendo gobernados.

¿Usted porque cree que la gente se deja tan fácilmente permear por lo que entregan los medios y los programas?

- Bueno porque hoy en día la cultura digamos que no se enfoca mucho en por ejemplo los números que es otra manera de aprender Y de investigar y eso. Buen día entonces no nos enfocamos tanto en los libros nos enfocamos más en este tipo de medios porque el sistema eso es lo que le interesa vender alguna idea rápido y venderla fácil como por ejemplo en un programa de televisión usted no necesita pensar, usted sólo es sentarse y verlo digamos que reflexionar un poco Pero cuando usted tiene un libro usted necesita concentrarse un poco más entender un poco más releer y digamos que hay un ejercicio mental mucho más grande que con cualquier otro medio.

¿Cuál cree que sería usted un buen papel para el contenido los medios de comunicación?

- Bueno Ellos tienen una labor fundamental una labor digamos que vital los medios de comunicación como ya sabemos ellos son los que nos venden todo como te dije hoy en día no hay que hacer lectura entonces todo se enfoca a los medios de comunicación Ellos tienen una tarea bastante grande y pues obviamente las personas que estudian esto todo eso tiene una tarea muy grande que es informar y decir las cosas como son de eso se trata. En decir las cosas como son nosotros no podemos decir unas cosas y no decir otras, ósea todo lo tenemos que decir Y tenemos que dar esa información, no noticias, porque es que la noticia es una mercancía que se vende Para que otro la consuma y la información es algo qué es



---

para que la persona reflexione y tome sus propias decisiones entonces pues esa es la labor de los medios de comunicación, informar.

Ahora anteriormente usted me decía que usted consumir más programas desde la web incluso desde la televisión que eso cambió curso del tiempo que lo hacía desde la televisión y ahora adulto desde la web ¿porque se dio cambio?

- Bueno ese cambio se dio porque digamos que en mi vida empecé alguna Chispita me hizo digamos que reflexionar y empezar a pensar las cosas, empezar a indagarme, empezar a preguntarme de El porqué de las cosas. Entonces me di cuenta que en la televisión lo que hacen es vendernos y convierten lo que te decía a una sociedad de borregos a una sociedad de personas que no piensan y Pues el internet es algo que sí nos permite hacerlo entonces pues es de cambios se dio en mi vida porque básicamente me di cuenta de eso y traté de buscar algo que de verdad Me Informara, que fuera objetivo y pues por eso lo hice.

Usted decía que veía sus programas desde el su computador portátil ¿en qué horario los ve?

- Bueno pues la verdad trato de estar bien informado de todo y entonces Pues lo veo cuando tengo tiempo libre, yo por ejemplo como soy universitario pues yo en mis espacios libres trato de hacerlo cuando no tengo estudio o cosas así de pronto en las noches más que todo lo veo.

Ósea, ¿usted le dedicaría 2 horas al día a estar informado?

- Si dos horas incluso menos porque digamos cuando estoy en parcial se me limita el tiempo libre, Entonces yo diría que un poco menos de 2 horas

¿Cuál es su percepción sobre el papel de los medios audiovisuales ya que usted le gusta mucho la política?

- Bueno la política hoy es una influencia de grande en los medios de comunicación de hecho lo vimos ahorita en el plebiscito en los resultados del plebiscito que se hizo eso es una muestra Clara de que los medios comunicación manipulan a las personas Y de alguna manera les cambian el pensamiento los desinforman de tal manera que las personas hagan lo que los ricos quieren que hagan. Un ejemplo de esos plebiscito que vimos pero casos hay muchísimos en la política realmente hacen ni siquiera se interesen por la política Esa es la labor de los medios de comunicación pues más que todo de la televisión de la radio de los periódicos bueno digamos que medios de comunicación con fines de lucro es tratar de que las personas no se enfoca en tanto en la política mostremos novelas mostremos programas de reggaetón cosas de esas que no tiene nada que ver con la política y de alguna manera no deja que las personas tengan un libre personas pensamiento.

¿Cómo percibe usted la sociedad actual?

- Percibo como algo pues no algo malo pero algo que necesita un cambio yo como algo que necesita, q se ve claramente qué se necesita cambiar ¿porque? Porque la forma de actuar forma como estamos llamando digamos que el cuidado planeta la forma cómo contaminamos, la forma como consumimos, todas esas cosas que compramos, todas las cosas que... Las cosas que pensamos. La forma cómo actuamos, todo pues para mí no todas las personas obviamente pero si la mayoría de las personas necesita un cambio y digamos un cambio siempre brusco porque el tipo de personas que hay hoy en día se ve claramente qué necesita cambiar en muchísimos aspectos

---

¿Cuál es su pensamiento o criterio relativo a los medios de comunicación y en su vida?

- Bueno pues yo creo que lo que te dije de antes bastante influenciado actualmente Pero más que todo por el internet la televisión los periódicos pues obviamente los que son fines de lucro evitar los periódicos del Qhubo o de las noticias Caracol en RCN programas de radio es informar trato de evitarlas y ya todo este tipo de herramientas documentales porque digamos que son mucho más objetivos que un programa de televisión con fines de lucro bueno programas de televisión o programas de radio que no sea con fines de lucro por ejemplo canal capital en Bogotá es un canal público me parece nos debemos enfocar nosotros en lo público porque es que la comunicación Debería ser un derecho es que la comunicación debe ser un derecho pero no estamos tomando... Se apoderaron de todo se apoderaron digamos que... Tienen todo ese poder mediático los ricos Entonces nos están vendiendo basura metiendo basura en la mente herramientas entonces pues sí.

¿Qué programas de televisión cree que deberían presentarse?

- Bueno un programa de televisión primero podría digamos enseñar voy a dar a conocer varias cosas a mí me parece que hoy en día la sociedad necesita bastante enfocarse en la economía digamos enseñar un poco más de economía a las personas porque es que la economía ya no está basada como nosotros la percibimos digamos desde la ignorancia sumar y restar y ya O sea que eso no tenía nada digamos ninguna maldad hoy en día la economía Tiene bastantes formas de engañar a la gente entonces podemos enseñar programas de economía enseñar programas de política la sociedad en general por primera vez conozca en forma de la política y

ser objetivos en ella entonces decir las cosas como son lo que te decía decir la información y no decir la noticia O sea la información y para que la persona desde su punto de vista y desde su criterio genera ideas y haga un ejercicio mental de reflexión saque sus propias conclusiones.

---

Nombre: Anónimo

Edad: 19 años

Lugar de Nacimiento: Bucaramanga

Sexo: Femenino

Barrio de residencia: Barrio Álvarez

Nivel educativo: Universitaria

- Indagar sobre el gusto y preferencias del entrevistado, referente a los programas de televisión, se pregunta sobre el tipo de programas que más le llaman la atención, que personalmente han marcado un impacto durante su vida y/o que han sido objeto de culto personalmente.

**Rta entrevistado:** Bueno yo normalmente no veo muchos programas, mucha televisión, lo poco que veo es la voz a veces cuando estoy en la casa, veo mucho Tigo music, pues siempre pongo música, me gusta Mtv ya no como antes pero veo mucho Mtv, los programas de Reality, aunque me parece que tienen un contenido pesado pues también por eso es que es el horario a partir de las 10 p.m. no dejan un mensaje claro ni bueno porque ehh no me parece asertivo para los niños que vean eso, incitan o lo enseñan a uno a comportarse de una manera diferente y si lo ven niños es peor porque a cuando se es adolescente no se tiene un criterio definido, una personalidad, definida entonces intenta tomar ese tipo de comportamientos, pues no me parece que sea un programa para niños o que dejen positivas pero no sé, son como locos por eso los veo.

Tengo un programa no como impacto sino como que yo creo que puedo tener 50 y si los pasan me voy a quedar viéndolos que son los cuentos de los hermanos

Green y si me despierto temprano y oigo la canción de inicio lo dejo fijo y me lo veo y también el profesor Supero O pues me toca poner señal Colombia y esperar a que lo den y ya, pues son como los dos programas que más veo y marcaron mi infancia, aprendizaje o algo así.

Ahondar en los aspectos relacionados con el gusto (deseos, relaciones con otros, necesidad de inclusión o integración, emociones, comportamiento y discurso propio producto del consumo audiovisual. Indagar sobre el acceso a productos relacionados con la oferta audiovisual, oferta y demanda.

**Rta entrevistado:** uyy claro películas que me hacen chillar como titanic una vaina así ehh o sea si, La Voz, a mí me gusta muchísimo cantar y oír música y cuando veo a un niño tan pequeño que esta allá parada uy juepucha a mí se me eriza la piel cuando hay una voz así espectacular y digo pues que bien, no se el trasfondo de la Voz porque muchas personas que saben de semiótica dicen que eso tiene un trasfondo oferente a la hora de llamar el público por el poder que tienen eso medios yo los veo y para mí son como que juepucha que bien que abran esos espacios para esa gente que les dan la oportunidad de hacerse conocer y de mostrar el talento y que chévere que los Papas los apoyen pues porque a mi jamás me apoyaron nunca entonces me parece súper bien y me impacta, llega un niño o una niña con una voz increíble y a mí se me eriza la piel, me dan ganas de llorar.

- Preguntar sobre el consumo de programas audiovisuales desde la web, el acceso a estas plataformas, si lo hace o no y porqué, retomar sobre la marcha el tópico No. 2, porqué lo consume desde la red. Examinar datos cualitativos como preferencia de plataformas, equipos (Computador, Tablet, Smartphone), horarios.

**Rta entrevistado:** hay veces que me veo, pues ya me la vi toda la de Susana y Elvira y me la veo a veces estoy súper despachada un fin de semana y me la vuelvo a ver desde la temporada 1 hasta la que hay en YouTube, esa es como la serie Web que más me veo, también me veo una serie por Netflix Revenge, pero

no soy así como de ver series y eso por internet quedarme pegada, no pues porque tampoco tengo como los medios para hacerlo, pero tampoco me llama la atención.

Me gusta verlos por la Web porque los puedo repetir las veces que se me da la gana o sea cada que quiero, lo puedo ver, cada que quiera puedo poner el que yo quiera entonces por eso me gusta.

Prefiero un computador, si porque si no encuentro nada en televisión pues sé que fijo en internet sí.

Es muy variado yo por lo general casi nunca estoy en la casa en las noches y pues si algún día estoy yo creo que una vez o dos veces a la semana pero por lo general si me estoy viendo unan novela o algo así pierdo el hilo porque no soy constante a estar viendo televisión a tal hora yo creo que por ahí dos veces por semana.

- Investigar sobre las magnitud del consumo de los programas de televisión, si es en canales nacionales, internacionales y la web.

**Rta entrevistado:**

**Nacionales**

Caracol, señal Colombia, Tigo Music

**Internacionales**

Home and healt, Discovery casi todos los que hay, Mtv,Htv, History channel

**Web**

Netflix y YouTube

- Complementar con la percepción del entrevistado sobre el papel de los medios audiovisuales sobre el medio que lo rodea, el comercio, la moda, la política, la función de la televisión en la sociedad actual.

**Rta entrevistado:** actualmente hay muchos contenidos nefastos no son muy relevantes ni muy constructivos porque igual en eso se ha convertido la sociedad en un consumo absurdo y muy insípido, simple, no le meten un contenido

digamos yo opino que canales como Caracol o RCN deberían pasar un Súper O que nos ayuda a construirnos y nos culturiza un poco, la percepción que tengo es que son medios que se están basando en lo que le gusta a la gente y no va mas allá para ayudarlos y culturalizarlos de una manera diferente.

Una vez vi una entrevista de Perry que decía como “ para los pocos que dicen ay que programas tan malos si eso es lo que a ustedes les gusta” pero yo digo bueno: si nos mostraran algo diferente también nosotros nos abriríamos a mirar a otro tipo de programas.

Entonces creo que el contenido es desinformativo por parte de las noticias en cuanto las novela si los programas son muy cliché, muy cliché, muy populares, pero igual cada medio tiene su tipo de público escogido, dirigido y pues eso es lo que presentan, ese tipo de público es el que consume esas cosas, por eso tampoco veo mucho esa televisión

- Tomar en cuenta el consumismo, cómo lo percibe, si es una persona consumista o si piensa que vive en una sociedad consumista, si existe relación entre los medios audiovisuales y el consumo.

**Rta entrevistado:** No, pero por floja es que prefiero algo como salir a la calle y hacer otra cosa que quedarme en la casa viendo televisión.

Si, consumismo todo el tiempo y no solo hablando del medio sino en general, somos a donde va Vicente nos lleva la gente y nosotros consumimos de tal manera, si considero que somos muy consumistas.

---

Nombre: Johana Santos

Edad: 22 años

Lugar de Nacimiento: Bucaramanga

Sexo: Femenino

Barrio de residencia: Cabecera

Nivel educativo: Universitaria

- Indagar sobre el gusto y preferencias del entrevistado, referente a los programas de televisión, se pregunta sobre el tipo de programas que más le llaman la atención, que personalmente han marcado un impacto durante su vida y/o que han sido objeto de culto personalmente.

**Rta entrevistado:** Televisión no veo mucho, prefiero ver lo que dan en series lo veo por internet, televisión no, pues no tengo tiempo solamente lo que veo por televisión son programas infantiles porque le gustan a mi hija, de hecho todo lo que veo en series e por internet.

Las series infantiles, esas todavía las busco, me gustan me recuerdan como a la infancia como todas esas cosas bonitas, pero no más solo eso. Yo veía Sailor Moon, Candy, Las Guerreras Mágicas, más que todos esos

- Ahondar en los aspectos relacionados con el gusto (deseos, relaciones con otros, necesidad de inclusión o integración, emociones, comportamiento y discurso propio producto del consumo audiovisual. Indagar sobre el acceso a productos relacionados con la oferta audiovisual, oferta y demanda.

**Rta entrevistado:** Si, porque depende del estado de ánimo, a veces uno como que esta aburrido y quiere ver las películas de siempre, como pasarla bien o a veces uno se levanta temprano y busca como ay los programas infantiles que estén dando en la mañana o las películas que uno ve en la noche, si depende del estado de ánimo con el que uno este para buscar los programas.

- Preguntar sobre el consumo de programas audiovisuales desde la web, el acceso a estas plataformas, si lo hace o no y porqué, retomar sobre la marcha el tópico No. 2, porqué lo consume desde la red. Examinar datos cualitativos como preferencia de plataformas, equipos (Computador, Tablet, Smartphone), horarios.

**Rta entrevistado:** Desde la web, es más fácil para mí el horario, verlas por televisión requiere cierto horario y no puedo, entonces verlas por internet lo puedo



---

hacer en cualquier momento. No puedo porque tengo una hija y me quita tiempo, tengo que atenderla y en las noches me acuesto temprano y ya no puedo ver los programas.

- Investigar sobre la magnitud del consumo de los programas de televisión, si es en canales nacionales, internacionales y la web.

**Rta entrevistado:** Veo canales internacionales los nacionales no me gustan porque es la misma programación, puras novelas de narcos o la vida de un artista o los mismos noticieros repetitivos y todo, no, me gusta más los programas internacionales porque las series en si las pasan hay.

Warner, Sony, Universal, CNN.

De la web miro mucho una página que se llama Series Van y ahí encuentro absolutamente todo, entonces todo lo veo por ahí, entonces no tengo que buscar nada más.

- Complementar con la percepción del entrevistado sobre el papel de los medios audiovisuales sobre el medio que lo rodea, el comercio, la moda, la política, la función de la televisión en la sociedad actual.

**Rta entrevistado:** Tienen una gran influencia porque digamos eso es lo que mueve ahorita, la sociedad, todos quieren hacer parte de internet, todos quieren tener un Smartphone de última tecnología para poder acceder a los videos, a la música, los podcast ahora el mundo no se rige solo por lo tradicional que es: la radio y la televisión sino que uno está ya sobre todos los jóvenes que estamos dispuestos a ir mas allá a multimedios, a interactuar con el sistema a que sea más interactivo la relación digamos que con los programas que podamos participar, que podamos opinar, todo eso pues es muy importante lo mueve pero entonces juega un papel importante negativamente porque no se sabe utilizar, porque utilizan lo audiovisual también como para cosas negativas para incentivar a hacker cuentas, el Bullying todo eso.

