



**Mediación de la emisora Oxígeno en el proceso de construcción de  
identidades colectivas juveniles en Bucaramanga**

**Andrea Carolina Nocove Marín  
Jennyfer Alexandra Rivera Velasco  
Deybhor Sveyder Peña Patiño**

Universidad Autónoma de Bucaramanga  
Facultad de Comunicación y Artes Audiovisuales  
Programa de Comunicación Social  
Bucaramanga, Colombia  
2016

**Mediación de la emisora Oxígeno en el proceso de construcción de  
identidades colectivas juveniles en Bucaramanga**

**Andrea Carolina Nocove Marín  
Jennyfer Alexandra Rivera Velasco  
Deybhor Sveyder Peña Patiño**

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:  
**Comunicador Social**

Director (a):

Economista (Magíster en Estudios Internacionales e Investigación en Ciencia  
Política) Santiago Humberto Gómez Mejía

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

2016

“Toda propiedad significa una extensión de la personalidad”.

Georg Simmel

## **Agradecimientos**

Durante la realización del proyecto se propone incluir a todos los actores que hicieron parte de él. Primero, a la cultura que ha propiciado la construcción de nuestra identidad y en la que aún permanecemos inmersos. A Dios, a las creencias y conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra formación con la familia en los municipios de Charalá, Bogotá y Bucaramanga. También, en la escuela, el colegio y ahora en la Universidad Autónoma de Bucaramanga con referentes sociales del que hacen parte individuos a los que llamamos docentes que han acompañado nuestros pasos. A ellos, gracias por hacer posible el interés de conocer de cerca a uno de los actores que median en la constante construcción de identidades juveniles: la radio. Y entender que en nuestra profesión la identidad deberá ser la calidad del contenido, un buen uso del lenguaje y el respeto por la audiencia.

## Resumen

Este proyecto expone la mediación de la emisora Oxígeno de Bucaramanga sobre el proceso de construcción de identidades colectivas juveniles. La investigación refleja la percepción de los jóvenes bumangueses frente a este medio; asimismo, los planteamientos de teóricos y expertos a cerca de las estrategias comerciales que utiliza Oxígeno para posicionarse y reforzar la relación locutor oyente a través de discursos para atraer audiencia, que de igual forma, inciden en el comportamiento y formación de identidades de los jóvenes que la sintonizan.

**Palabras clave:** Identidad / jóvenes/ cultura/ radio/ discurso / imaginario colectivo/ percepción

## Abstract

This project exposes the mediation of the Bucaramanga-based radio station *Oxigeno*, in the process of construction of youth collective identities. The research reflects the perception of youths from Bucaramanga in relation to this media, and also reviews different approaches from theorists and experts regarding the commercial strategies that *Oxigeno* uses to position itself and to strengthen the broadcaster-listener relationship through speeches intended to attract audience, thereby impacting the behavior and the identity formation of the youths that listen to the station.

**Keywords:** Identity / youth / culture / radio station / speech / collective imagination/ perception

## CONTENIDO

	Pág.
Introducción.....	7
Antecedentes.....	10
1. Objetivos de la investigación.....	13
2. Marco teórico.....	14
3. Metodología.....	32
3. Trabajo de campo	
3. 1 Resultados.....	34
4. Conclusiones.....	48
A. Anexo: Análisis del medio	
A. 1. Seguimiento	
A. 2. Entrevista locutores Oxígeno	
B. Anexo: Grupos focales	
B. 1. Universitarios	
B. 2. Estudiantes de Secundaria	
C. Anexo: Seguimiento de medios	
D. Anexo: Entrevista expertos	
E. Anexo: Encuesta	
Bibliografía	

## INTRODUCCIÓN

Inmersos en la cultura se encuentran los medios de comunicación que al hacer parte del tejido de relaciones que rodean al individuo durante su vida, median en la formación de identidades colectivas. Sin embargo, su labor en pro del conocimiento y desarrollo de la sociedad se pone en duda cuando el inadecuado uso del lenguaje, discursos y estrategias de poder entran en juego en esta constante construcción.

Al respecto, Rudolf Arnheim considera que la radio “tiene la posesión no solo de estimular los sentidos del hombre sino que también describe su realidad”<sup>1</sup>. Por su parte, Armand Balsebre visualiza al lenguaje radiofónico no solo con palabras “sino como otros sistemas expresivos como la música y los efectos sonoros”<sup>2</sup>.

Al ser los jóvenes “los protagonistas de la llamada sociedad de la información” por estar “gran parte de su tiempo de ocio durante los días laborables centrado fundamentalmente en el uso de medios de comunicación”<sup>3</sup>, la construcción de su identidad es el objeto de estudio de la presente investigación. Además, porque son ellos quienes “responden de forma más o menos unitaria a lo que se les ha enseñado, a lo que fijan sus convenciones. Una forma alternativa de aproximación al universo valorativo de los jóvenes lo constituye la identificación de los ideales de vida, o mejor dicho, de los proyectos de vida”<sup>4</sup>.

Ante la necesidad de adaptarse a un grupo social los jóvenes aceptan la mediación del entorno y con ello ideas y comportamientos que transmiten los medios de comunicación. El medio, por su parte, se adecúa al ambiente del individuo para mantener una relación constante y a su vez refuerza referentes establecidos por la cultura.