Hace tres años era importante porque yo no estaba tan pegada al internet ni nada sino que me gustaba pasar las tardes viendo televisión, los fines de semana tele que una película, pero ya después con las obligaciones de la universidad uno empieza como a mermar el tiempo que le dedica a la televisión y ya con una hija no hay tiempo de nada, o sea para ver televisión es lo que a ella le guste ya lo que uno ve es el 5% que le dedicaba antes

- Tomar en cuenta el consumismo, cómo lo percibe, si es una persona consumista o si piensa que vive en una sociedad consumista, si existe relación entre los medios audiovisuales y el consumo.

**Rta entrevistado:** no soy consumista, pues si utilizo las cosas pero normal y si pienso que la sociedad es consumista y precisamente es por eso que salen y salen cada vez más cosas porque la sociedad lo pide.

---

Nombre: Lina Sanabria

Edad: 20 años

Lugar de Nacimiento: Bucaramanga

Sexo: Femenino

Barrio de residencia: Girón

Nivel educativo: Universitaria

- Indagar sobre el gusto y preferencias del entrevistado, referente a los programas de televisión, se pregunta sobre el tipo de programas que más le llaman la atención, que personalmente han marcado un impacto durante su vida y/o que han sido objeto de culto personalmente.

**Rta entrevistado:** No veo mucha televisión, pero veo nat geo, programas de historia, también Animal planet, E, no veo muchos canales regionales ni nacionales. Cuando era niña los programas de manualidades.

- Ahondar en los aspectos relacionados con el gusto (deseos, relaciones con otros, necesidad de inclusión o integración, emociones, comportamiento y discurso propio producto del consumo audiovisual. Indagar sobre el acceso a productos relacionados con la oferta audiovisual, oferta y demanda.

**Rta entrevistado:** Curiosidad digamos que cuando empieza una novela y te metes en la novela llegas a sentir las emociones que te trasmite, felicidad, tristeza angustia, los programas como Animal planet o Nat geo que cuentan lo que está pasando en ciertos países respecto a los animales o a las ciudades, me produce tristeza al comparar pues eso con lo que estamos viviendo aquí en Colombia.

- Preguntar sobre el consumo de programas audiovisuales desde la web, el acceso a estas plataformas, si lo hace o no y porqué, retomar sobre la marcha el tópico No. 2, porqué lo consume desde la red. Examinar datos cualitativos como preferencia de plataformas, equipos (Computador, Tablet, Smartphone), horarios.

**Rta entrevistado:** computador y Smartphone en las noches, 8 de la noche en adelante, me gusta más porque el televisor es lo que está mostrando en el momento en cambio en el computador tú vas directo a lo que estás buscando, quiero ver tal cosa, quiero un programa de esto voy y lo busco directamente y lo veo, no tengo que empezar a hacer Zapping y mirar que es lo que me gusta sino que ya voy directamente a lo que quiero ver.

- Investigar sobre las magnitud del consumo de los programas de televisión, si es en canales nacionales, internacionales y la web.

**Rta entrevistado:** No consumo canales nacionales, pues digamos que de vez en cuando que en mi casa los están viendo como TRO, Caracol, RCN me sienten y veo, no es que los consuma por voluntad propia.

De la web Netflix

- Complementar con la percepción del entrevistado sobre el papel de los medios audiovisuales sobre el medio que lo rodea, el comercio, la moda, la política, la función de la televisión en la sociedad actual.

**Rta entrevistado:** Tiene mucha importancia, la gente lo usa como un referente para su vida cotidiana, digamos que las chicas ven un canal internacional de moda y quieren vestirse como está ahí o un Reality show quieren hacer las cosas que ellos hacen, imitar las palabras, imitar los gestos YouTube es ahora Top de Top todo el mundo lo mira, hasta los más viejos ya buscan lo que desean encontrar entonces también eso afecta e influye en la vida de ellos, en lo que ven.

- Tomar en cuenta el consumismo, cómo lo percibe, si es una persona consumista o si piensa que vive en una sociedad consumista, si existe relación entre los medios audiovisuales y el consumo.

**Rta entrevistado:** Consumo mucha Web, la sociedad es consumista, todo el mundo tiene que tener una televisión, un computador o un celular.

- Buscar información sobre el pensamiento del entrevistado relativo al papel de la televisión en su vida y en la sociedad actual, en su grupo social, trabajo, grupo estudiantil u otros, aspectos identitarios, si se identifica con X o Y programa.

**Rta entrevistado:** En mi vida realmente no es muy importante, pues porque no la consumo, pero digamos que las personas es allí por donde se informan, por donde accionan información principalmente, la televisión te permite entretenerse, te permite estar informado, te permite conocer.

---

Nombre: Anónimo

Edad: 18 años

Lugar de Nacimiento: Valledupar Cesar

Sexo: Femenino

Barrio de residencia: Lagos del Cacique

Nivel educativo: Universitaria

- Indagar sobre el gusto y preferencias del entrevistado, referente a los programas de televisión, se pregunta sobre el tipo de programas que más le llaman la atención, que personalmente han marcado un impacto durante su vida y/o que han sido objeto de culto personalmente.

**Rta entrevistado:** Bueno normalmente me gusta ver series de television de habla norteamericana no se, peliculas, me gusta mucho el cine, no veo casi novelas, lo hago mas que todo en mi tiempo libre, acualmente no veo ningun tipo de programa de television, tambien lo hago por internet, me gusta ver mucho peliculas por interenet, de ocmedia de todo el tpo de accion de miedo, ciencia ficción.

- Ahondar en los aspectos relacionados con el gusto (deseos, relaciones con otros, necesidad de inclusión o integración, emociones, comportamiento y discurso propio producto del consumo audiovisual. Indagar sobre el acceso a productos relacionados con la oferta audiovisual, oferta y demanda.

**Rta entrevistado:** Supongo que si, de pronto no haya caido en cuenta, pero marcan pasos en mi personalidad, supongo que en la cultura que se ven en la television se han trasmitido en mi, yo las he pueto en practica y han formado de mi una parte de mi personalidad. Si he comprado, pero productos de las propagandas que pasan en la mañana, haciendo publicidad a algun producto, los infomerciales, si me veo influenciada por los gustos de los programas pero no compro el producto.

- Preguntar sobre el consumo de programas audiovisuales desde la web, el acceso a estas plataformas, si lo hace o no y porqué, retomar sobre la marcha el tópico No. 2, porqué lo consume desde la red. Examinar datos cualitativos como preferencia de plataformas, equipos (Computador, Tablet, Smartphone), horarios.

**Rta entrevistado:** Me gusta ver mas los programas por la web, porque mis programas favoritos no son de habla hispana o colombiana y lo que sucede es que las series cuando llegan aca a colombia ya estan muy atrasadas y a mi me

gusta ir con el hilo conductor de la serie, porque aca a veces dicen 15 capitulos y 15 capitulos y a mi me gusta verla toda y en internet ya las tienen completas y subtituladas, me gusta verlas subtituladas porque uno aprende mas y ahora aca han tomado la modalidad de que no subtitulan sino que doblan la voz.

- Investigar sobre las magnitud del consumo de los programas de televisión, si es en canales nacionales, internacionales y la web.

**Rta entrevistado:** Me gusta ver programas por la web mas que todo en las noches, los fines de semana sino tengo nada que hacer me dedico todo el dia ver television, es como mi tiempo de pasármela conmigo, es como mi hobbie, me gusta mucho ver televisión, las series, soy muy visual entonces si es por mi yo me pasara todos los días viendo programas de television de mi gusto.

- Complementar con la percepción del entrevistado sobre el papel de los medios audiovisuales sobre el medio que lo rodea, el comercio, la moda, la política, la función de la televisión en la sociedad actual.

**Rta entrvistado:** Ahora en la television pasan muchos programas basura como les digo yo porque son porgramas que no generan ningun interes o algun tipo de conocimiento para los jovenes de ahora y tambiien esa es una de las cosas que repercute en mi, ahora hay muchos shows televisivos que ponen a tantas personas a beber en una casa y actuar y son porgramas que no le están generando ningún tipo de aprendizaje a los jóvenes, entonces han retirado muchos programas interesantes de la television, actualmente no aporta nada positivo, hay programas que si pero son mas que todo para ciertos tipo de gustos audiovisuales, no todo el mundo va a ver un documental sobre animales, no todo el mundo ve documentales sobre violaciones, no todo el mundo ve programas sobre violaciones o sobre ciencia, son cosas que van en el gusto de cada persona.

- Tomar en cuenta el consumismo, cómo lo percibe, si es una persona consumista o si piensa que vive en una sociedad consumista, si existe relación entre los medios audiovisuales y el consumo.

**Rta entrevistado:** No me considero consumista, actualmente no, los tipos de programa que yo veo son muy selectivos, son unos cuantos antes si puedo decir que consumía todo tipo de televisión o sea todo tipo de programas que salían, pero ahora soy tan activa visualmente en la televisión.

No bueno depende porque si es por televisión ahora podemos consumir televisión por varios medios ahora con la tecnología de ahora, con los smartphone, si quiero verme una película una serie, un programa que se que lo transmiten por internet, pues yo busco en link, la página y me lo veo por internet, ya que siempre está más adelantado y no, no considero que la comunidad sea consumista de televisión sino de tecnología

- Buscar información sobre el pensamiento del entrevistado relativo al papel de la televisión en su vida y en la sociedad actual, en su grupo social, trabajo, grupo estudiantil u otros, aspectos identitarios, si se identifica con X o Y programa.

**Rta entrevistado:** No me identifico con un programa de televisión, normalmente me gusta ver programas de comedias y ojalá mi vida fuera una comedia pero no, la vida es más difícil jaja pero si han influido bastantes cosas de los programas que he visto como te había dicho anteriormente, si ha influido en mí, en mi forma de ser, de actuar.





## **C. Anexo: Plantillas de análisis de contenidos**

## El Desafío:

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	Captulo 61
Duración	44 min 10 seg
Género	Reality show
Fecha de Emisión	4 de octubre de 2016
Guionistas	NA
Dirección	NA
Canal	Caracol
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
Sinopsis	Desafío de salvación, lucha por brazalete de protección.
Trama principal	Pruebas individuales para determinar quién se salva de ser eliminado del concurso, Ángel gana prueba de salvación y sentencia a Karoline a desafío a muerte, Jeysson sentenciado por votación de los participantes.
Subtramas	Pelea de Karoline con Jeyson, tensión en casa Fit.
Narrador	Protagonistas del reality.
Personajes principales del episodio	Ángel Jesús Arregoces, Augusto "Tin" Castro, Julián Duarte, María Clara Ceballos, Milena Salcedo, Jeysson "Jey" Monroy, Valentina Villamizar, Karoline Rodríguez.
Personajes secundarios del episodio	NA.
Estructura narrativa de la historia	Narración tipo documental, con declaraciones de los personajes ante la cámara.
Características estructurales de la historia.	Historia lineal, se usan técnicas de cámaras para dar más movimiento a las tomas.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
Género	Reality show
Estilo	Documental
Localizaciones	Playas de Trinidad y Tobago, Casa Fit.
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Música rock pesado, electrónica, música de suspenso y acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
Relación del título con el argumento	NA
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	NA
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Se notan referencias a marcas deportivas, en los implementos de cada uno de los participantes, marcas como Reebok, Nike, Under Armour, Converse. Lucha de personajes de diferentes regiones del país, según lo acordado en el guión, se encuentran rasgos regionalistas en cada uno de los participantes, lo que genera apego por parte del espectador, según su región de origen. Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Dialectos colombianos, paisa, costeño, cachacho, santandereano.
Productos de consumo y modas	marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	No se encuentran en este capítulo.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit. Culto al cuerpo.
Aspectos identitarios, basados en el concepto de la agenda Setting	Rasgos regionalistas en cada uno de los personajes, la moda fitness, al mostrar que saludable permanecer en forma.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Apego a Valentina, única santandereana presente en este tramo del juego.

<b>DATOS DEL CAPÍTULO</b>	
<b>Episodio</b>	Capítulo 62
<b>Duración</b>	44 min 10 seg
<b>Género</b>	Reality show
<b>Fecha de Emisión</b>	5 de octubre de 2016
<b>Guionistas</b>	NA
<b>Dirección</b>	NA
<b>Canal</b>	Caracol
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
<b>Sinopsis</b>	Desafío a muerte entre Jeysson y Karoline.
<b>Trama principal</b>	Prueba uno a uno para determinar quién permanece en el juego, Karoline queda eliminada del juego.
<b>Subtramas</b>	Pelea de Karoline con Jeyson, tensión en casa Fit.
<b>Narrador</b>	Protagonistas del reality.
<b>Personajes principales del episodio</b>	Jeysson "Jey" Monroy, Karoline Rodríguez.
<b>Personajes secundarios del episodio</b>	Ángel Jesús Arregoces, Augusto "Tin" Castro, Julián Duarte, María Clara Ceballos, Milena Salcedo, Valentina Villamizar.
<b>Estructura narrativa de la historia</b>	Narración tipo documental, con declaraciones de los personajes ante la cámara.
<b>Características estructurales de la historia.</b>	Historia lineal, se usan técnicas de cámaras para dar más movimiento a las tomas.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
<b>Género</b>	Reality show
<b>Estilo</b>	Documental
<b>Localizaciones</b>	Playas de Trinidad y Tobago, Casa Fit.
<b>Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros</b>	Música rock pesado, electrónica, música de suspenso y acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
<b>Relación del título con el argumento</b>	NA
<b>Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.</b>	NA
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Se notan referencias a marcas deportivas, en los implementos de cada uno de los participantes, marcas como Reebok, Nike, Under Armour, Converse. Propaganda a marca Pedalyte. Ángel utiliza con Jeysson la frase "que la fuerza te acompañe", frase de Star Wars. En la prueba del día los participantes utilizan cámaras de acción GoPro.	
<b>Lenguaje, términos y palabras utilizadas</b>	Dialectos colombianos, paisa, costeño, cachacho, santandereano. Ángel utiliza con Jeysson la frase "que la fuerza te acompañe", frase de Star Wars.
<b>Productos de consumo y modas</b>	marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, cámaras de acción GoPro.
<b>Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.</b>	No se encuentran en este capítulo.
<b>Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.</b>	Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit. Culto al cuerpo.
<b>Aspectos identitarios, basados en el concepto de la agenda Setting</b>	Rasgos regionalistas en cada uno de los personajes, la moda fitness, al mostrar que saludable permanecer en forma.
<b>Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.</b>	Apego a Valentina, única santanderana presente en este tramo del juego.

<b>DATOS DEL CAPÍTULO</b>	
<b>Episodio</b>	Capítulo 63
<b>Duración</b>	21 minutos
<b>Género</b>	Reality show
<b>Fecha de Emisión</b>	6 de octubre de 2016
<b>Guionistas</b>	NA
<b>Dirección</b>	NA
<b>Canal</b>	Caracol
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
<b>Sinopsis</b>	Juegos de hambre, premio en dinero y cena especial
<b>Trama principal</b>	Pruebas individuales por premio especial de 10 millones y cena para dos personas. Ganadora valentina, comparte una paella con María Clara.
<b>Subtramas</b>	NA.
<b>Narrador</b>	Protagonistas del reality.
<b>Personajes principales del episodio</b>	Ángel Jesús Arregoces, Augusto "Tin" Castro, Julián Duarte, María Clara Ceballos, Milena Salcedo, Jeysson "Jey" Monroy, Valentina Villamizar.
<b>Personajes secundarios del episodio</b>	NA.
<b>Estructura narrativa de la historia</b>	Narración tipo documental, con declaraciones de los personajes ante la cámara.
<b>Características estructurales de la historia.</b>	Historia lineal, se usan técnicas de cámaras para dar más movimiento a las tomas.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
<b>Género</b>	Reality show
<b>Estilo</b>	Documental
<b>Localizaciones</b>	Playas de Trinidad y Tobago, Casa Fit.
<b>Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros</b>	Música rock pesado, electrónica, música de suspenso y acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
<b>Relación del título con el argumento</b>	NA
<b>Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.</b>	NA
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Se notan referencias a marcas deportivas, en los implementos de cada uno de los participantes, marcas como Reebok, Nike, Under Armour, Converse. Primer plano de marca reebok en zapatos de Valentina.	
<b>Lenguaje, términos y palabras utilizadas</b>	Dialectos colombianos, paisa, costeño, cachacho, santandereano.
<b>Productos de consumo y modas</b>	marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, cámaras de acción GoPro.
<b>Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.</b>	No se encuentran en este capítulo.
<b>Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.</b>	Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit. Culto al cuerpo.
<b>Aspectos identitarios, basados en el concepto de la agenda Setting</b>	Rasgos regionalistas en cada uno de los personajes, la moda fitness, al mostrar que es saludable permanecer en forma.
<b>Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.</b>	Apego a Valentina, única santandereana presente en este tramo del juego.

<b>DATOS DEL CAPÍTULO</b>	
<b>Episodio</b>	Capítulo 64
<b>Duración</b>	44 min 10 seg
<b>Género</b>	Reality show
<b>Fecha de Emisión</b>	7 de octubre de 2016
<b>Guionistas</b>	NA
<b>Dirección</b>	NA
<b>Canal</b>	Caracol
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
<b>Sinopsis</b>	Desafío de salvación, lucha por brazaletes de protección.
<b>Trama principal</b>	Pruebas individuales para determinar quién se salva de ser eliminado del concurso, Jeysson como ganador del último desafío a muerte, tiene la ventaja de dar como carga una cadena de 20 kg al participante que escoja. Jeysson escoge a Tin para que la lleve. Ángel gana desafío de salvación. Se sentencia a Valentina y a Tin para desafío a muerte.
<b>Subtramas</b>	NA
<b>Narrador</b>	Protagonistas del reality.
<b>Personajes principales del episodio</b>	Ángel Jesús Arregoces, Augusto "Tin" Castro, Julián Duarte, María Clara Ceballos, Milena Salcedo, Jeysson "Jey" Monroy, Valentina Villamizar.
<b>Personajes secundarios del episodio</b>	NA.
<b>Estructura narrativa de la historia</b>	Narración tipo documental, con declaraciones de los personajes ante la cámara.
<b>Características estructurales de la historia.</b>	Historia lineal, se usan técnicas de cámaras para dar más movimiento a las tomas.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
<b>Género</b>	Reality show
<b>Estilo</b>	Documental
<b>Localizaciones</b>	Playas de Trinidad y Tobago, Casa Fit.
<b>Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros</b>	Música rock pesado, electrónica, música de suspenso y acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
<b>Relación del título con el argumento</b>	NA
<b>Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.</b>	NA
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Se notan referencias a marcas deportivas, en los implementos de cada uno de los participantes, marcas como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, Propaganda de Pedialyte. Asociaciones sentimentales con el público, mediante mensaje de familiares a la participante Milena.	
<b>Lenguaje, términos y palabras utilizadas</b>	Dialectos colombianos, paisa, costeño, cachacho, santandereano.
<b>Productos de consumo y modas</b>	marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, cámaras de acción GoPro.
<b>Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.</b>	Uso de suero Pedialyte, la empresa quiere mostrar que se puede usar también para rehidratar el cuerpo después de hacer ejercicio, y no sólo cuando se está enfermo.
<b>Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.</b>	Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit. Culto al cuerpo.
<b>Aspectos identitarios, basados en el concepto de la agenda Setting</b>	Rasgos regionalistas en cada uno de los personajes, la moda fitness, al mostrar que es saludable permanecer en forma.
<b>Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.</b>	Apego a Valentina, única santandereana presente en este tramo del juego. Asociaciones sentimentales con el público, mediante mensaje de familiares a la participante Milena.

DATOS DEL CAPÍTULO	
<b>Episodio</b>	Capítulo 65
<b>Duración</b>	43 min 53 seg
<b>Género</b>	Reality show
<b>Fecha de Emisión</b>	10 de octubre de 2016
<b>Guionistas</b>	NA
<b>Dirección</b>	NA
<b>Canal</b>	Caracol
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
<b>Sinopsis</b>	Desafío a muerte entre Valentina y Tin.
<b>Trama principal</b>	Prueba uno a uno para determinar quién permanece en el juego, Valentina queda eliminada del juego.
<b>Subtramas</b>	Entrenamiento con entrenador fitness de Trinidad y Tobago.
<b>Narrador</b>	Protagonistas del reality.
<b>Personajes principales del episodio</b>	Valentina Villamizar, Augusto "Tin" Castro
<b>Personajes secundarios del episodio</b>	Ángel Jesús Arregoces, Julián Duarte, María Clara Ceballos, Milena Salcedo.
<b>Estructura narrativa de la historia</b>	Narración tipo documental, con declaraciones de los personajes ante la cámara.
<b>Características estructurales de la historia.</b>	Historia lineal, se usan técnicas de cámaras para dar más movimiento a las tomas.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
<b>Género</b>	Reality show
<b>Estilo</b>	Documental
<b>Localizaciones</b>	Playas de Trinidad y Tobago, Casa Fit.
<b>Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros</b>	Música rock pesado, electrónica, música de suspenso y acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
<b>Relación del título con el argumento</b>	NA
<b>Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.</b>	NA
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Se notan referencias a marcas deportivas, en los implementos de cada uno de los participantes, marcas como Reebok, Nike, Under Armour, Converse. Se muestra paquete de harina marca Doñarepa.	
<b>Lenguaje, términos y palabras utilizadas</b>	Dialectos colombianos, paisa, costeño, cachacho, santandereano.
<b>Productos de consumo y modas</b>	marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, cámaras de acción GoPro. Harina Doñarepa.
<b>Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.</b>	No se encuentran en este capítulo.
<b>Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.</b>	Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit. Culto al cuerpo.
<b>Aspectos identitarios, basados en el concepto de la agenda Setting</b>	Rasgos regionalistas en cada uno de los personajes, la moda fitness, al mostrar que es saludable permanecer en forma.
<b>Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.</b>	Apego a Valentina, única santandereana presente en este tramo del juego, queda eliminada del juego.

<b>DATOS DEL CAPÍTULO</b>	
<b>Episodio</b>	Capítulo 66
<b>Duración</b>	44 min 09 seg
<b>Género</b>	Reality show
<b>Fecha de Emisión</b>	12 de octubre de 2016
<b>Guionistas</b>	NA
<b>Dirección</b>	NA
<b>Canal</b>	Caracol
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
<b>Sinopsis</b>	Juegos de hambre, premio en dinero y cena especial
<b>Trama principal</b>	Pruebas individuales por premio especial de 20 millones y cena para dos personas. Ganador Julián, reparte premio entre Milena, Jeysson y él, además dos millones para donación.
<b>Subtramas</b>	Rutina de ejercicio militar, no participa Jeysson porque según él está lesionado.
<b>Narrador</b>	Protagonistas del reality.
<b>Personajes principales del episodio</b>	Ángel Jesús Arregoces, Augusto "Tin" Castro, Julián Duarte, María Clara Ceballos, Milena Salcedo, Jeysson "Jey" Monroy.
<b>Personajes secundarios del episodio</b>	NA.
<b>Estructura narrativa de la historia</b>	Narración tipo documental, con declaraciones de los personajes ante la cámara.
<b>Características estructurales de la historia.</b>	Historia lineal, se usan técnicas de cámaras para dar más movimiento a las tomas.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
<b>Género</b>	Reality show
<b>Estilo</b>	Documental
<b>Localizaciones</b>	Playas de Trinidad y Tobago, Casa Fit.
<b>Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros</b>	Música rock pesado, electrónica, música de suspenso y acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
<b>Relación del título con el argumento</b>	NA
<b>Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.</b>	NA
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Se notan referencias a marcas deportivas, en los implementos de cada uno de los participantes, marcas como Reebok, Nike, Under Armour, Converse. Comercial de Pedialyte, durante la competencia los participantes toman de este producto. Se muestra consumo de alimentos saludables como la quinoa.	
<b>Lenguaje, términos y palabras utilizadas</b>	Dialectos colombianos, paisa, costeño, cachacho, santandereano.
<b>Productos de consumo y modas</b>	marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, cámaras de acción GoPro.
<b>Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.</b>	No se encuentran en este capítulo.
<b>Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.</b>	Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit. Consumo de alimentos saludables. Culto al cuerpo.
<b>Aspectos identitarios, basados en el concepto de la agenda Setting</b>	Rasgos regionalistas en cada uno de los personajes, la moda fitness, al mostrar que es saludable permanecer en forma.
<b>Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.</b>	Identificación con personajes según gusto y región de cada uno de ellos.

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	Capítulo 67
Duración	43 min 53 seg
Género	Reality show
Fecha de Emisión	13 de octubre de 2016
Guionistas	NA
Dirección	NA
Canal	Caracol
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
Sinopsis	Desafío de salvación, lucha por brazalete de protección.
Trama principal	Pruebas individuales para determinar quién se salva de ser eliminado del concurso, Tin como ganador del último desafío a muerte, tiene la ventaja de dar como carga una cadena de 20 kg al participante que escoja. Tin escoge a Jeysson para que la lleve. Tin gana desafío de salvación. Se sentencia a Jeysson y Ángel para desafío a muerte.
Subtramas	Tensión entre Ángel y el grupo de los cachacos, integrantes van a spa y barbería.
Narrador	Protagonistas del reality.
Personajes principales del episodio	Ángel Jesús Arregoces, Augusto "Tin" Castro, Julián Duarte, María Clara Ceballos, Milena Salcedo, Jeysson "Jey" Monroy.
Personajes secundarios del episodio	NA.
Estructura narrativa de la historia	Narración tipo documental, con declaraciones de los personajes ante la cámara.
Características estructurales de la historia.	Historia lineal, se usan técnicas de cámaras para dar más movimiento a las tomas.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
Género	Reality show
Estilo	Documental
Localizaciones	Playas de Trinidad y Tobago, Casa Fit.
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Música rock pesado, electrónica, música de suspenso y acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
Relación del título con el argumento	NA
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	NA
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Sesión de Spa y barbería, vista de cuidado personal.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Dialectos colombianos, paisa, costeño, cachacho.
Productos de consumo y modas	marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, cámaras de acción GoPro.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	No se encuentran en este capítulo.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit. Consumo de alimentos saludables, cuidado personal en Spa. Culto al cuerpo.
Aspectos identitarios, basados en el concepto de la agenda Setting	Rasgos regionalistas en cada uno de los personajes, la moda fitness, al mostrar que es saludable permanecer en forma.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con personajes según gusto y región de cada uno de ellos.



<b>DATOS DEL CAPÍTULO</b>	
<b>Episodio</b>	Capítulo 68
<b>Duración</b>	44 min 10 seg
<b>Género</b>	Reality show
<b>Fecha de Emisión</b>	14 de octubre de 2016
<b>Guionistas</b>	NA
<b>Dirección</b>	NA
<b>Canal</b>	Caracol
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
<b>Sinopsis</b>	Desafío a muerte entre Jeysson y Ángel
<b>Trama principal</b>	Prueba uno a uno para determinar quién permanece en el juego, Jeysson queda eliminado del juego.
<b>Subtramas</b>	Visita de espiritista nativo, les adivina asuntos de su futuro y su pasado.
<b>Narrador</b>	Protagonistas del reality.
<b>Personajes principales del episodio</b>	Ángel Jesús Arregoces, Jeysson Monroy.
<b>Personajes secundarios del episodio</b>	Julián Duarte, María Clara Ceballos, Milena Salcedo, Augusto "Tin" Castro
<b>Estructura narrativa de la historia</b>	Narración tipo documental, con declaraciones de los personajes ante la cámara.
<b>Características estructurales de la historia.</b>	Historia lineal, se usan técnicas de cámaras para dar más movimiento a las tomas.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
<b>Género</b>	Reality show
<b>Estilo</b>	Documental
<b>Localizaciones</b>	Playas de Trinidad y Tobago, Casa Fit.
<b>Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros</b>	Música rock pesado, electrónica, música de suspenso y acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
<b>Relación del título con el argumento</b>	NA
<b>Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.</b>	NA
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Connotación espiritista en visita de santero a la casa Fit.	
<b>Lenguaje, términos y palabras utilizadas</b>	Dialectos colombianos, paisa, costeño, cachacho.
<b>Productos de consumo y modas</b>	marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, cámaras de acción GoPro.
<b>Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.</b>	Invitación a fenómenos metafísicos, sobrenaturales.
<b>Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.</b>	Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit. Consumo de alimentos saludables. Culto al cuerpo.
<b>Aspectos identitarios, basados en el concepto de la agenda Setting</b>	Rasgos regionalistas en cada uno de los personajes, la moda fitness, al mostrar que es saludable permanecer en forma.
<b>Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.</b>	Identificación con personajes según gusto y región de cada uno de ellos.

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	Capítulo 69
Duración	44 min 02 seg
Género	Reality show
Fecha de Emisión	18 de octubre de 2016
Guionistas	NA
Dirección	NA
Canal	Caracol
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
Sinopsis	Juegos de hambre, premio en dinero y cena especial
Trama principal	Pruebas individuales por premio especial de 30 millones y cena para dos personas. Ganador Julián, invita a Tin a cenar.
Subtramas	Rutina de ejercicio de velocidad con paracaídas, cambio de alimentación con productos alimenticios.
Narrador	Protagonistas del reality.
Personajes principales del episodio	Ángel Jesús Arregoces, Augusto "Tin" Castro, Julián Duarte, María Clara Ceballos, Milena Salcedo.
Personajes secundarios del episodio	NA.
Estructura narrativa de la historia	Narración tipo documental, con declaraciones de los personajes ante la cámara.
Características estructurales de la historia.	Historia lineal, se usan técnicas de cámaras para dar más movimiento a las tomas.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
Género	Reality show
Estilo	Documental
Localizaciones	Playas de Trinidad y Tobago, Casa Fit.
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Música rock pesado, electrónica, música de suspenso y acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
Relación del título con el argumento	NA
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	NA
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Se muestran marcas de productos alimenticios para atletas, marca SIS, dulces marca Nectar y productos marca MET-RX. Se muestra también un sombrero vueltiao, como regalo a uno de los participantes.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Dialectos colombianos, paisa, costeño, cachacho.
Productos de consumo y modas	marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, cámaras de acción GoPro. Se muestran marcas de productos alimenticios para atletas, marca SIS, dulces marca Nectar y productos marca MET-RX. Se muestra también un sombrero vueltiao, como regalo a uno de los participantes.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	No se encuentran en este capítulo.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit. Consumo de alimentos saludables. Culto al cuerpo.
Aspectos identitarios, basados en el concepto de la agenda Setting	Rasgos regionalistas en cada uno de los personajes, la moda fitness, al mostrar que es saludable permanecer en forma.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con personajes según gusto y región de cada uno de ellos.