---

<sup>1</sup> ARNHEIM, Rudolf, BLANCH, Manuel Figueras. Estética radiofónica. Barcelona 1980. p. 16

<sup>2</sup> BALSEBRE, Armand. El lenguaje radiofónico. Madrid: Cátedra, 1994. p. 6

<sup>3</sup> SÁNCHEZ P., Lorenzo. MEGÍAS Q., Ignacio. Rodríguez S., Elena. Jóvenes y publicidad. Valores en la comunicación publicitaria para jóvenes. 2004. p. 67.

<sup>4</sup> *Ibíd.* p. 36.

Las emisoras, por ejemplo, son un espacio de encuentro y vínculos asequibles, económicos, que guían la producción de programas hacia los intereses juveniles: el entretenimiento. Por ello, las radios musicales y los jóvenes guardan una relación estrecha.

Según un estudio, reproducido en el libro “Jóvenes y publicidad”, con respecto al uso que los jóvenes de 14 a 24 años realizan a los distintos medios de comunicación se constató que “la radio, después de la televisión, es el medio más frecuentado, a pesar de lo cual se sitúa a gran distancia respecto a las audiencias y frecuencias de uso de la televisión. Los programas radiofónicos más seguidos son los musicales, luego los deportivos, magazines e informativos. En último lugar se sitúan las radios libres o comunitarias”<sup>5</sup>.

En este caso, la emisora que se analizó fue Oxígeno de Bucaramanga con radial 104.7 FM., que pertenece al grupo radiofónico de Caracol. La cual, a raíz de reforzar la identidad del medio en 2014 deja de llamarse Tropicana Stereo para ser lo que hoy se conoce como Oxígeno.

El cambio de Tropicana a Oxígeno se debió porque mientras Tropicana Bogotá tenía una programación musical variada, la de Bucaramanga pertenecía al género urbano. De igual forma, Oxígeno Bogotá difundía el género urbano y en Bucaramanga transmitían géneros variados. Al conectarse la emisora regional con la cobertura nacional ocasionaba confusión en los oyentes.

Debido a esto, las Oxígeno del país cambiaron a hacer emisoras urbanas mientras que las Tropicana Stereo transmiten géneros variados. El 21 de marzo de 2015 el medio El Espectador publicó el *ranking* del Estudio Continuo de Audiencia Radial, Ecar, que evaluó los meses noviembre-diciembre de 2014 y enero-febrero de 2015, en el que evidenció que Tropicana Stereo es la segunda emisora del país más escuchada y Oxígeno se posicionó en el quinto lugar de este listado.

---

<sup>5</sup> SÁNCHEZ P., Lorenzo. MEGÍAS Q., Ignacio. Rodríguez S. Op. cit., p. 71



De igual forma, el Ecar de Bucaramanga, señaló que durante los años 2013, 2014 y 2015 Tropicana Stereo se mantuvo en el primer lugar. Este resultado se debió a la acogida que tuvo las estrategias discursivas de la emisora como la interacción y publicidad hacia los jóvenes bumangueses.

Este cambio solo se dio en el nombre, porque los formatos y programación de Oxígeno siguen siendo los mismos. Los resultados de este proyecto servirán para observar el tratamiento del lenguaje por parte de los locutores hacia sus oyentes y cómo la comunidad los percibe. A su vez, exponer cómo la radio media en el proceso de construcción de identidades colectivas juveniles y así concienciar no solo a los realizadores de programas radiales sobre su labor de responsabilidad social, además a su audiencia.

## ANTECEDENTES

Dos casos que involucran a los locutores de Tropicana Stereo y La Mega abren el debate sobre la labor de responsabilidad por parte de los profesionales y del medio de comunicación a la hora de difundir mensajes hacia sus oyentes.

En Bucaramanga, el 27 de mayo de 2013 el medio Vanguardia Liberal reprodujo el comunicado de prensa de Tropicana Stereo en el que se anunciaba la sanción de un periodista y el despido de dos locutores por el mal manejo del lenguaje utilizado por estos. Decisión tomada, luego que la comunidad presentó múltiples quejas por los programas de la emisora ante la Personería del municipio<sup>6</sup>.

Al respecto, Diana Giraldo columnista de Vanguardia Liberal se pronunció el día anterior con el artículo titulado “¡Bien hecho, muchachos!” en la que expresó haberse sentido sorprendida porque los jóvenes, público al que va dirigida la emisora, estaban indignados y pidieron ayuda a la Personería de Bucaramanga para darle fin a la vulgaridad por parte de los locutores del programa<sup>7</sup>.

Otro de los casos se dio el 28 de enero de 2016 la revista Fucsia expuso el caso de Ana María Zapata de 22 años quien sufre del síndrome de Marfan, y que tras ver un video en el que el locutor Carlos Mira de la emisora juvenil La Mega difundió en sus redes sociales, denunció discriminación y burla por parte de él<sup>8</sup>.