<b>DATOS DEL CAPÍTULO</b>	
<b>Episodio</b>	Capítulo 70
<b>Duración</b>	43 min 54 seg
<b>Género</b>	Reality show
<b>Fecha de Emisión</b>	19 de octubre de 2016
<b>Guionistas</b>	NA
<b>Dirección</b>	NA
<b>Canal</b>	Caracol
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
<b>Sinopsis</b>	Desafío de salvación, lucha por brazaletes de protección.
<b>Trama principal</b>	Pruebas individuales para determinar quién se salva de ser eliminado del concurso, Ángel como ganador del último desafío a muerte, tiene la ventaja de dar como carga una cadena de 20 kg al participante que escoja. Ángel escoge a Julián para que la lleve. Ángel gana desafío de salvación. Se sentencia a Julián y Milena para desafío a muerte. Milena queda eliminada.
<b>Subtramas</b>	NA.
<b>Narrador</b>	Protagonistas del reality.
<b>Personajes principales del episodio</b>	Ángel Jesús Arregoces, Augusto "Tin" Castro, Julián Duarte, María Clara Ceballos, Milena Salcedo.
<b>Personajes secundarios del episodio</b>	NA.
<b>Estructura narrativa de la historia</b>	Narración tipo documental, con declaraciones de los personajes ante la cámara.
<b>Características estructurales de la historia.</b>	Historia lineal, se usan técnicas de cámaras para dar más movimiento a las tomas.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
<b>Género</b>	Reality show
<b>Estilo</b>	Documental
<b>Localizaciones</b>	Playas de Trinidad y Tobago, Casa Fit.
<b>Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros</b>	Música rock pesado, electrónica, música de suspenso y acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
<b>Relación del título con el argumento</b>	NA
<b>Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.</b>	NA
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Parte sentimental, al recibir María Clara video de parte de su familia.	
<b>Lenguaje, términos y palabras utilizadas</b>	Dialectos colombianos, paisa, costeño, cachacho.
<b>Productos de consumo y modas</b>	marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, cámaras de acción GoPro.
<b>Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.</b>	No se encuentran en este capítulo.
<b>Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.</b>	Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit. Consumo de alimentos saludables. Culto al cuerpo.
<b>Aspectos identitarios, basados en el concepto de la agenda Setting</b>	Rasgos regionalistas en cada uno de los personajes, la moda fitness, al mostrar que es saludable permanecer en forma.
<b>Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.</b>	Identificación con personajes según gusto y región de cada uno de ellos. Parte sentimental, al recibir María Clara video de parte de su familia. Milena queda eliminada del juego.

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	Capítulo 71
Duración	44 min 08 seg
Género	Reality show
Fecha de Emisión	20 de octubre de 2016
Guionistas	NA
Dirección	NA
Canal	Caracol
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	desafío de salvación, se definen los dos primeros cupos a la semifinal
Trama principal	Pruebas individuales para determinar quién se salva de ser eliminado del concurso, Julián como ganador del último desafío a muerte, tiene la ventaja de dar como carga una cadena de 20 kg al participante que escoja. Julián escoge a Ángel para que la lleve. Tin y Ángel consiguen los dos primeros cupos de la semifinal. Se sentencia a Julián y María Clara para desafío a muerte.
Subtramas	Entrenamiento individual, un barman les prepara bebidas a los participantes.
Narrador	Protagonistas del reality.
Personajes principales del episodio	Ángel Jesús Arregoces, Augusto "Tin" Castro, Julián Duarte, María Clara Ceballos.
Personajes secundarios del episodio	NA
Estructura narrativa de la historia	Narración tipo documental, con declaraciones de los personajes ante la cámara.
Características estructurales de la historia.	Historia lineal, se usan técnicas de cámaras para dar más movimiento a las tomas.
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Reality show
Estilo	Documental
Localizaciones	Playas de Trinidad y Tobago, Casa Fit.
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Música rock pesado, electrónica, música de suspenso y acción.
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	NA
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	NA
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
La producción lleva un barman a la casa fitness, se consumen bebidas alcohólicas.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Dialectos colombianos, paisa, costeño, cachacho.
Productos de consumo y modas	marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, cámaras de acción GoPro.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	Propaganda al consumo de bebidas alcohólicas.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit. Consumo de alimentos saludables. Culto al cuerpo.
Aspectos identitarios, basados en el concepto de la agenda Setting	Rasgos regionalistas en cada uno de los personajes, la moda fitness, al mostrar que es saludable permanecer en forma.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con personajes según gusto y región de cada uno de ellos.

<b>DATOS DEL CAPÍTULO</b>	
<b>Episodio</b>	Capítulo 72
<b>Duración</b>	43 min 54 seg
<b>Género</b>	Reality show
<b>Fecha de Emisión</b>	21 de octubre de 2016
<b>Guionistas</b>	NA
<b>Dirección</b>	NA
<b>Canal</b>	Caracol
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
<b>Sinopsis</b>	Desafío a muerte entre Julián y María Clara.
<b>Trama principal</b>	Prueba a muerte entre Julián María Clara, Julián sale vencedor de la prueba. María Clara es eliminada.
<b>Subtramas</b>	Después de la despedida de María Clara, familiares de Julián, Ángel y Tin vienen de visita a casa Fit.
<b>Narrador</b>	Protagonistas del reality.
<b>Personajes principales del episodio</b>	Julián Duarte, María Clara Ceballos.
<b>Personajes secundarios del episodio</b>	Ángel Jesús Arregoces, Augusto "Tin" Castro.
<b>Estructura narrativa de la historia</b>	Narración tipo documental, con declaraciones de los personajes ante la cámara.
<b>Características estructurales de la historia.</b>	Historia lineal, se usan técnicas de cámaras para dar más movimiento a las tomas.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
<b>Género</b>	Reality show
<b>Estilo</b>	Documental
<b>Localizaciones</b>	Playas de Trinidad y Tobago, Casa Fit.
<b>Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros</b>	Música rock pesado, electrónica, música de suspenso y acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
<b>Relación del título con el argumento</b>	NA
<b>Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.</b>	NA
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Pruebas físicas, culto al cuerpo.	
<b>Lenguaje, términos y palabras utilizadas</b>	Dialectos colombianos, paisa, costeño, cachacho.
<b>Productos de consumo y modas</b>	marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, cámaras de acción GoPro.
<b>Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.</b>	no se encuentran en este capítulo
<b>Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.</b>	Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit. Consumo de alimentos saludables. Culto al cuerpo.
<b>Aspectos identitarios, basados en el concepto de la agenda Setting</b>	Rasgos regionalistas en cada uno de los personajes, la moda fitness, al mostrar que es saludable permanecer en forma.
<b>Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.</b>	Identificación con personajes según gusto y región de cada uno de ellos. Eliminación de María Clara.

<b>DATOS DEL CAPÍTULO</b>	
<b>Episodio</b>	Capítulo 73
<b>Duración</b>	43 min 54 seg
<b>Género</b>	Reality show
<b>Fecha de Emisión</b>	24 de octubre de 2016
<b>Guionistas</b>	NA
<b>Dirección</b>	NA
<b>Canal</b>	Caracol
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
<b>Sinopsis</b>	Semifinal desafío superhumanos
<b>Trama principal</b>	Prueba para definir los dos finalistas del desafío super humanos 2016. Ángel y Tin son los dos finalistas.
<b>Subtramas</b>	NA.
<b>Narrador</b>	Protagonistas del reality.
<b>Personajes principales del episodio</b>	Ángel Jesús Arregoces, Augusto "Tin" Castro, Julián Duarte.
<b>Personajes secundarios del episodio</b>	NA
<b>Estructura narrativa de la historia</b>	Narración tipo documental, con declaraciones de los personajes ante la cámara.
<b>Características estructurales de la historia.</b>	Historia lineal, se usan técnicas de cámaras para dar más movimiento a las tomas.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
<b>Género</b>	Reality show
<b>Estilo</b>	Documental
<b>Localizaciones</b>	Playas de Trinidad y Tobago, Casa Fit.
<b>Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros</b>	Música rock pesado, electrónica, música de suspenso y acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
<b>Relación del título con el argumento</b>	NA
<b>Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.</b>	NA
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Implicaciones familiares, familiares de los concursantes participan en el capítulo.	
<b>Lenguaje, términos y palabras utilizadas</b>	Dialectos colombianos, paisa, costeño, cachacho.
<b>Productos de consumo y modas</b>	marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, cámaras de acción GoPro.
<b>Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.</b>	no se encuentran en este capítulo
<b>Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.</b>	Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit. Consumo de alimentos saludables. Culto al cuerpo.
<b>Aspectos identitarios, basados en el concepto de la agenda Setting</b>	Rasgos regionalistas en cada uno de los personajes, la moda fitness, al mostrar que es saludable permanecer en forma.
<b>Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.</b>	Identificación con personajes según gusto y región de cada uno de ellos. Eliminación de Julián. Implicaciones familiares, familiares de los concursantes participan en el capítulo.

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	Capítulo 74
Duración	44 min 10 seg
Género	Reality show
Fecha de Emisión	25 de octubre de 2016
Guionistas	NA
Dirección	NA
Canal	Caracol
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
Sinopsis	Final desafío Superhumanos
Trama principal	Prueba para definir los dos finalistas del desafío super humanos 2016. Angel gana el desafío 2016.
Subtramas	NA
Narrador	Protagonistas del reality.
Personajes principales del episodio	Ángel Jesús Arregoces, Augusto "Tin" Castro.
Personajes secundarios del episodio	Resto del elenco, completo.
Estructura narrativa de la historia	Narración tipo documental, con declaraciones de los personajes ante la cámara.
Características estructurales de la historia.	Historia lineal, se usan técnicas de cámaras para dar más movimiento a las tomas.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
Género	Reality show
Estilo	Documental
Localizaciones	Playas de Trinidad y Tobago, Casa Fit.
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Música rock pesado, electrónica, música de suspenso y acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
Relación del título con el argumento	NA
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	NA
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Final en vivo desde los estudios de caracol en Bogotá, se realiza las pruebas en vivo, se promociona la Voz Teens y el próximo Desafío, La Urbe.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Dialectos colombianos, paisa, costeño, cachacho, santadereano, valluno.
Productos de consumo y modas	marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, cámaras de acción GoPro.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	Propaganda a nuevos concursos del canal Caracol.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit. Consumo de alimentos saludables. Culto al cuerpo.
Aspectos identitarios, basados en el concepto de la agenda Setting	Rasgos regionalistas en cada uno de los personajes, la moda fitness, al mostrar que es saludable permanecer en forma.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con personajes según gusto y región de cada uno de ellos. Final del concurso, muchos no tomaron a bien al ganador.

## Análisis de The Walking Dead:

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	6X09 "No way out"
Duración	
Género	Ciencia ficción
Fecha de Emisión	14 de febrero de 2016
Guionistas	Seth Hoffman
Dirección	Greg Nicotero
Canal	FOX
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	Daryl, Sasha y Abraham atacan a los Savivors, y se van para Alejandría a ayudar a sus compañeros en el asedio de los caminantes.  Sam se desespera y se detiene entre los zombies, que lo atacan. Atacan a su mamá y mueren. Ron enfurece e intenta dispararle a Rick culpándolo de la muerte de su madre y hermano, pero Michonne lo asestina, aunque alcanza a disparar y hiere a Carl en el ojo. Se inicia lucha contra los zombies, llegan los refuerzos y logran salvar el día.
Trama principal	Asedio de zombies a Alejandría
Subtramas	Muerte de Sam, Jessie y Ron, inicio de rivalidad contra los savivors y Negan.
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Andrew Lincoln como Rick Grimes. Norman Reedus como Daryl Dixon. Steven Yeun como Glenn Rhee. Lauren Cohan como Maggie Greene. Chandler Riggs como Carl Grimes. Danai Gurira como Michonne. Melissa McBride como Carol Peletier. Michael Cudlitz como Abraham Ford. Lennie James como Morgan Jones. Sonequa Martin-Green como Sasha.
Personajes secundarios del episodio	Josh McDermitt como Eugene Porter. Christian Serratos como Rosita Espinosa. Alanna Masterson como Tara Chambler. Seth Gilliam como Padre Gabriel Stokes. Alexandra Breckenridge como Jessie Anderson. Ross Marquand como Aaron. Austin Nichols como Spencer Monroe. Merritt Weaver como Denise Cloyd. Austin Abrams como Ron Anderson. Major Dodson como Sam Anderson. Katelyn Nacon como Enid. Corey Hawkins como Heath. Jason Douglas como Tobin. Jordan Woods-Robinson como Eric. Ann Mahoney como Olivia. Dahlia Legault como Francine. Ted Huckabee como Bruce. David Marshall Silverman como Kent. Mandi Christine Kerr como Barbara. Vanessa Cloke como Anna. Benedict Samuel como Lobo Alfa Christopher Berry como Bud
Estructura narrativa de la historia	Tipo seriado, deja abierta la trama hasta los próximos capítulos.
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Ciencia ficción
Estilo	Post apocalíptico - zombies
Localizaciones	Escenarios interiores y exteriores
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Bandas sonora original, música incidental según emociones mostradas por los personajes, efectos sonoros en la mayoría de las escenas de acción.
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	"No way Out", sin escape, en español, muestra relación con el avance de la trama al verse invadida Alejandría por una gran horda de zombies.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Guión basado en cómic The walking Dead de Robert Kirkman
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
Moda zombie, apego emocional a los personajes, escenas de acción cargadas de efectos especiales, connotaciones religiosas, cómics.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje postapocalíptico. Humor negro, en el cómic se usa un lenguaje más fuerte, lenguaje censurado en la serie original.
Productos de consumo y modas	Moda zombie, efectos especiales.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	La unidad como forma de supervivencia.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Situaciones de autoridad y gregarismo, fan fiction, incitación a la lectura de cómics.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores.



DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	6X10 "The next world"
Duración	
Género	Ciencia ficción
Fecha de Emisión	21 de febrero de 2016
Guionistas	Angela Kang y Corey Reed
Dirección	Kari Skogland
Canal	FOX
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	El episodio empieza dos meses después del asedio a Alejandría, Daryl y Rick salen a buscar provisiones para el grupo, donde se encuentran a un nuevo personaje, Jesús, el cual en principio les roba el camión, luego lo interceptan, terminan peleando y tirando el camión a un lago.
Trama principal	Reconstrucción de Alejandría, tiempos de paz
Subtramas	Nuevo personaje, Spencer logra matar a su madre zombie, Rick y Michonne tienen un encuentro romántico.
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Andrew Lincoln como Rick Grimes. Norman Reedus como Daryl Dixon. Lauren Cohan como Maggie Greene. Chandler Riggs como Carl Grimes. Danai Gurira como Michonne.
Personajes secundarios del episodio	Josh McDermitt como Eugene Porter. Alanna Masterson como Tara Chambler. Austin Nichols como Spencer Monroe. Merritt Wever como Denise Cloyd. Katelyn Nacon como Enid. Tom Payne como Paul "Jesús" Rovia. Tovah Feldshuh como Deanna Monroe.
Estructura narrativa de la historia	Tipo seriado, deja abierta la trama hasta los próximos capítulos.
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Ciencia ficción
Estilo	Post apocalíptico - zombies
Localizaciones	Escenarios interiores y exteriores
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Bandas sonora original, música incidental según emociones mostradas por los personajes, efectos sonoros en la mayoría de las escenas de acción. Canciones: More than a feeling, de Boston, Action Packed de Ronnie Dawson e If my heart was a car de Old 97.
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	"the next world", o el nuevo mundo, se entrelaza con el argumento al mostrar un tiempo de reconstrucción de la comunidad de Alejandría.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Guión basado en cómic The walking Dead de Robert Kirkman, escena graciosa de persecución, similares a Benny Hill.
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
Moda zombie, apego emocional a los personajes, escenas de acción cargadas de efectos especiales, connotaciones religiosas, cómics, canciones famosas de los 80's, se muestra gaseosa crush y automóviles de marca Ford y Jeep.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje postapocalíptico. Humor negro, en el cómic se usa un lenguaje más fuerte, lenguaje censurado en la serie original.
Productos de consumo y modas	Moda zombie, efectos especiales, se muestra gaseosa crush y automóviles de marca Ford y Jeep. Música de los 80's.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	La unidad como forma de supervivencia.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Situaciones de autoridad y gregarismo, fan fiction, incitación a la lectura de cómics.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores.