El hecho generó que el 30 de enero, tal y como lo difundió la revista Semana, Carlos Mira renunciara a su cargo de director de La Mega Medellín después de las presiones en su contra transmitidas por las redes sociales. Incluso, como lo publicó el medio de El Espectador, Mira decidiría demandar a la joven Zapata por daños ocasionados, argumentando que “él no se burló de la enfermedad de Ana María Zapata, por tanto no hay hechos discriminatorios”<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> Despiden a dos locutores de Tropicana Stereo por manejo inadecuado del lenguaje. Bucaramanga. En: Vanguardia.com, 27, mayo, 2013.

<sup>7</sup> GIRALDO DIANA. ¡Bien hecho, muchachos! Columna de Opinión. En: Vanguardia. com, 26, mayo, 2013.

<sup>8</sup> La dictadura de la burla. En: Personajes. Fucsia.co.

<sup>9</sup> Renunció locutor de La Mega que se burló de una joven con discapacidad. Nación. En: Semana. com, 29, febrero, 2016

Por su parte, opiniones como la del columnista Mauricio Molano con respecto a la responsabilidad social que tiene los comunicadores se conocieron. Molano escribió en El Espectador el 30 de enero que “este tipo de atropellos, gestados desde algunos medios de comunicación y perpetrados por personas inescrupulosas que dicen llamarse ‘comunicadores’, quienes a mansalva atacan a jóvenes indefensos y que además se sienten escudados tras el poder que les otorga la trinchera de los micrófonos, respaldados aparentemente por las cifras del Ecar, deben ser rechazados por todos quienes creemos que hay un porvenir para las generaciones que se están formando”<sup>10</sup>.

Con respecto a los entes que regulan el funcionamiento de la radiodifusión se creó el Ministerio de Comunicaciones que nace por la Ley 31 del 18 de Julio de 1923 durante el gobierno del general Pedro Nel Ospina. Para la época se denominó Ministerio de Correos y Telégrafos. Y tras el decreto 259 del 6 de febrero de 1953 se le da el nombre de Ministerio de Comunicaciones<sup>11</sup>. Hoy, tras la ley 1341 de 2009 se le conoce como Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

La radio llegó a Colombia el 12 de abril de 1923, cuando el presidente Ospina inauguró la Estación Internacional de Morato en el municipio de Engativá, y el servicio inalámbrico entre las estaciones de Barranquilla, Cali y Cúcuta. Y en Bogotá, se estableció oficialmente la primera estación radiodifusora llamada H. J. N<sup>12</sup>.

Aún bajo el control estatal, en la legislación para las radiodifusoras se consagró su función de difundir la cultura y preservar los valores nacionales. El abogado Elker Buitrago expuso en su libro que la orientación de la programación de la radio es

---

<sup>10</sup> MOLANO D, Mauricio. El caso del exdirector de La Mega en Medellín: anunciantes o respeto por la audiencia. Columna de opinión. En: El Espectador 30, enero, 2016.

<sup>11</sup> DE LA ROSA MONCAYO, Hernando. Aspecto jurídico de los medios de comunicación. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas y Socioeconómicas. Bogotá: 1978. p. 32, 33.

<sup>12</sup> *Ibíd.*, p. 98, 99, 101, 105.

incrementar la cultura Nacional<sup>13</sup>. Además, que las estaciones con programación musical debían incluir, por lo menos, el 25 % de autores colombianos y un 35 % deberían ser interpretadas por artistas nacionales.

Si bien antes de la reforma a la Constitución de 1991, en Colombia los medios de comunicación “estaban bajo la tutela y vigilancia del Estado; en el cual el gobierno podría conceder temporalmente su explotación a los particulares pero ser él quien controlara su funcionamiento”<sup>14</sup>. Hoy, tras la lucha por la libertad de expresión y el artículo 20 de la Constitución la situación cambió.

Sin embargo, como lo afirma Hernando De la Rosa Moncayo “creemos en la necesidad de la intervención estatal bajo los parámetros de la ley, respetando libertades individuales y amoldando es actividad reguladora estatal a las exigencias comunitarias”<sup>15</sup>.

Ante la labor de la radio en la actualidad, el lingüista Pompeyo Pino Pisch considera que la audiencia produce tantos o más contenidos que los medios, gracias a todas las posibilidades de interactividad que ofrecen<sup>16</sup>. Por ello, “hay dos palabras claves para mirar el futuro; la marca y la adaptabilidad. Hay que defender la marca pues esta significa credibilidad, calidad de la información, eficacia en los contenidos y en los formatos”<sup>17</sup>.

---

<sup>13</sup> BUITRAGO LÓPEZ, Elker. Manual del derecho de las comunicaciones en Colombia. Bogotá, 1980. p. 449

<sup>14</sup> DE LA ROSA MONCAYO. Op. cit., p. 31

<sup>15</sup> *Ibíd.*, p. 4

<sup>16</sup> Seminario Internacional Los retos de la radio en el siglo XXI. (13 y 14, octubre, 2010: Bogotá, Colombia). Memorias. Universidad Externado de Colombia, 2010. p. 98.