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	6X11 "Knots untie"
Duración	43 min 20 seg
Género	Ciencia ficción
Fecha de Emisión	28 de febrero de 2016
Guionistas	Matthew Negrete y Channing Powell
Dirección	Michael E. Satrazemis
Canal	FOX
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	Rick y varios del grupo van a Hilltop, la comunidad de Jesus, para hacer intercambios de comida, armas y medicamentos. Uno de los residentes de Hilltop intenta aseisnar a Gregory, el líder de esta comunidad por orden de Negan. Negan es el jefe de los salvadores, quienes extorsionan al grupo de Hilltop. Maggie y el grupo intentan ir a la caza de Negan y su grupo.
Trama principal	Descubrimiento de la comunidad de Hilltop
Subtramas	Abraham piensa en lo que verdaderamente vale en su vida.
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Andrew Lincoln como Rick Grimes. Norman Reedus como Daryl Dixon. Steven Yeun como Glenn Rhee. Lauren Cohan como Maggie Greene. Chandler Riggs como Carl Grimes. Danai Gurira como Michonne. Michael Cudlitz como Abraham Ford.
Personajes secundarios del episodio	Sonequa Martin-Green como Sasha Williams. Christian Serratos como Rosita Espinosa. Xander Berkeley como Gregory. Merritt Wever como Denise Cloyd. Tom Payne como Paul "Jesús" Rovia. Karen Ceesay como Bertie. James Chen como Kal. Brett Gentile como Freddie. R. Keith Harris como Dr. Harlan Carson. Justin Kucsulain como Ethan. Kimberly Leemans como Crystal. Jeremy Palko como Andy. Ilan Slulovicz como Wesley. Peter Zimmerman como Eduardo.
Estructura narrativa de la historia	Tipo seriado, deja abierta la trama hasta los próximos capítulos.
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Ciencia ficción
Estilo	Post apocalíptico - zombies
Localizaciones	Escenarios interiores y exteriores
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Banda sonora original, música incidental según emociones mostradas por los personajes, efectos sonoros en la mayoría de las escenas de acción.
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	"knots untie", o desatando nudos, se relaciona con el argumento al empezar a consolidarse el plan para enfrentarse al grupo de los salvadores, liderado por Negan.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Guión basado en cómic The walking Dead de Robert Kirkman
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
Moda zombie, apego emocional a los personajes, escenas de acción cargadas de efectos especiales, connotaciones religiosas, cómics.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje postapocalíptico. Humor negro, en el cómic se usa un lenguaje más fuerte, lenguaje censurado en la serie original.
Productos de consumo y modas	Moda zombie, efectos especiales.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	La unidad como forma de supervivencia.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Situaciones de autoridad y gregarismo, fan fiction, incitación a la lectura de cómics.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores.

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	6X12 "Not tomorrow yet"
Duración	43 min 18 seg
Género	Ciencia ficción
Fecha de Emisión	6 de marzo de 2016
Guionistas	Seth Hoffman
Dirección	Greg Nicotero
Canal	FOX
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	Rick organiza a su equipo para un ataque contra los salvadores, logran entrar al campamento de los salvadores utilizando una cabeza simulando ser la de Gregory, salvando a Craig, quien es enviado a Hilltop. Entran y matan a muchos de los salvadores. Ya en la mañana uno de los salvadores intenta escapar en la motocicleta de Daryl pero lo interceptan, por el walkie talkie que el salvador posee, se escucha la voz de una mujer que tiene como rehenes a Maggie y a Carol.
Trama principal	Ataque a los salvadores por parte de la comunidad de Alejandría.
Subtramas	Carol piensa sobre todas las personas que ha asesinado, Carol detiene a Maggie para que no entre en la lucha.
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Andrew Lincoln como Rick Grimes. Norman Reedus como Daryl Dixon. Steven Yeun como Glenn Rhee. Lauren Cohan como Maggie Greene. Chandler Riggs como Carl Grimes. Danai Gurira como Michonne. Michael Cudlitz como Abraham Ford.
Personajes secundarios del episodio	Lennie James como Morgan Jones Sonequa Martin-Green como Sasha. Josh McDermitt como Eugene Porter. Christian Serratos como Rosita Espinosa. Alanna Masterson como Tara Chambler. Seth Gilliam como Padre Gabriel Stokes. Ross Marquand como Aaron. Corey Hawkins como Heath. Jason Douglas como Tobin. Merritt Wever como Denise Cloyd. Kentric Green como Scott. Ted Huckabee como Bruce. David Marshall Silverman como Kent. Mandi Christine Kerr como Barbara. Dahlia Legault como Francine. Vanessa Cloke como Anna. Tom Payne como Paul "Jesús" Rovia. Jeremy Palco como Andy. Myke Holmes como Craig. Carlos Aviles como Salvador Guardia #1 Ian Casselberry como Salvador Guardia #2 Steven Sean Garland como Salvador Veterano G-Rod como Salvador Coloso Jimmy Gonzales como Primo. Alicia Witt como Paula. (voz)
Estructura narrativa de la historia	Tipo seriado, deja abierta la trama hasta los próximos capítulos.
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Ciencia ficción
Estilo	Post apocalíptico - zombies
Localizaciones	Escenarios interiores y exteriores
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Banda sonora original, música incidental según emociones mostradas por los personajes, efectos sonoros en la mayoría de las escenas de acción.
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	"Not tomorrow yet", o no es todavía mañana, se relaciona con el argumento al verse fallido el plan para atacar a los salvadores y conseguir a Negan.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Guión basado en cómic The walking Dead de Robert Kirkman
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
Moda zombie, apego emocional a los personajes, escenas de acción cargadas de efectos especiales, connotaciones religiosas, cómics. Aparece un cameo de Johnny Depp, como una cabeza de zombie.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje postapocalíptico. Humor negro, en el cómic se usa un lenguaje más fuerte, lenguaje censurado en la serie original.
Productos de consumo y modas	Moda zombie, efectos especiales, Aparece un cameo de Johnny Depp, como una cabeza de zombie.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	La unidad como forma de supervivencia.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Situaciones de autoridad y gregarismo, fan fiction, incitación a la lectura de cómics.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores.

DATOS DEL CAPITULO	
Episodio	6X13 "The same boat"
Duración	43 min 14 seg
Género	Ciencia ficción
Fecha de Emisión	13 de marzo de 2016
Guionistas	Angela Kang
Dirección	Billy Gierhart
Canal	FOX
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	En el capítulo anterior Carol y Maggie fueron capturadas por un grupo de salvadores, que entablan una negociación con el grupo de Rick para intercambiarlas por Primo. Este grupo se lleva a Maggie y Carol a un matadero, mientras llegan refuerzos. En este matadero, Carol y Maggie logran escapar asesinando a los cuatro captores y a varios refuerzos que acababan de llegar. Se encuentran nuevamente con el grupo de Rick, que mata a Primo cuando manifiesta ser Negan.
Trama principal	Salvar a Maggie y a Carol de los salvadores.
Subtramas	NA
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Andrew Lincoln como Rick Grimes. Norman Reedus como Daryl Dixon. Steven Yeun como Glenn Rhee. Lauren Cohan como Maggie Greene. Danai Gurira como Michonne.
Personajes secundarios del episodio	Melissa McBride como Carol Peletier. Christian Serratos como Rosita Espinosa. Seth Gilliam como Padre Gabriel Stokes. Alicia Witt como Paula. Jeanane Goossen como Michelle. Jill Jane Clements como Molly. Rus Blackwell como Donnie. Jimmy Gonzales como Primo.
Estructura narrativa de la historia	Tipo seriado, deja abierta la trama hasta los próximos capítulos.
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Ciencia ficción
Estilo	Post apocalíptico - zombies
Localizaciones	Escenarios interiores y exteriores
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Bandas sonora original, música incidental según emociones mostradas por los personajes, efectos sonoros en la mayoría de las escenas de acción.
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	"The same boat", o el mismo barco, se relaciona con el argumento por Carol, al ver que nuevamente debe asesinar a seres humanos para sobrevivir.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Guión basado en cómic The walking Dead de Robert Kirkman
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
Moda zombie, apego emocional a los personajes, escenas de acción cargadas de efectos especiales, connotaciones religiosas, cómics. Aparece en escena una camándula, usada por Carol para cortar la cinta con que se encontraba amarrada.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje postapocalíptico. Humor negro, en el cómic se usa un lenguaje más fuerte, lenguaje censurado en la serie original.
Productos de consumo y modas	Moda zombie, efectos especiales.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	La unidad como forma de supervivencia, la religión como forma de salvación.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Situaciones de autoridad y gregarismo, fan ficción, incitación a la lectura de cómics.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores.

<b>DATOS DEL CAPÍTULO</b>	
<b>Episodio</b>	6X14 "Twice as far"
<b>Duración</b>	43 min 13 seg
<b>Género</b>	Ciencia ficción
<b>Fecha de Emisión</b>	20 de marzo de 2016
<b>Guionistas</b>	Matthew Negrete
<b>Dirección</b>	Alrick Riley
<b>Canal</b>	FOX
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
<b>Sinopsis</b>	Abraham y Eugene patrullan y encuentran un lugar donde pueden fabricar municiones. Eugene le manifiesta a Abraham que no lo necesita y éste decide irse. Daryl, Rosita, y Denise consiguen una droguería donde se abastecen, luego caen en la trampa de Dwight que mata a Denise, y tiene secuestrado a Eugene. Abraham llega al rescate y logran salvarse de los salvadores. Carol se va de Alejandría dejando una nota a Tobin.
<b>Trama principal</b>	Lucha contra un grupo de salvadores y muerte de Denise.
<b>Subtramas</b>	NA
<b>Narrador</b>	NA
<b>Personajes principales del episodio</b>	Andrew Lincoln como Rick Grimes. Norman Reedus como Daryl Dixon. Melissa McBride como Carol Peletier. Michael Cudlitz como Abraham Ford
<b>Personajes secundarios del episodio</b>	Lennie James como Morgan Jones. Sonequa Martin-Green como Sasha Williams. Josh McDermitt como Eugene Porter. Christian Serratos como Rosita Espinosa. Seth Gilliam como Padre Gabriel Stokes. Austin Nichols como Spencer Monroe. Merritt Wever as Denise Cloyd. Jason Douglas como Tobin. Ann Mahoney como Olivia. Austin Amelio como Dwight. Robert Walker-Branchaud como Neil.
<b>Estructura narrativa de la historia</b>	Tipo seriado, deja abierta la trama hasta los próximos capítulos.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
<b>Género</b>	Ciencia ficción
<b>Estilo</b>	Post apocalíptico - zombies
<b>Localizaciones</b>	Escenarios interiores y exteriores
<b>Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros</b>	Bandas sonora original, música incidental según emociones mostradas por los personajes, efectos sonoros en la mayoría de las escenas de acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
<b>Relación del título con el argumento</b>	"Twice as far", o el doble de lejos, se relaciona con el argumento por el alejamiento de Eugene y Abraham, así como la muerte de Denise.
<b>Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.</b>	Guión basado en cómic The walking Dead de Robert Kirkman
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Moda zombie, apego emocional a los personajes, escenas de acción cargadas de efectos especiales, connotaciones religiosas, cómics. Aparece gaseosa crush, que es la que le gusta a la novia de Denise.	
<b>Lenguaje, términos y palabras utilizadas</b>	Palabras modernas, lenguaje postapocalíptico. Humor negro, en el cómic se usa un lenguaje más fuerte, lenguaje censurado en la serie original.
<b>Productos de consumo y modas</b>	Moda zombie, efectos especiales, gaseosa Crush.
<b>Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.</b>	La unidad como forma de supervivencia, la competencia por superioridad aún en condiciones adversas para todos.
<b>Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.</b>	Situaciones de autoridad y gregarismo, fan fiction, incitación a la lectura de cómics.
<b>Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.</b>	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores.

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	6X15 "East"
Duración	43 min 07 seg
Género	Ciencia ficción
Fecha de Emisión	27 de marzo de 2016
Guionistas	Scott M. Gimple y Channing Powell
Dirección	Michael E. Satrazemis
Canal	FOX
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
Sinopsis	Alejandría se mantiene alerta a un ataque de los salvadores, Carol huye mientras pero es interceptada por una patrulla de salvadores, ella se logra zafar de todos menos uno que la persigue. Rick y Morgan buscan a Carol y ven un rastro de sangre, Rick intenta matar a un humano pero Morgan se lo impide. Daryl busca a Dwight para vengar a Denise pero él y su grupo son capturados. Dwight le dispara a Daryl.
Trama principal	Búsqueda de Carol
Subtramas	Venganza de Daryl contra Dwight.
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Andrew Lincoln como Rick Grimes. Norman Reedus como Daryl Dixon. Steven Yeun como Glenn Rhee. Lauren Cohan como Maggie Greene. Chandler Riggs como Carl Grimes. Danai Gurira como Michonne. Melissa McBride como Carol Peletier. Michael Cudlitz como Abraham Ford.
Personajes secundarios del episodio	Lennie James como Morgan Jones. Sonequa Martin-Green como Sasha. Christian Serratos como Rosita Espinosa. Jason Douglas como Tobin. Katelyn Nacon como Enid. Austin Amelio como Dwight. Rich Ceraulo como Jiro. Stuart Greer como Roman.
Estructura narrativa de la historia	Tipo seriado, deja abierta la trama hasta los próximos capítulos.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
Género	Ciencia ficción
Estilo	Post apocalíptico - zombies
Localizaciones	Escenarios interiores y exteriores
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Banda sonora original, música incidental según emociones mostradas por los personajes, efectos sonoros en la mayoría de las escenas de acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
Relación del título con el argumento	"East", u oriente, se relaciona con el argumento por la salida de Carol de Alejandría, tratando de alejarse, en cualquier dirección.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Guión basado en cómic The walking Dead de Robert Kirkman
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Moda zombie, apego emocional a los personajes, escenas de acción cargadas de efectos especiales, connotaciones religiosas, cómics.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje postapocalíptico. Humor negro, en el cómic se usa un lenguaje más fuerte, lenguaje censurado en la serie original.
Productos de consumo y modas	Moda zombie, efectos especiales, gaseosa Crush.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	La unidad como forma de supervivencia, la competencia por superioridad aún en condiciones adversas para todos.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Situaciones de autoridad y gregarismo, fan fiction, incitación a la lectura de cómics.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores.

<b>DATOS DEL CAPÍTULO</b>	
<b>Episodio</b>	6X16 "Last day on earth"
<b>Duración</b>	1 h 04 min 49 seg
<b>Género</b>	Ciencia ficción
<b>Fecha de Emisión</b>	27 de marzo de 2016
<b>Guionistas</b>	Scott M. Gimple y Matthew Negrete
<b>Dirección</b>	Greg Nicotero
<b>Canal</b>	FOX
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
<b>Sinopsis</b>	Rick y el grupo llevan a Maggie hasta Hilltop pero encuentran todas las rutas tapadas por los salvadores. Morgan salva a Carol del perseguidor y se encuentran con otros humanos. Maggie está a punto de dar a luz pero el grupo es capturado por los salvadores. Son llevados dentro del grupo, donde se encuentran con Daryl, Rosita y Michonne. Finalmente conocen a Negan, el líder de los salvadores, y éste, como retaliación con Rick, asesina a uno del grupo, el cual no se ve quién es.
<b>Trama principal</b>	Traslado de Maggie a Hilltop, encuentro con Negan.
<b>Subtramas</b>	huida de Carol y reencuentro con Morgan.
<b>Narrador</b>	NA
<b>Personajes principales del episodio</b>	Andrew Lincoln como Rick Grimes. Norman Reedus como Daryl Dixon. Steven Yeun como Glenn Rhee. Lauren Cohan como Maggie Greene. Chandler Riggs como Carl Grimes. Danai Gurira como Michonne. Melissa McBride como Carol Peletier. Michael Cudlitz como Abraham Ford.
<b>Personajes secundarios del episodio</b>	Lennie James como Morgan Jones. Sonequa Martin-Green como Sasha. Josh McDermitt como Eugene Porter. Christian Serratos como Rosita Espinosa. Ross Marquand como Aaron. Seth Gilliam como Gabriel Stokes. Austin Nichols como Spencer Monroe. Dahlia Legault como Francine. Kenric Green como Scott. Katelyn Nacon como Enid. Austin Amelio como Dwight. Stuart Greer como Roman. Steven Ogg como Simon. Jeffrey Dean Morgan como Negan.
<b>Estructura narrativa de la historia</b>	Tipo seriado, deja abierta la trama hasta los próximos capítulos.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
<b>Género</b>	Ciencia ficción
<b>Estilo</b>	Post apocalíptico - zombies
<b>Localizaciones</b>	Escenarios interiores y exteriores
<b>Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros</b>	Bandas sonora original, música incidental según emociones mostradas por los personajes, efectos sonoros en la mayoría de las escenas de acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
<b>Relación del título con el argumento</b>	"Last day on earth", o último día sobre la tierra, se relaciona con el argumento por la muerte de uno de los personajes principales, es el capítulo final de la temporada.
<b>Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.</b>	Guión basado en cómic The walking Dead de Robert Kirkman
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
<b>Moda zombie, apego emocional a los personajes, escenas de acción cargadas de efectos especiales, connotaciones religiosas, cómics. Último capítulo de la temporada, dejó a millones de espectadores con la duda de quién fue asesinado por Negan. Alusión al juego de Tin man de do pin que.</b>	
<b>Lenguaje, términos y palabras utilizadas</b>	Palabras modernas, lenguaje postapocalíptico. Humor negro, en el cómic se usa un lenguaje más fuerte, lenguaje censurado en la serie original.
<b>Productos de consumo y modas</b>	Moda zombie, efectos especiales, autopromoción de la serie.
<b>Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.</b>	La unidad como forma de supervivencia, la competencia por superioridad aún en condiciones adversas para todos.
<b>Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.</b>	Situaciones de autoridad y gregarismo, fan fiction, incitación a la lectura de cómics.
<b>Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.</b>	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores. En este capítulo aparece uno de los enemigos más fuertes de la serie, Negan, que asesina a uno de los personajes principales de la serie, aunque no se ve quién, dejando en vilo a millones de televidentes a nivel mundial.

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	7X01 "The Day Will Come When You Won't Be"
Duración	1 h 04 min 49 seg
Género	Ciencia ficción
Fecha de Emisión	23 de octubre de 2016
Guionistas	Scott M. Gimple
Dirección	Greg Nicotero
Canal	FOX
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	Negan termina asesinando a Abraham, obliga a Rosita ver la sangre en el bate Daryl enfurece e intenta atacar a Negan, el cual mata también a Glenn. Ante esto, el hombre enfurece y decide matar también a Glenn. Rick enloquece e intenta matar a Negan, que lo conduce a la casa rodante donde le indica quién es el jefe. Le dice que debe cortar el brazo a Carl, él accede y en el último momento Negan lo para, diciendo que es suficiente para él. Finalmente Negan se va con Daryl como prisionero.
Trama principal	Reconocimiento de Negan y muerte de Glenn y Abraham.
Subtramas	
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Andrew Lincoln como Rick Grimes. Norman Reedus como Daryl Dixon. Steven Yeun como Glenn Rhee. Lauren Cohan como Maggie Greene. Chandler Riggs como Carl Grimes. Danai Gurira como Michonne. Melissa McBride como Carol Peletier. Michael Cudlitz como Abraham Ford. Lennie James como Morgan Jones. Sonequa Martin-Green como Sasha. Jeffrey Dean Morgan como Negan.
Personajes secundarios del episodio	Josh McDermitt como Eugene Porter. Christian Serratos como Rosita Espinosa. Alanna Masterson como Tara Chambler. Seth Gilliam como Padre Gabriel Stokes. Ross Marquand como Aaron. Austin Nichols como Spencer Monroe. Austin Amelio como Dwight. Katelyn Nacon como Enid. Steven Ogg como Simon. Sarah Wayne Callies como Lori Grimes. Scott Wilson como Hershel Greene. Emily Kinney como Beth Greene. Chad L. Coleman como Tyreese Williams. Lawrence Gilliard Jr como Bob Stookey. Tyler James Williams como Noah.
Estructura narrativa de la historia	Tipo seriado, deja abierta la trama hasta los próximos capítulos.
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Ciencia ficción
Estilo	Post apocalíptico - zombies
Localizaciones	Escenarios interiores y exteriores
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Bandas sonora original, música incidental según emociones mostradas por los personajes, efectos sonoros en la mayoría de las escenas de acción.
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	"the day will come when you won't be", se relaciona con el argumento por la muerte de Abraham y Glenn.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Guión basado en cómic The walking Dead de Robert Kirkman
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
Moda zombie, apego emocional a los personajes, escenas de acción cargadas de efectos especiales, connotaciones religiosas, cómics. Primer capítulo de la séptima temporada. Fue el segundo capítulo de la serie con mayor audiencia en estados Unidos, con más de 17 millones de personas. Mueren dos de los personajes más queridos de la serie, lo que dio a infinidad de reacciones en medios locales e internacionales.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje postapocalíptico. Humor negro, en el cómic se usa un lenguaje más fuerte, lenguaje censurado en la serie original.
Productos de consumo y modas	Moda zombie, efectos especiales.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	La unidad como forma de supervivencia, la competencia por superioridad aún en condiciones adversas para todos.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Situaciones de autoridad y gregarismo, fan fiction, incitación a la lectura de cómics.
Aspectos identitarios, basados en apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores. Negan asesina a Abraham y a Glenn, dos de los personajes más queridos de la serie, dio mucho de qué hablar en las noticias y en las redes sociales.



<b>DATOS DEL CAPÍTULO</b>	
<b>Episodio</b>	7X02 "The well"
<b>Duración</b>	1 h 04 min 49 seg
<b>Género</b>	Ciencia ficción
<b>Fecha de Emisión</b>	30 de octubre de 2016
<b>Guionistas</b>	Matthew Negrete
<b>Dirección</b>	Greg Nicotero
<b>Canal</b>	FOX
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
<b>Sinopsis</b>	Carol y Morgan llegan a comunidad llamada el reino, que es liderado por el rey Ezekiel, que tiene una mascota tigrera. Carol no le gusta la forma en que se vive en el reino, así decide irse. En la noche intenta escapara pero la descubre Ezekiel, que trata de convencerla que se quede. Ella al final se queda viviendo cerca de la comunidad, en una casa abandonada. La comunidad del reino también es extorisonada por los salvadores.. El Rey charla con ella e intenta convencerla de que se quede, pero respetará su decisión de irse si así lo desea.
<b>Trama principal</b>	Descubrimiento de la comunidad del Reino.
<b>Subtramas</b>	Carol y Morgan nuevamente se reconcilian.
<b>Narrador</b>	NA
<b>Personajes principales del episodio</b>	Melissa McBride como Carol Peletier. Lennie James como Morgan Jones. Khary Payton como el Rey Ezekiel.
<b>Personajes secundarios del episodio</b>	Logan Miller como Benjamin. Karl Makinen como Richard. Daniel Newman como Daniel. Cooper Andrews como Jerry. Kerri Cahill como Dianne. Joshua Mikel como Jared. Jayson Werner Smith como Gavin. Macsen Lintz como Kevin.
<b>Estructura narrativa de la historia</b>	Tipo seriado, deja abierta la trama hasta los próximos capítulos.
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
<b>Género</b>	Ciencia ficción
<b>Estilo</b>	Post apocalíptico - zombies
<b>Localizaciones</b>	Escenarios interiores y exteriores
<b>Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros</b>	Bandas sonora original, música incidental según emociones mostradas por los personajes, efectos sonoros en la mayoría de las escenas de acción.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
<b>Relación del título con el argumento</b>	"The well", o El pozo, se relaciona con el argumento por la nueva comunidad del reino.
<b>Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.</b>	Guión basado en cómic The walking Dead de Robert Kirkman
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Moda zombie, apego emocional a los personajes, escenas de acción cargadas de efectos especiales, connotaciones religiosas, cómics. En este capítulo aparece una mascota tigrera llamada Shiva, como la diosa Hindú.	
<b>Lenguaje, términos y palabras utilizadas</b>	Palabras modernas, lenguaje postapocalíptico. Humor negro, en el cómic se usa un lenguaje más fuerte, lenguaje censurado en la serie original.
<b>Productos de consumo y modas</b>	Moda zombie, efectos especiales.
<b>Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.</b>	La unidad como forma de supervivencia, la competencia por superioridad aún en condiciones adversas para todos. Connotaciones religiosas.
<b>Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.</b>	Situaciones de autoridad y gregarismo, fan fiction, incitación a la lectura de cómics.
<b>Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.</b>	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores. Nuevos personajes y comunidades en la serie.

## Análisis de los Simpson:

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	Sólo se muda dos veces Temporada 8 Capítulo 155
Duración	19 minutos
Género	Comedia
Fecha de Emisión	3 de noviembre de 1996, en EE. UU. Visto: 23 de Abril 2017
Guionistas	John Swartzwelder
Dirección	Mike B. Anderson
Canal	FOX
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	Los Simpson se mudan a Arroyos cipreses, una ciudad exclusiva de los empleados de la corporación Globex, donde Homero recibe un nuevo empleo. Allí los recibe Hank Scorpio, dueño de la empresa, y terrorista internacional. Allí la familia no se adapta y Homero decide volver con ellos a Springfield.
Trama principal	Nuevo empleo de Homero y mudanza de la familia a Arroyos Cipreses.
Subtramas	Atentados terroristas de Hank Scorpio, Bart le va mal en la escuela, Lisa es alérgica a la naturaleza del lugar, Marge se aburre en la casa porque está 100% automatizada.
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Homer Jay Simpson (en Latinoamérica conocido como Homero) Marjorie "Marge" Bouvier Simpson Bartholomew "Bart" JoJo Simpson Lisa Marie Simpson Margaret "Maggie" Simpson Abraham "Abe" Jebediah Simpson
Personajes secundarios del episodio	Waylon Smithers Hank Scorpio
Estructura narrativa de la historia	Tipo serie, no hay conexión entre capítulos.
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Comedia
Estilo	Serie
Localizaciones	Springfield y Arroyo Cipreses
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Música original de la serie, música en parodia a las películas de James Bond.
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	Parodia de la Película de James Bond Sólo se vive dos veces, entra en reaccipion por la mudanza de la familia a otra ciudad.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Parodia a Películas de James Bond, aparece un agente muy parecido a Sean Connery, aparecen los Broncos de Denver, equipo de fútbol americano, soldados similares a los cascos azules de la ONU, sombrero de Tom Landry.
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
Parodia de varias películas de James Bond, aparece una escuela con dirección de internet, para la época era algo bastante estafalarío, consumo de alcohol por parte de Marge, amenazas terroristas, fútbol americano.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje adaptado a modismos mexicanos en la versión latina, variaciones de formas de expresión según el personaje.
Productos de consumo y modas	Internet, hamacas, zapatos mocasines, frutas, casas automatizadas, fútbol americano, parodia a películas de James Bond.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	El terrorismo mostrado desde un punto de vista irónico.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Manejo de la sátira, apropiación de frases del programa para uso cotidiano, se confirma con el uso de memes de los Simpson en redes sociales.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores.

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	No tienes que vivir como un árbitro Temporada 25 Capítulo 546
Duración	19 minutos
Género	Comedia
Fecha de Emisión	30 de marzo de 2014 en EE. UU., en EE. UU. Visto: 23 de Abril 2017
Guionistas	Michael Price
Dirección	Mark Kirkian
Canal	FOX
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	Lisa hace un artículo sobre su héroe favorito, Marie Curie, pero al ver que Martin también lo hace sobre Curie, Bart le aconseja que lo haga sobre Homero, ella habla sobre lo honesto que fue Homero cuando dirigía partidos de fútbol, con lo cual logra empatar con Martin en el primer lugar, el superintendente Chalmers decide que los publiquen en Internet, donde se vuelve viral y terminan invitando a Homero como árbitro del mundial de Brasil, 2014, donde es acosado para que reciba coimas para que ganen diferentes equipos, incluido Brasil. Homero se entera que Lisa en principio que él no era su héroe, aún así pasa totalmente honesto y vuelven a
Trama principal	Los Simpson viajan a Brasil al mundial de fútbol.
Subtramas	
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Hommer Jay Simpson (en Latinoamérica conocido como Homero) Marjorie "Marge" Bouvier Simpson Bartholomew "Bart" JoJo Simpson Lisa Marie Simpson Margaret "Maggie" Simpson Abraham "Abe" Jebediah Simpson
Personajes secundarios del episodio	Director Skinner Superintendente Chalmers Martin Prince "El Divo"
Estructura narrativa de la historia	Tipo serie, no hay conexión entre capítulos.
Características estructurales de la historia	
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Comedia
Estilo	Serie
Localizaciones	Springfield y ciudades de Brasil como Manaus, Brasilia, Sao Paulo y Recife.
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Música original de la serie, All You Need is Love de The Beatles, parodia de Juke box Hero de Foreigner.
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	Episodio basado en el Mundial de Fútbol Brasil 2014, donde Homero es árbitro.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Parodia a Revista ESPN, el divo es en referencia al futbolista brasileño Neymar, salen palitos de caña marca Lucky Stalks, como los cigarrillos Lucky Strike, salen los canales premium de HBO, parodia de Xuxa.
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
Un episodio muy famoso por ser fuente de conspiraciones al vaticinar la pérdida de Brasil contra Alemania, así como la lesión de Neymar en el mundial, episodio creado con la intención de promocionar el mundial de fútbol en los fans de la serie.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje adaptado a modismos mexicanos en la versión latina, variaciones de formas de expresión según el personaje, jerga del entorno del fútbol.
Productos de consumo y modas	Mundial de fútbol de Brasil 2014.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	Promoción del fútbol en EEUU, además de mostrar de manera graciosa la corrupción que enfrentaba la FIFA.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Manejo de la sátira, apropiación de frases del programa para uso cotidiano, se confirma con el uso de memes de los Simpson en redes sociales.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores, identificación de personajes del fútbol famosos.

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	Marge contra el monorriel Temporada 4 Capítulo 71
Duración	19 minutos
Género	Comedia
Fecha de Emisión	14 de enero de 1993 en EE. UU., en EE. UU. Visto: 23 de Abril 2017
Guionistas	Conan O'Brien
Dirección	Rich Moore
Canal	FOX
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	El señor Burns es multado con tres millones de dólares por verter sustancias contaminantes en el agua, por lo cual se decide reunir a los pobladores de Springfield para ver qué se hace con este dinero, un estafador, les vende la idea del monorriel, por lo cual Marge se opone, no siendo así con el resto de los habitantes. Homero es designado como conductor del monorriel, el cual es muy peligroso, Marge busca experiencias de otras ciudades donde se vendieron monorrieles, logrando evidencias para atrapar al estafador.
Trama principal	La ciudad de Springfield construye un monorriel, el cual es una estafa.
Subtramas	Homero se convierte en conductor del monorriel.
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Homer Jay Simpson (en Latinoamérica conocido como Homero) Marjorie "Marge" Bouvier Simpson Bartholomew "Bart" JoJo Simpson Lisa Marie Simpson Margaret "Maggie" Simpson Abraham "Abe" Jebediah Simpson
Personajes secundarios del episodio	Alcalde Diamante Ned Flanders Señor Burns Smithers Lyle Lanley Leonard Nimoy, como sí mismo Jefe Gorgory
Estructura narrativa de la historia	Tipo serie, no hay conexión entre capítulos.
Características estructurales de la historia.	
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Comedia
Estilo	Serie
Localizaciones	Springfield , Montebello, North Haverbrook.
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Música original de la serie, parodia de los Picapiedra.
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	Se basa completamente en el argumento del capítulo, la lucha de Marge contra el monorriel.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Aparición de Lonard Nimoy, estrella de Star Trek, el alcalde Diamante dice "Que la fuerza te acompañe" de la película Star Wars, canción de los Picapiedra, escenas de El silencio de los inocentes con el Señor Burns y de Batman con el Señor Burns y Smithers.
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
Otro capítulo que mucha gente considera premonitorio, al verse una pareja bailando y al fondo dos torres humeando, como las torres gemelas, relación a películas de ciencia ficción como Star Trek, Star Wars y Batman. Considerado como uno de los mejores capítulos de la serie. Frase famosa de Homero: " A la grande le puse Cuca", en alusión a una Zarigüeya.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje adaptado a modismos mexicanos en la versión latina, variaciones de formas de expresión según el personaje, ciencia ficción.
Productos de consumo y modas	Star Wars y Star Trek, Batman, rosquillas.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	Estafas y corrupción en la política, mala gestión del alcalde.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Manejo de la sátira, apropiación de frases del programa para uso cotidiano, se confirma con el uso de memes de los Simpson en redes sociales.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores, asociaciones a películas famosas.