<sup>17</sup> *Ibíd.*, p. 102

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **OBJETIVO GENERAL**

- Determinar cómo la emisora Oxígeno media en el proceso de construcción de identidades colectivas juveniles en Bucaramanga durante el 2015-2016

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Definir conceptos relacionados con la construcción de identidad como la mediación, el lenguaje, la cultura y asimismo, la labor de la radio en este proceso.
- Identificar variables presentes en el proceso de construcción de identidades colectivas juveniles, a partir de los discursos difundidos por la emisora y de la percepción de la comunidad bumanguesa.
- Encontrar la relación existente entre cultura, lenguaje y medios de comunicación inmersos en la construcción de identidades colectivas juveniles.
- Contrastar los contenidos difundidos por Oxígeno Bucaramanga con la percepción de los jóvenes a cerca de los mensajes trasmitidos por la emisora.
- Evidenciar cómo los contenidos emitidos por la emisora generan impacto en el proceso de construcción de identidades colectivas de los adolescentes de Bucaramanga

## MARCO TEÓRICO

Dentro de la interacción cultural que rodea a los seres humanos, el lenguaje utilizado por la emisora Oxígeno para la construcción de discursos persuasivos encaminados a captar la atención de los jóvenes y mantener el posicionamiento del medio, genera un ambiente cotidiano y real para los oyentes que media en el proceso de construcción de identidades, constante y cambiante según sus intereses.

No se puede concebir el concepto de identidad sin relacionarlo a un concepto simbólico de la cultura. Por ello, para Jorge Larraín “no es una esencia innata que permanece igual durante toda la vida” sino “un proceso de construcción en la que los individuos se definen a sí mismos en una estrecha interacción simbólica con los demás”<sup>18</sup>.

Por tanto, al término interaccionismo simbólico lo componen tres aspectos de ámbito social y cultural como son: “el análisis de la interacción entre el actor y el mundo; una concepción del actor y el mundo como procesos dinámicos y no como estructuras estáticas y, la enorme importancia asignada a la capacidad del actor para interpretar el mundo social”<sup>19</sup>.

Teóricos que definen el interaccionismo simbólico como Herbert Blumer, Manis y Bernard Meltzer afirmaban que “los significados y símbolos permiten a las personas actuar e interactuar de una manera distintivamente humana y que a su vez son capaces de modificar o alterar los significados y los símbolos que unan en la acción y la interacción sobre la base de su interpretación de la situación”<sup>20</sup>.

Mientras David Lewis y Richard Smith afirmaron que, “aunque los macrofenómenos existen, no tienen ‘efectos independientes y determinantes sobre la conciencia y la conducta de los individuos’, perspectiva que ‘concibe los individuos como actores

---

<sup>18</sup> LARRAIN, Jorge. El concepto de identidad. Chile. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia. p. 32.

<sup>19</sup> BLUMER, Herbert; ALONSO, Pedro Ridruejo. El interaccionismo simbólico: perspectiva y método. Barcelona, 1982. p. 4.

<sup>20</sup> *Ibíd.*, p. 26.

existencialmente libres que aceptan, rechazan, modifican o, en cualquier caso, 'definen' las normas, roles y creencias'<sup>21</sup>.

Herbert Blumer por su parte, sostiene que "los significados de los símbolos no son universales y objetivos; son individuales y subjetivos en el sentido de que es el receptor el que los 'asigna' a los símbolos de acuerdo con el modo en que los 'interpreta'"<sup>22</sup>.

Aquella interacción no sería posible sin el lenguaje que al unirse con la cultura construyen discursos, los cuales, como asevera Michael Foucault "pertenecen al campo de las prácticas sociales"<sup>23</sup>. A lo que Van Dijk define como "una unidad observacional, es decir, la una unidad que interpretamos al ver o escuchar una emisión"<sup>24</sup> del discurso.

Este último teórico asevera que dentro del procesamiento del discurso se incluye a las creencias, además de que "no hay duda que el conocimiento se relaciona con otras creencias como las opiniones, actitudes o la ideología, entre otras"<sup>25</sup>

Por su parte, Antonio Bravo asegura que "el hombre es por naturaleza un imitador. El proceso sería: imitación, imagen, conocimiento y placer. Aristóteles, por ejemplo, se dirige al niño, quien adquiere todos sus conocimientos por imitación"<sup>26</sup>.

Y si bien el individuo puede escoger cuáles son sus creencias, dentro de la cultura los referentes a los que se busca adaptar están socialmente impuestos. Dentro del concepto de la interacción simbólica, los realistas sociales aseveran que "lo importante es la sociedad y cómo constituye y controla los procesos mentales de

---

<sup>21</sup> *Ibíd.*, p. 5.

<sup>22</sup> *Ibíd.*, p. 6.

<sup>23</sup> VAN DIJK, Teun A. *Ideología. Una Aproximación Multidisciplinaria*. Barcelona 1999. p. 10.

<sup>24</sup> VAN DIJK, Teun A. *Estructuras y funciones del discurso. Una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto ya los estudios del discurso*. 2007. p. 20.

<sup>25</sup> VAN DIJK, Teun. *Tipos de conocimiento en el procesamiento del discurso. Lingüística e interdisciplinariedad: desafíos del nuevo milenio*. 2002. p. 45.

<sup>26</sup> BRAVO CENJOR, Antonio S. *Objetividad en el discurso informativo*. Madrid, 1978. p. 25.

los individuos. Los actores no son libres, sus cogniciones y conductas están controladas por el conjunto de la comunidad”<sup>27</sup>.