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	Halloween of Horror Temporada 27 Capítulo 578
Duración	19 minutos
Género	Comedia
Fecha de Emisión	18 de octubre de 2015 en EE. UU. Visto: 23 de Abril 2017
Guionistas	Carolyn Omine
Dirección	Mike B. Anderson
Canal	FOX
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	La familia va al parque temático del terror de Krusty, donde se celebra una fiesta zombie, Lisa queda traumada y Homero decide cancelar la decoración de su casa en este Halloween. Homero consigue que unos trabajadores de medio tiempo se despedidos por Apu, haciendo que ellos lo persigan en la noche en su casa. Homero y Lisa quedan atrapados pero logran llamar la atención de los habitantes de Springfield.
Trama principal	Homero y Lisa son perseguidos por tres hombres en la noche de Halloween
Subtramas	Marge y Bart van a un barrio de estrato alto y ven cómo disfrutan el halloween.
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Homer Jay Simpson (en Latinoamérica conocido como Homero) Marjorie "Marge" Bouvier Simpson
Personajes secundarios del episodio	Ned Flanders Señor Burns Smithers Doctor Hibbert Moe Jefe Gorgory
Estructura narrativa de la historia	Tipo serie, no hay conexión entre capítulos.
Características estructurales de la historia.	
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Comedia
Estilo	Serie
Localizaciones	Springfield.
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Música original de la serie, parodia de música de película "Halloween".
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	Se relaciona con el terror de Lisa en halloween y la persecución en que son envueltos Lisa y Homero.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Apuntes de la película Halloween, Piratas del Caribe, Frida Kahlo, calaveras mexicanas, eventos de terror zombie.
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
En el principio del capítulo se ve un tipo de diversión que incluso ha sido acogido en Colombia, como las fiestas de terror zombies, que han sido tomadas como un referente cultural moderno, por muchos jóvenes, series como the walking dead han dado promoción a esta fiebre zombie.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje adaptado a modismos mexicanos en la versión latina, variaciones de formas de expresión según el personaje, ciencia ficción.
Productos de consumo y modas	Moda zombie y de Halloween, parodia a película de culto the Rocky Horror show.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	Mercantilismo en épocas de celebración, parque de diversiones temáticos.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Manejo de la sátira, apropiación de frases del programa para uso cotidiano, se confirma con el uso de memes de los Simpson en redes sociales, moda zombie.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores, asociaciones a nuevas tendencias, halloween.

DATOS DEL CAPITULO	
Episodio	Llamarada Moe Temporada 3 Capítulo 45
Duración	19 minutos
Género	Comedia
Fecha de Emisión	21 de noviembre de 1991. Visto: 23 de Abril 2017
Guionistas	Robert Cohen
Dirección	Rich Moore y Alan Smart.
Canal	FOX
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	Homero va a buscar cerveza al bar de Moe, al no tener, Homero le cuenta a Moe sobre una receta especial de trago llamado Llamarada Homero. Moe la hace, y al ver que gusta mucho, la decide llamar Llamarada Moe. Moe se vuelve famoso por el coctel e incluso va Aerosmith a cantar en el bar de Moe. Moe echa a un lado a Homero, y Homero se venga de él diciéndole a todos la fórmula secreta a todos.
Trama principal	Moe se vuelve famoso por la Llamarada Moe.
Subtramas	
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Homer Jay Simpson Marjorie "Marge" Bouvier Simpson
Personajes secundarios del episodio	Moe Barney Patty y Selma
Estructura narrativa de la historia	Tipo serie, no hay conexión entre capítulos.
Características estructurales de la historia.	
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Comedia
Estilo	Serie
Localizaciones	Springfield.
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Música original de la serie, actuación especial de Aerosmith, música de películas de Hitchcock.
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	Es el tema principal del capítulo, así se llama el coctel creado por Homero.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Referencias a películas de Hitchcock, el fantasma de la ópera, aparece Aerosmith.
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
Consumo de alcohol, música Rock, pijamadas, trama similar a la película cocktail.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje adaptado a modismos mexicanos en la versión latina, variaciones de formas de expresión según el personaje, ciencia ficción.
Productos de consumo y modas	Alcohol, Rock and roll.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	Robo de inventos y aprovechamiento de las corporaciones. Consumo de alcohol.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Manejo de la sátira, apropiación de frases del programa para uso cotidiano, se confirma con el uso de memes de los Simpson en redes sociales.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores.

<b>DATOS DEL CAPITULO</b>	
Episodio	La boda de Lisa Temporada 6 Capítulo 122
Duración	19 minutos
Género	Comedia
Fecha de Emisión	19 de marzo de 1995 en EE. UU. Visto: 23 de Abril 2017
Guionistas	Greg Daniels
Dirección	Jim Reardon
Canal	FOX
<b>LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)</b>	
Sinopsis	La familia va a una feria medieval donde Lisa se encuentra a una médium, que la ubica en la año 2010. Lisa se encuentra estudiando en Inglaterra donde se enamora de John, un inglés que al llegar a Springfield empieza a desagradarles la familia Simpson. Finalmente la boda no se celebra al preferir Lisa a su familia.
Trama principal	La boda de Lisa en el año 2010.
Subtramas	
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Homer Jay Simpson Marjorie "Marge" Bouvier Simpson
Personajes secundarios del episodio	John Parkfield Señor Burns Jefe Gorgory
Estructura narrativa de la historia	Tipo serie, no hay conexión entre capítulos.
Características estructurales de la historia.	
<b>ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)</b>	
Género	Comedia
Estilo	Serie
Localizaciones	Springfield e Inglaterra
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Música original de la serie, quinta sinfonía de Beethoven.
<b>LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)</b>	
Relación del título con el argumento	Se muestra la boda de Lisa en el año 2010.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Referencias futuristas respecto al año 2010, los carros suenan igual a los de los supersónicos, aparece afiche de los rolling stones, dulces de soya, el fantasma de la ópera, la tercera guerra mundial, parodia del actor Hugh Grant, referencias a Jim Carrey.
<b>RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL</b>	
Es una de las primeras visiones al futuro de la serie, se dan referencias emocionales entorno al amor, la tecnología, juegos como hálame el dedo, la televisión por satélite.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas. Lenguaje adaptado a modismos mexicanos en la versión latina, variaciones de formas de expresión según el personaje, ciencia ficción.
Productos de consumo y modas	Acercamiento a productos del futuro, robots, carros voladores, casa del futuro, comida hecha de soya.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	Visión del futuro, un poco exagerada.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Manejo de la sátira, apropiación de frases del programa para uso cotidiano, se confirma con el uso de memes de los Simpson en redes sociales.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores. se dan referencias emocionales entorno al amor, la tecnología, juegos como hálame el dedo.

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	El cuarteto de Homero 5 Capítulo 82
Duración	19 minutos
Género	Comedia
Fecha de Emisión	30 de septiembre de 1993 en EE. UU. Visto: 23 de Abril 2017
Guionistas	Jeff Martin
Dirección	Mark Kirkland
Canal	FOX
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	Homero recuerda su época en el grupo los borbotones, un grupo vocal formado por Skinner, Apu, el jefe Gorgory y él, aunque después Barney reemplaza al jefe Gorgory. Muestran una parodia de la historia de los Beatles.
Trama principal	La banda los borbotones, su fama y su final.
Subtramas	
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Homer Jay Simpson Marjorie "Marge" Bouvier Simpson
Personajes secundarios del episodio	Director Skinner Apu Jefe Gorgory
Estructura narrativa de la historia	Tipo serie, no hay conexión entre capítulos.
Características estructurales de la historia.	
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Comedia
Estilo	Serie
Localizaciones	Springfield
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Música original de la serie, canción Baby on Board.
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	Se muestra la banda creada por Homero, que se llama los borbotones.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Parodia de la vida del grupo musical los Beatles, aparece George Harrison, ex integrante de esta banda.
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
En esta se logra una buena aceptación del público al parodiar una de las bandas más famosas de la historia, los Beatles, además, los chistes y referencias han sido copiadas en meme usados en redes sociales.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje adaptado a modismos mexicanos en la versión latina, variaciones de formas de expresión según el personaje, ciencia ficción.
Productos de consumo y modas	Los Beatles, la vida de los músicos.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	Represión policial, auge y caída de las bandas musicales.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Manejo de la sátira, apropiación de frases del programa para uso cotidiano, se confirma con el uso de memes de los Simpson en redes sociales.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores. Referencias a los 80's, a los Beatles.



DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	Casada con la mancha Temporada 25 Capítulo 540
Duración	19 minutos
Género	Comedia
Fecha de Emisión	12 de enero de 2014 en EE. UU. Visto: 23 de Abril 2017
Guionistas	Tim Long
Dirección	Chris Clements
Canal	FOX
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	El chico de las historietas se conoce a una mujer japonesa llamada Kumiko, él le pide a Homero consejos para poder tener una relación con ella en esta situación Homero sale con el señor Nakamura, el padre de Kumiko, con quien toma vino de sepreinte y arroz. Al final el señor Nakamura acepta al chico de las historietas como es y permite que se casen.
Trama principal	El chico de las historietas se casa con una japonesa llamada Kumiko, amante del manga, son casados por Stan Lee.
Subtramas	
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Homer Jay Simpson Marjorie "Marge" Bouvier Simpson
Personajes secundarios del episodio	El chico de las historietas Kumiko Nakamura Señor
Estructura narrativa de la historia	Tipo serie, no hay conexión entre capítulos.
Características estructurales de la historia.	
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Comedia
Estilo	Serie
Localizaciones	Springfield
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Música original de la serie, canción PONPONPON de Kyary Pamyu Pamyu.
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	se relaciona con el matrimonio del chico de las historietas, que es agrio y fastidioso.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Aparecen muchas referencias a los cómics, aparecen caricaturas de Barack Obama y la reina Isable, animaciones manga japonesas,
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
En este capítulo se nota una gran influencia del manga japonés, en la alucinación de Homero y el señor Nakamura, se ve la animación influenciada por el estudio Ghibli. Se muestran también productos como las papas Pringles, el pizzarrón diciendo que la banda Judas Priest no es death metal, y otras que permiten a diversos públicos juveniles identificarse.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje adaptado a modismos mexicanos en la versión latina, variaciones de formas de expresión según el personaje, ciencia ficción.
Productos de consumo y modas	Manga japonés, cómic estadounidense, papas Pringles, teléfonos celulares y smartphones.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	representación de nueva cultura japonesa, mezcla de razas, aceptación de nuevas tendencias.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Manejo de la sátira, apropiación de frases del programa para uso cotidiano, se confirma con el uso de memes de los Simpson en redes sociales.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores. Referencias al cómic y al manga.

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	La primera palabra de Maggie Temporada 4 Capítulo 69
Duración	19 minutos
Género	Comedia
Fecha de Emisión	3 de diciembre de 1992 en EE. UU. Visto: 23 de Abril 2017
Guionistas	Jeff Martin
Dirección	Mark Kirkland
Canal	FOX
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	Se cuenta la historia de la primera palabra de Lisa, el nacimiento de ella en 1984 y todas las cosas que pasaron en esta época. Además se escucha la primera palabra de Maggie, que es papi.
Trama principal	La primera palabra de Lisa.
Subtramas	
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Homer Jay Simpson Marjorie "Marge" Bouvier Simpson
Personajes secundarios del episodio	Patty y Selma Krusty el payaso Ned Flanders Tod Flanders
Estructura narrativa de la historia	Tipo serie, no hay conexión entre capítulos.
Características estructurales de la historia.	
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Comedia
Estilo	Serie
Localizaciones	Springfield
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Música original de la serie, Homero canta Ni soy de aquí, ni soy de allá de Facundo Cabral.
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	Se relaciona con el final del capítulo, en inglés es la primera palabra de Lisa, más relacionado con la trama.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Referencias a los años 80's, los juegos olímpicos, parodia al fracaso de la promoción de Mc Donald's. Aparece la voz de Elizabeth Taylor.
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
En este capítulo se muestra un recorrido de los años 80's, escena circense en la entrada del programa, chistes que quedaron en la conciencia estadounidense.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje adaptado a modismos mexicanos en la versión latina, variaciones de formas de expresión según el personaje, ciencia ficción.
Productos de consumo y modas	Moda y productos de los 80's. Parodia de Mc Donald's.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	Guerra fría, boicot de grupo comunista a los juegos olímpicos.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Manejo de la sátira, apropiación de frases del programa para uso cotidiano, se confirma con el uso de memes de los Simpson en redes sociales.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores.

DATOS DEL CAPÍTULO	
Episodio	Un bloque como yo Temporada 25 Capítulo 550
Duración	19 minutos
Género	Comedia
Fecha de Emisión	4 de mayo de 2014 en EE. UU. Visto: 23 de Abril 2017
Guionistas	Brian Kelley
Dirección	Matthew Nastuk
Canal	FOX
LECTURA NARRATIVA (Qué sucede qué nos explican)	
Sinopsis	Homero cae en una realidad alternativa donde todo Springfield son Legos. Llega a este mundo al compartir con Lisa el gusto por armar figuras Lego, después Lisa empieza a leer un libro parodiado de los Juegos del Hambre, Homero llega a una exposición de Lego donde cae una figura de la heroína del libro. Ya en este mundo, Homero ve que su relación con Lisa puede quedar igual para siempre. Al final Homero reaparece y logra volver al mundo "real".
Trama principal	Homero y los Simpson en versión Lego.
Subtramas	
Narrador	NA
Personajes principales del episodio	Homero Jay Simpson Marjorie "Marge" Bouvier Simpson
Personajes secundarios del episodio	El chico de las historietas Krusty el payaso Ned Flanders Milhouse
Estructura narrativa de la historia	Tipo serie, no hay conexión entre capítulos.
Características estructurales de la historia.	
ANÁLISIS FORMAL (Cómo pasa, cómo se explica)	
Género	Comedia
Estilo	Serie
Localizaciones	Springfield y Springfield Lego.
Banda sonora: Voz, Música y efectos sonoros	Música original de la serie.
LECTURA TEMÁTICA (Por qué pasa, por qué se explica)	
Relación del título con el argumento	Se relaciona con la trama, al ser una versión de The Lego Movie.
Relación de las Citas, Referencias y Parodias con el argumento.	Referencia a the Lego Movie, parodia de los juegos del hambre.
RELACIONES DE APROPIACIÓN CULTURAL	
En este capítulo se muestra el conocido juego de los bloques, dando una campaña publicitaria a Lego, además de querer traer referencias emocionales con este juego, como se utiliza en la película de The Lego movie.	
Lenguaje, términos y palabras utilizadas	Palabras modernas, lenguaje adaptado a modismos mexicanos en la versión latina, variaciones de formas de expresión según el personaje, ciencia ficción.
Productos de consumo y modas	Juegos de Lego, similitudes con la Película Lego movie, parodia de libro Los Juegos del Hambre.
Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales.	Consumo de juegos para niños.
Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.	Manejo de la sátira, apropiación de frases del programa para uso cotidiano, se confirma con el uso de memes de los Simpson en redes sociales.
Aspectos identitarios, basados con apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.	Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores.

## Cruce de variables:

ITEMS	ENCUESTAS Y ENTREVISTAS, EN GENERAL	ENCUESTAS Y ENTREVISTAS, RELACIONADO CON LOS PROGRAMAS VISTOS	THE WALKING DEAD	EL DESAFÍO	LOS SIMPSONS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Lenguaje, términos y palabras utilizadas, específicamente mensajes enfocados a públicos en el rango de edad de la investigación e influenciados por una cultura globalizada. Se toman frases cargadas de modismos, se transcriben y se buscan relaciones directas con los jóvenes entrevistados.</li> </ul>	No se encuentran realmente una influencia directa en el hablar de los jóvenes y los programas que ven. Existen casos aislados.	Normalmente se usan frases y memes humorísticos, alusiones especialmente de The Walking Dead y Los Simpson, por ejemplo en la siguiente entrevista: "Pues ah, yo diría que es como de haciéndolo cómico, ya que uno conoce el personaje entonces como que se mete en el personaje y actúan por un día, pero que este 100% con el mismo personaje todos los días no, no he visto", En alusión a The Walking Dead. "Tiene mucha importancia, la gente lo usa como un referente para su vida cotidiana, digamos que las chicas ven un canal internacional de moda y quieren vestirse como esta ahí o un Reality show quieren hacer las cosas que ellos hacen, imitar las palabras, imitar los gestos, Youtube es ahora Top de Top todo el mundo lo mira, hasta los mas viejos ya buscan lo que desean encontrar entonces tambien eso afecta e influye en la vida de ellos, en lo que ven".	Los caminantes, Alexandria, Lucille, Shiva, los salvadores, la comunidad.	Dialectos colombianos, paisa, costeño, cachacho, santadereano, valluno: Vos, marica, mondá, caja, charro, crossfit, fitness, quinoa, el negro, ninja, Tin, Jey, juego del hambre, desafío a muerte, "Que la fuerza te acompañe", putería,	Ay caramba, do'h!, pequeño demonio, de fábula, tirate a un pozo, vientos, ay nos olemos, woo hool, bazofia, perfectirijillo, estúpido y sensual flanders, matanga, palabras y nombres parodiados de personajes famosos, artículos de consumo, electrodomésticos, automóviles.