Según Van Dijk, el proceso de ideologías de los sujetos es “un sistema de creencias sociales y políticas, que organizan las actitudes de otros tipos de representaciones sociales compartidas por los miembros pertenecientes a un grupo. Ideologías que controlan las representaciones mentales, que son modelos, y que conforman el contexto introducido en el discurso”<sup>28</sup>.

De igual forma, Daniel Prieto Castillo sustenta que el discurso “alude a ciertas tendencias de elaboración de mensajes, a la preferencia de ciertos recursos por encima de otros”, es decir que permite desarrollar un tema de forma libre y personal. La narrativa según Prieto, implica la estructura del discurso a la manera de un relato. “Todo relato tiene personajes, situaciones y ambiente determinado”. Se refiere entonces al relato “como una estructura discursiva, caracterizada por la heterogeneidad narrativa, y en el cuerpo de este pueden aparecer distintos tipos de discurso”<sup>29</sup>.

Jesús Martín Barbero describe que el discurso “no crea, no inventa el hecho, sino que lo pone a significar”. Además, que aquella “simbolización es la operación clave de ese discurso: remitir no al referente sino a su trasfondo, a la memoria, al acervo cultural del lector”<sup>30</sup>.

Por su parte, el teórico Herbert Mead asegura que el individuo interactúa mediante gestos, símbolos significantes a través de los cuales los individuos se comunican<sup>31</sup>; la identidad es la manera en que las formas simbólicas son movilizadas en la interacción para la construcción de una autoimagen, de un reconocimiento y de una narrativa personal.

---

<sup>27</sup> BLUMER, Herbert; ALONSO, Pedro Ridruejo. Op. cit., p. 5.

<sup>28</sup> VAN DIJK, Teun A. Semántica del discurso e ideología. Discurso & Sociedad. 2008. p. 204, 208, 213.

<sup>29</sup> HURTADO, Alberto. El concepto de identidad. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia. p. 2, 3, 4,7.

<sup>30</sup> BARBERO, Jesús Martín. Comunicación masiva: discurso y poder. 1978. p. 215, 216.

<sup>31</sup> BLUMER, Herbert; ALONSO, Pedro Ridruejo. Op. cit., p. 15



En un principio, la identidad se explicaría a partir de concepciones polares; en otras palabras, la identidad de grupo se definía solamente en contraste con la oposición a otros, lo cual aceleraba a la compasión de un fenómeno más bien descriptivo. Sin embargo, dadas las prácticas simbólicas de desarrollo y expansión, la identidad debió comprenderse más que como rasgos descriptivos inusuales como elementos relativos a una red de relaciones sociales en movimiento<sup>32</sup>.

En la actualidad, “se puede evidenciar que en las sociedades existen marcadas diferencias de grupos que sobreviven, viven e interactúan de manera diferente, dependiendo del entorno y espacio donde se desenvuelven. Variables que en una sociedad son evidentes para posicionar específicamente a una persona del común dentro de un grupo social”<sup>33</sup>.

Al respecto, Larrain sostiene que las identidades individuales y colectivas “están relacionadas y se necesitan recíprocamente. Las personas no pueden ser consideradas como entidades aisladas y opuestas a un mundo social. Aunque no se debe ocultar sus diferencias. Las identidades individuales tienen contenidos psicológicos y un solo relato identitario más o menos integrado; mientras que las identidades colectivas poseen varios discursos identitarios y no pueden describirse en términos psicológicos”<sup>34</sup>.

Por ejemplo, las identidades individuales tienen contenidos psicológicos que hacen posible tener un solo relato identitario; mientras que, las identidades colectivas no pueden describirse en términos psicológicos por eso manejan varios discursos identitarios. Así lo confirma Juliana Marcús, “una misma persona tiene conductas variables según los contextos de interacción social y sobre todo en los contextos cara a cara”<sup>35</sup>.

---

<sup>32</sup>MARCÚS, Juliana. Apuntes sobre el concepto de identidad. *Intersticios. Revista sociológica de pensamiento crítico*. 2011. p. 108.

<sup>33</sup>ARIAS, Diego F. GUZMÁN S, Clara P. Diseño de Política Pública para la Estratificación Social a partir de los Ingresos en Colombia y Argentina. En: *Vestigium Ire*. p. 219.

<sup>34</sup> LARRAIN. Op. cit., p. 36.

<sup>35</sup> MOLANO, Olga Lucía. La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial. *Revista Territorios con identidad cultural*. España, 2006. p. 5.

La estructura psíquica presente en las identidades individuales y a la que se refiere Larrain, son rasgos como “el ‘carácter’ que determinan al sujeto, términos que no pueden compartirse, señalarse ni generalizarse dentro de una identidad colectiva”.

Así como Larrain, Marco Lalli propone al entorno físico, donde se ubican los individuos o grupos, como uno de los elementos que determina y constituye la identidad social. “Sentirse y definirse como residente de un determinado pueblo, barrio o ciudad, implica también demarcarse en contraste con el resto de la gente que no vive allí”<sup>36</sup>.

Por su parte, el autor Erving Goffman considera al entorno como el escenario físico donde se desarrolla la interacción social. Y Daniel Stokols lo complementa con la afirmación que “es un elemento más de la interacción”<sup>37</sup>. En otro sentido, retomando la relación entre cultura e identidad, aunque depende de construcciones simbólicas, no son la misma cosa. Mientras la cultura es una estructura de significados en formas simbólicas a través de los cuales los individuos se comunican, la identidad es un discurso o narrativa sobre sí mismos.

Y es precisamente por toda esta diversidad que la construcción de identidad es un proceso cultural, material y social, según Larrain<sup>38</sup>. Cultural porque los individuos se definen en categorías compartidas como la religión, género, sexualidad, entre otros; material, porque los seres humanos proyectan simbólicamente sus cualidades en cosas materiales y social porque la identidad implica una referencia con los otros.

Este proceso Stuart Hall lo denominó como la “internalización del individuo, actitudes y expectativas de otros se transforman en auto-expectativas como la ‘identificación’ de los sujetos”. En el cual, los individuos hacen un intento de “rearticular’ la relación entre sujetos y prácticas discursivas” que se construyen

---

<sup>36</sup> VALERA, Sergi. POL, Enric. El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la psicología social y la psicología ambiental. 1994. p. 6.

<sup>37</sup> *Ibíd.*, p. 7.

<sup>38</sup> LARRAIN. *Op. cit.*, p. 32.

sobre la base del reconocimiento de características compartidas pero que “pertenecen a los imaginario, esfuerzos fantasmáticos de alienación, las cuales nunca se construyen plena y definitivamente sino se reconstruyen de manera incesante”<sup>39</sup>.

Así mismo, Hall asegura que en toda definición identitaria se requiere una referencia a categorías más generales que la especifican. Es imposible autodefinirse en categorías únicas no compartidas por otros<sup>40</sup>.

En cuanto al concepto de cultura, Clifford Geertz la define como “un concepto esencialmente semiótico”, es decir de signos, coincidiendo con Max Weber en que “el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido”. Igualmente consideró que, “la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones”. Geertz entiende como cultura a “un todo que necesita de la interacción con los demás y abarca tantos espacios sociales que es imposible el estudio individual”<sup>41</sup>.

Siguiendo el precepto de Geertz en pensar en el análisis cultural como estudio del carácter simbólico de la vida social, John B. Thompson sostuvo que esa orientación “se puede combinar con una descripción sistemática de las maneras en que las formas simbólicas se insertan en contextos sociales estructurados”<sup>42</sup>. De igual forma que, “los fenómenos culturales también están insertos en relaciones de poder y de conflicto”<sup>43</sup>.

Por otra parte, Humberto Maturana entiende la cultura como un “modo de convivir en el entrelazamiento del lenguajear y el emocionar, en una red de coordinaciones, de acciones y emociones que designó con la palabra conversar”, que significa dar

---

<sup>39</sup> HALL, Stuard. Cuestiones de identidad cultural. España. p. 15, 36.

<sup>40</sup> LARRAIN. Op. cit., p. 33.

<sup>41</sup> GEERTZ, Clifford. Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura. La interpretación de las culturas. 1987. p. 2.

<sup>42</sup> THOMPSON, John B. El concepto de cultura. En ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la creación de masas. p. 43.

<sup>43</sup> *Ibíd.*, p. 13.

vuelta juntos en la conducta y la emoción. “Distintas culturas son distintas redes de conversaciones”<sup>44</sup>.

La cultura sería entonces el sentido construido socialmente. Una trama de significación, una estructura de significados incorporados y relacionados en formas simbólicas, a través de los cuales los individuos se comunican e interactúan complementándose mutuamente; esta cultura se divide en una ‘hegemónica’ y otra ‘pasiva’ en constante conflicto discursivo por quién ejerce dominación.

Stuart Hall entiende a la cultura como “jerárquica en donde existen culturas dominadoras y dominadas, por lo tanto no se puede hablar de una cultura sino de múltiples culturas organizadas en dominancia”<sup>45</sup>. Una cultura que según, Denys Cauche, es “una construcción en constante evolución”<sup>46</sup>.

Sin embargo, en los procesos de internalización Larrain describe que, “este no puede ser un mero reconocimiento del ‘otro’ y del entorno para construir mi ‘yo’”. Manuel García Carpintero plantea el modelo funcionalista el cual consiste en la “definición de los estados mentales como deseos y que el discurso directo que producen los sujetos, atribuyen contenido a esos estados; por siguiente, el mundo es acomodado al contenido de los deseos”<sup>47</sup>.

Al respecto, de los imaginarios que dejan los discursos, Jesús Martín Barbero sostiene que aquel imaginario colectivo tiene como “dominante al imaginario comercial”<sup>48</sup>.

Otra perspectiva de teóricos como James, Dewey, Thomas, Cooley y Mead quienes consideran que la capacidad de pensamiento de los individuos no son “unidades motivadas por fuerzas externas o internas que escapan a su control o situadas

---

<sup>44</sup> MATURANA, Humberto. Modo de vida y cultura. p. 7.

<sup>45</sup> HALL, Stuart. Comunicación, cultura e ideología en la obra de Stuart Hall. Revista Internacional de Sociología (RIS). 2008. p. 10.

<sup>46</sup> CUCHE, Denys. La noción de la cultura en las ciencias sociales. Buenos Aires, 2004. p. 236.

<sup>47</sup> BRONCANO, Fernando. La mente humana. 2007. p. 43, 45.