ITEMS	ENCUESTAS Y ENTREVISTAS, EN GENERAL	ENCUESTAS Y ENTREVISTAS, RELACIONADO CON LOS PROGRAMAS VISTOS	THE WALKING DEAD	EL DESAFÍO	LOS SIMPSONS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos de consumo y modas, viendo publicidad directa e indirecta, anotando estas pautas y buscando el producto detallado, a qué público va dirigido, valores comerciales y aspectos relacionados con el consumo de los jóvenes.</li> </ul>	<p>Se divisa por parte de los entrevistados una alta carga de consumo producto de los programas audiovisuales, se muestran reticentes a aceptarlo de manera propia pero dan ejemplos de compañeros, familiares y personas a su alrededor que manifiestan tendencias consumistas principalmente provenientes del extranjero, este consumo se da en material cultural y de entretenimiento, ropa y accesorios, tecnología. El acceso a estos productos también ha cambiado respecto a los últimos años, su consumo se está produciendo en su mayoría a través de la Web.</p>	<p>"Hay varios compañeros que compran los cd o los DVD de la temporada, hay otros que tienen manillas y camisas, hay otra serie de la que también se habla mucho y es games of thrones o juegos de tronos también hay varios compañeros que tienen cosas que han salido en la serie como unas monedas, tienen camisas, tienen dragones de daenerys y tienen un montón de cosas, son bastante apegados a eso,... Yo creo que es más moda, pues hace poco empezó esto de los zombis y toda esta cosa y de ahí salió un programa y salió una cantidad infinita cosas relacionadas y así uno no quiera verlas como que más y más lo atraen, hay muchísima publicidad; relacionado con The Walking Dead".</p> <p>"Mis amigos de la universidad les encantan las series, siempre están hablando de zombis o de reyes y yo creo que eso también los influencia porque a veces los veo con accesorios y les pregunto qué de donde son y me empiezan a hablar de la serie", influencia de The Walking Dead y de Game of Thrones.</p>	<p>Moda zombie, efectos especiales, alusiones a marcas de automóviles como Jeep y Ford, marcas de bebidas y alcohol.</p>	<p>marcas de ropa deportiva como Reebok, Nike, Under Armour, Converse, cámaras de acción GoPro, alimentos para deportistas de alto rendimiento.</p>	<p>Parodia de diversos artículos de consumo encontrados en los Estados Unidos, últimamente se parodia mucho a productos tecnológicos, como Smartphones, computadores y consolas de video, de marcas como Apple, Nintendo y Sony.</p>
ITEMS	ENCUESTAS Y ENTREVISTAS, EN GENERAL	ENCUESTAS Y ENTREVISTAS, RELACIONADO CON LOS PROGRAMAS VISTOS	THE WALKING DEAD	EL DESAFÍO	LOS SIMPSONS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propaganda y mensajes políticos, económicos, sociales. Posiciones políticas de los personajes del programa, pensamientos y visiones de temas sociales actuales, que se dirijan al público joven, recopilándolas en el informe de análisis de cada uno de los capítulos de los programas televisivos a revisar.</li> </ul>	<p>En general los encuestados y entrevistados poseen diferentes conceptos de los mensajes que provee los programas audiovisuales tanto en televisión como en otros medios.</p>	<p>No se encuentran rasgos directos asociados a las series escogidas en las encuestas y entrevistas</p>	<p>Mundos postapocalípticos, mensajes de unidad y supervivencia, en grupos poco formados socialmente hablando.</p>	<p>Minima propaganda política.</p>	<p>Tintes políticos reflejados en los personajes, Lisa y Marge demócratas, Homero republicano y muchos personajes con mensajes, políticos, económicos y sociales derivados de la crítica del mundo en los últimos 25 años.</p>

ITEMS	ENCUESTAS Y ENTREVISTAS, EN GENERAL	ENCUESTAS Y ENTREVISTAS, RELACIONADO CON LOS PROGRAMAS VISTOS	THE WALKING DEAD	EL DESAFÍO	LOS SIMPSONS
<p>● Prácticas culturales, comportamientos y actitudes de los personajes que pueden ser adquiridos y/o copiados por los jóvenes.</p>	<p>En las entrevistas, se generaliza que muchos jóvenes adquieren comportamientos nocivos de los programas audiovisuales, sobre todo de programas nacionales, como las telenovelas.</p>	<p>"Yo creo que es, más que moda es la publicidad que le dan, los zombis yo me acuerdo muy bien que los zombis para mi empezaron con Resident Evil desde esa película como que hubo una fanaticada que empezó a creer en esto de los zombis antes fueron los vampiros y ahora son los zombis, entonces son como por épocas de que alguien lanza algo y se vuelve como el hit y de ahí todo el mundo se ve enfocado a ese tema, entonces llama más la atención, y yo creo que por eso lo hacen y uno también toma el gusto de conocer más sobre esto; pues a veces uno cree que como empezaban los zombis se pone a pensar que si eso sucederá algún día, entonces como predecir el futuro" en relación a The walking Dead.</p>	<p>Situaciones de autoridad y gregarismo, fan fiction, incitación a la lectura de cómics.</p>	<p>Problemas y situaciones de la vida real, peleas e intrigas en la casa Fit. Culto al cuerpo, competencias, regionalismo.</p>	<p>Manejo de la sátira, apropiación de frases del programa para uso cotidiano, se confirma con el uso de memes y chistes de los Simpson en redes sociales.</p>
<p>● Aspectos identitarios, basados en apegos emocionales e identificaciones propias de los jóvenes con personajes de cada una de las series.</p>	<p>Se identifica una gran variedad de apegos emocionales en los jóvenes, en proporción a la cantidad y variedad de programas audiovisuales a los que se puede acceder, tanto en televisión como otros medios como la Web.</p>	<p>"El desafío, si creo que ha sido el desafío, porque es como de gente, bueno antes era de gente que llegaba y se superaba así mismos con desafíos que son pues bastante complicados a veces, pues algunos son diría yo que no sería capaz de hacerlos, bastante determinación".                  "Pues ahorita no sé si conozca the walking dead es una serie bastante, ya lleva seis años, pues ya hace como tres meses me la vi y me vi todas las temporadas, para verme la última que empezó hace poco, y me afectó bastante, pues me gustó mucho un personaje y murió hace poco y fue como que jajá impactante de hecho la estaba viendo online y mucha gente lo lloraba ósea es que si es impactante como la gente se encariña, me encariñe del personaje pues porque aunque no era líder él tenía como la determinación y la confianza de decir que se puede sacrificarse, ósea no pensaba nunca en sí mismo sino por el equipo, entonces es algo como que me identifica", en relación a The Walking Dead.</p>	<p>Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores, violencia y acción.</p>	<p>Identificación con personajes según gusto y región de cada uno de ellos, la perseverancia, la disciplina, el esfuerzo de los participantes en las pruebas del programa.</p>	<p>Identificación con los personajes principales de la serie y otros personajes, que poseen distintas personalidades, valores, virtudes y errores.</p>







## Bibliografía

- [1] Arango, Germán. Fragmentación de audiencias en una sociedad multicanal. Gustos y preferencias de adolescentes en Bogotá. Revista Palabra Clave, 1 (11), pp. 11-28. 2008.
- [2] ARANGO-FORERO, Germán y GONZÁLEZ-BERNAL, Manuel Ignacio. Televidencias juveniles en Colombia, vol. 12, núm. 2, Universidad de La Sabana, 2009.
- [3] ARAÚJO VILA, Noelia y FRAIZ BREA, José. El sector audiovisual, ayer y hoy. Del cine al consumo multimedia. 2013. <http://intersexiones.es/Numero4/08.pdf>.
- [4] ARDILA, Ignacio, Participe En El Especial "Las Caras De La Producción Audiovisual En Colombia" 2015, <http://www.revistapym.com.co/destacados/participe-especial-las-caras-produccion-audiovisual-colombia>. [Fecha de consulta: 1 de mayo de 2016]
- [5] BAUDRILLARD, J. "El éxtasis de la comunicación", en La postmodernidad, Barcelona: Kairós, 1985.
- [6] CENTRO NACIONAL DE CONDICIONES DE TRABAJO. NTP 283: Encuestas: metodología para su utilización. España, disponible en línea en

[http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/201a300/ntp\\_283.pdf](http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/201a300/ntp_283.pdf), [Consulta: 20 de Mayo de 2016].

[7] CIFUENTES, Diana y REYES, Juanita. Aproximación a los hábitos de consumo de contenidos mediáticos por parte de los niños y las niñas en Colombia. Ministerio de Cultura - Dirección de Comunicaciones, 2014, [www.mincultura.gov.co](http://www.mincultura.gov.co).

[8] COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN - Plan de Desarrollo 2010- 2013, Disponible en <https://telecomunicacionescolombianormatividad.files.wordpress.com/2012/10/plan-desarrollo-2010-2013.pdf>. [Consulta: 1 de Mayo de 2016].

[9] CUBIDES, Humberto y LAVERDE, María Cristina y VALDERRAMA, Carlos Eduardo. Viviendo a Toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades. Bogotá: Siglo del Hombre Editores. 1995.

[10] DANE, población proyectada con base al censo 2005 1 DANE. Series de población 1985-2020. Disponible en: [http://www.dane.gov.co/daneweb\\_V09/index.php?option=com\\_content&view=article&id=238&Itemid=121](http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=238&Itemid=121) [Consultado: 20 de Mayo 2016]. Página 6 de 24

- [11] EL TIEMPO, <http://m.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/aumenta-el-consumo-de-video-desde-smartphones-en-colombia/16170098/1/home>. [Consulta: 26 de Febrero 2017].
- [12] GARCÍA CANCLINI Néstor, consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización, México D.F.: Grijalbo, 1995.
- [13] GARCÍA CANCLINI Néstor, Culturas Híbridas, México D.F.: Grijalbo, 1990, p. 95.
- [14] GARCÍA REINA, Leticia. Juventud y medios de comunicación. La televisión y los jóvenes: Aproximación estructural a la programación y los mensajes. Madrid: Revista Ámbitos Vol. 11-12. 2004, p. 115-129.
- [15] HIMMELWEIT, Hilde y OPPENHEIM, A.N., y VINCE, P. Television and the child: an empirical study of the effect of television on the young. London: Published for the Nuffield Foundation by Oxford University Press. 1958.
- [16] LA ENTREVISTA CUALITATIVA. Disponible en línea en <https://pochicasta.files.wordpress.com/2008/11/entrevista.pdf>. [Consulta: 24 de Mayo de 2016].

- [17] Livingstone, S. (2003). The changing nature of audiences: From the mass audience to the interactive media user. In A. Valdivia (ed.), *Companion to media studies* (pp. 337-359). Oxford, UK: Blackwell.
- [18] LOZANO, José Carlos, Consumo y apropiación de cine y tv extranjeros por audiencia en América Latina, Huelva: Comunicar; Vol. 15, No 30 (Año 2008). Disponible en <http://dx.doi.org/10.3916/c30-2008-01-010>.
- [19] MARTÍN BARBERO, Jesús y TÉLLEZ, María Patricia. Los Estudios De Recepción Y Consumo En Colombia. Bogotá: Revista Diálogos. 2012. Disponible en línea en <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/73-revista-dialogos-los-estudios-de-recepcion-y-consumo-en-colombia.pdf> [Fecha de consulta: 11 de mayo de 2016]
- [20] MARTIN MARTIN Raúl. Estadística y Metodología de la Investigación. [https://www.uclm.es/profesorado/raulmmartin/Estadistica\\_Comunicacion/AN%C3%81LISIS%20DE%20CONTENIDO.pdf](https://www.uclm.es/profesorado/raulmmartin/Estadistica_Comunicacion/AN%C3%81LISIS%20DE%20CONTENIDO.pdf) [Consulta: 26 de Febrero 2017].
- [21] McCOMBS, M. Newspaper versus Television: Mass Communication

Effects across Time, en D.L. Shaw y M McCombs (EDS), The emergence of American political issues: The agenda-setting function on the press, St. Paul, MN: West Publishing, 1977, (p. 89-106).

- [22] MORALES SEGURA, Carlos Alberto , Investigación De Hábitos De Consumo De Medios Masivos, Del Segmento De Jóvenes Entre 15 Y 18 Años De Edad, De NSE 4- 6 En La Ciudad De Cali, Universidad Autónoma De Occidente, Cali, 2010.
- [23] MURILLO TORRECILLA, Javier. La entrevista. Disponible en línea [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/Met\\_Inves\\_Avan/Presentaciones/Entrevista\\_\(trabajo\).pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Entrevista_(trabajo).pdf) [Consulta: 11 de Mayo de 2016].
- [24] ORTEGA MOHEDANO, Félix. Propuesta metodológica para el análisis de contenido de la Parrilla de televisión en Brasil: análisis de un caso práctico en El estado de São Paulo. [Consulta: 26 de Febrero 2017]. Disponible en <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/3038>.
- [25] PÉREZ SÁNCHEZ, Rolando. Televisión, juventud y futuro: estudio intercultural con jóvenes costarricenses y alemanes. Actualidades en Psicología, Vol.18, No.105, 2002; pp.7-24.
- [26] PÉREZ, Juan Gabriel, disponible en <http://es.investinbogota.org/noticias/bogota-epicentro-de-la-industria-audiovisual-en-colombia> [Consulta: 10 de Mayo de 2016].

- [27] PIÑUEL, José Luis. Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2015.
- [28] QUINTANILLA MONTENEGRO, Elena. Webseries y narrativa audiovisual: análisis de "Malviviendo". Universidad Oberta de Catalunya. Barcelona, 2011. Disponible en [http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/8629/1/equintanillam\\_TFM\\_0611.pdf](http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/8629/1/equintanillam_TFM_0611.pdf)? [Consulta: 24 de marzo de 2017].
- [29] REVISTA SEMANA, <http://www.semana.com/tecnologia/articulo/los-colombianos-prefieren-netflix-y-youtube-sobre-la-tv-tradicional/473071> [Consulta: 26 de Febrero 2017].
- [30] SAUTU, Ruth. Todo es Teoría, Objetivos y métodos de Investigación. Buenos Aires: Editorial Lumiere. 2005.
- [31] SCHLESINGER, Philip y MORRIS, Nancy, Fronteras culturales: identidad y comunicación en América Latina Estudios sobre las Culturas Contemporáneas [en línea] 1997, III (junio): [Fecha de consulta: 1 de mayo de 2016] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31600504>>.

- [32] SUBERCASEAUX SOMMERHORN, Bernardo. Reproducción Y Apropriación: Dos Modelos Para Enfocar El Dialogo Intercultural. <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/23/23-revista-dialogos-modelos-enfocados-al-dialogo-intelectuar.pdf>. [Fecha de consulta: 13 de marzo de 2017].
- [33] SUNKEL, Guillermo. El consumo cultural en América Latina. Bogotá: Convenio Andrés Bello. 1999.
- [34] Toffer, A. El cambio del poder. Buenos Aires: Plaza y Janes, 1990.
- [35] YOUNG, James. Cultural Appropriation and the Arts. USA: John Wiley & Sons, 2015. P. 5.