<sup>48</sup> BARBERO, Jesús Martín. Op. cit., p. 219.

dentro de los confines de una estructura más o menos establecida. Son vistos como unidades reflexivas o interactivas que componen la entidad social”<sup>49</sup>.

La cultura y la identidad son inseparables. La identidad se define por sus límites y no por el contenido cultural que en un momento determinado marca o fija esos límites. Nuestra identidad consiste en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales del entorno social. La identidad marca fronteras entre unos y otros, no es más que el lado subjetivo de la cultura<sup>50</sup>.

En efecto, los individuos utilizan categorías espaciales para definir su identidad social, dado que, “los procesos que configuran y determinan la identidad social de los individuos y grupos parten, entre otros elementos, del entorno físico donde estos se ubican y que este constituye un marco de referencia categorial para la determinación de tal identidad social”<sup>51</sup>.

Para profundizar lo anterior, la identidad supone tres niveles de análisis: reconocimiento de sí mismo, hacia otros y de otros hacía otros; de tal manera nos constituye, construye nuestros cuerpos, maneras de pensar y actuar en el mundo. “La identidad se construye a partir de mecanismos de autopercepción que se inscriben en el lenguaje, en el encadenamiento del relato, en el modo de narrarse a sí mismo y en las formas de narrar en el entorno”<sup>52</sup>.

Esta cultura simbólica utiliza como elementos de interacción el lenguaje, construyendo el relato y por consiguiente el discurso, que serán utilizados en la construcción de identidad por medio de procesos comunicativos, transmitidos por medios masivos en la interrelación dinámica de la sociedad.

Igualmente, Hernando De la Rosa Moncayo asevera que “el hombre para comunicarse no solamente hace uso de un medio natural como lo es el lenguaje,

---

<sup>49</sup> BLUMER, Herbert; ALONSO, Pedro Ridruejo. Op. cit., p. 28.

<sup>50</sup> GIMÉNEZ, Gilberto. La cultura como identidad y la identidad como cultura. Instituto de Investigaciones Sociales de la Unam. México. p. 1.

<sup>51</sup> VALERA, Sergi. Pol, Enric. Op. Cit., p. 6.

<sup>52</sup> MARCÚS. Op. cit, p. 110.

sino que también utiliza medios artificiales, tales como la prensa, radio, cine y televisión”<sup>53</sup>.

La comunicación en la trama del tejido social, se convierte en un “espacio estratégico de las mediaciones socioculturales que posibilita los procesos de interacción social y reconstrucción cultural”<sup>54</sup>. Es así como, la cultura aporta el ambiente de interacción, de acción y experiencia humana articulándose y propiciando un espacio entre la comunicación y el desarrollo.

La función de los medios de comunicación en este caso las emisoras, no serán evaluadas bajo los términos de influencia expuesto por ejemplo, por Robert Cialdini como “unas normas básicas extendidas en la cultura humana, en la cual se exige a la personas corresponder a los que otros les proporcionan”<sup>55</sup>.

Sino más bien bajo el término de la mediación. A la que Martín Serrano definió como “la producción social de todo elemento mediador, sea objeto, relato o rito: o entidades en las que coinciden todos esos rasgos, como los productos comunicativos”<sup>56</sup>.

Tal y como Jesús Martín Barbero afirma “la comunicación se nos tornó cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por tanto no solo de conocimientos sino de re-conocimiento”<sup>57</sup>.

Mediación que Nora Gámez Torres interpreta como cognoscitiva, orientada a integrar el cambio del entorno con la concepción del mundo de las audiencias, “lidiar con el conflicto entre el cambio del acontecer y la reproducción de las normas sociales proponiendo marcos de referencia a partir de los cuales se interpreta lo que sucede”<sup>58</sup>.

---

<sup>53</sup> DE LA ROSA MONCAYO. Op. cit., p. 19.

<sup>54</sup> CORTÉS, Juan José. Cultura y comunicación como praxis para el desarrollo. p. 2.

<sup>55</sup> CIALDINI, Robert B. Influencia, ciencia y práctica. Madrid, 1990. p. 10,60, 69.

<sup>56</sup> TORRES, Nora Gámez. El paradigma de la mediación: crítica y perspectivas. Madrid, España. p. 199.

<sup>57</sup> BARBERO, Jesús Martín. De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Convenio Andrés Bello, 1998. P. 10.

<sup>58</sup> *Ibíd.*, p. 200.

Al no ser una relación de recepción y consumo, el modelo estructuralista planteado por Jean Piaget se adecúa a la relación de oyente-medio. En el cual, elementos independientes del ‘todo’ son agregados a la estructura lo que la hace una totalidad; “Un sistema de transformaciones que está expuesta a las leyes y la autorregulación”<sup>59</sup>.

John B. Thompson considera que “el surgimiento de la comunicación masiva fue un proceso penetrante e irreversible de mediatización de la cultura, acompañó el seguimiento de las sociedades modernas, las constituyó en parte y las definió, en parte, como modernas. Un proceso que sigue ocurriendo a nuestro alrededor y sigue transformando el mundo en que vivimos hoy”<sup>60</sup>.

De igual manera, Néstor García Canclini asegura que el consumo “suele relacionarse a gastos inútiles y compulsiones irracionales. Esta descalificación moral e intelectual se apoya en otros lugares comunes acerca de la omnipotencia de los medios masivos, que incitarán a las masas a avorazarse irreflexivamente sobre los bienes”<sup>61</sup>.

Canclini presenta al consumo como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos, esta caracterización permite ver los actos a través de los cuales se consume como algo más que ejercicio de antojos”<sup>62</sup>. Y “no como un proceso de consumo entre medios manipuladores y audiencias dóciles”<sup>63</sup>.

En la mediación de conducta, “los medios son canales que se utilizan para difundir o imponer ideas; para moldear conciencias”<sup>64</sup>. Igualmente, “los medios masivos como hechos o experiencias culturales que tiene una dimensión técnica, institucional, política y específicamente significativa o, si se quiere, comunicativa”<sup>65</sup>.

---

<sup>59</sup> PIAGET, Jean. El estructuralismo. México. p. 6, 8.

<sup>60</sup> THOMPSON. Op. cit., p. 43.

<sup>61</sup> GARCÍA CANCLINI, Néstor. El consumo sirve para pensar. México. p. 1.

<sup>62</sup> *Ibíd.*, p. 2.

<sup>63</sup> *Ibíd.*, p. 1.

<sup>64</sup> MATA, María Cristina. La Radio: Una relación comunicativa. Revista Diálogos de la comunicación. p. 2.

<sup>65</sup> *Ibíd.*, p. 4.

Al respecto, Guillermo Sunkel cree que “la centralidad que tienen hoy los medios masivos en la producción de los discursos públicos y en la esfera del consumo cultural hace de ellos una vía privilegiada para la constitución de identidades individuales y colectivas”<sup>66</sup>.

Stuart Hall sostiene que todos los “sistemas de comunicación públicos están sujetos a limitaciones sistemáticas y que los *mass media* no pueden ser vistos como entes autónomos, sino como piezas clave en la negociación de la hegemonía social, pues representan a la ideología de la elite, del grupo cultural dominante”<sup>67</sup>.

Los medios le ‘apostaban’ en un principio al inconsciente colectivo para construir una identidad, ahora los medios masivos en articulación con la cultura y la política forman las representaciones sociales para la construcción de identidad. Cristina Mata señala que “los canales son meros instrumentos. En este caso no son modos o actos comunicativos los que quedan fuera del alcance del modelo informacional, sino que él distorsiona la comprensión de los medios de naturaleza masiva como formas de organización cultural, reduciéndolos a una pura dimensión de transportadores de señales”<sup>68</sup>.

Los verdaderos gestores de las identidades públicas contemporáneas son los medios de comunicación. Las identidades mediáticas son las formas de representación pública presentes en el contenido y los mensajes de los medios de comunicación. Se las detecta, igualmente, con metodologías que analizan el contenido y el discurso de los mensajes dominantes en la esfera pública<sup>69</sup>.

En consecuencia, Sunkel asegura que los medios masivos, en este caso la radio “como un medio de alto consumo popular que se ‘acomoda al oyente’ y se deja regir por la cotidianidad”. En concordancia, María Cristina Mata dice, “la radio está

---

<sup>66</sup> SUNKEL, Guillermo. Consumo cultural en América Latina. p. 290.

<sup>67</sup> HALL. Op. cit., p. 10.

<sup>68</sup> MATA, Marta Cristina. Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva. Centro de Comunicación educativa La Crujía. 1994. p. 3.

<sup>69</sup> BLANCO, Víctor Fco Sampedro. Identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas. Revista CIDOB d’Afers Internacionals. Barcelona, 2004. p. 137,136.



pensada como un canal de naturaleza masiva para la trasmisión (difusión) de contenidos en los que se persiguen ciertos objetivos y que pueden o no conseguirse<sup>70</sup>, considerando que, “el conjunto de mensajes elaborados por unos ciertos emisores con la intención de producir efectos en los oyentes”<sup>71</sup>.

Por su parte, Rosa María Alfaro ha trazado el mapa de los modos en que la radio ‘capta’ la densidad y la diversidad de condiciones de existencia de lo popular. Yendo los géneros radiales a las matrices culturales se hace posible explicitar los dispositivos que enlazan lo territorial con lo discursivo, las temporalidades y las formas del nosotros, la memoria y sus sitios de anclaje<sup>72</sup>.

Todo esto se debe a que “la industria sabe que los dispositivos técnicos forman parte del discurso, son parte de su forma tanto o más de su materia, con la consiguiente especialización de los diversos medios en diversos tipos de información”. Martín Barbero afirma además que “la radio vive de la instantánea, transformando en gesto esa palabra que sin ella no sería más que un poco de aire”<sup>73</sup>.

Sin embargo, la radio se “presentará eficazmente al lenguaje de la persuasión, será un vehículo privilegiado para la ‘propagandización’ de valores y un instrumento eficaz para la modelación de conductas. Por ello, los medios de comunicación se han comercializado y ha estimulado festaciones juveniles que surgieron dentro de un determinado contexto y en un momento dado”<sup>74</sup>.

Es la radio financiada por la publicidad cuyo objetivo último es obtener un beneficio económico. Las radios son empresas cuyos productos son las programaciones y el objetivo es alcanzar el mayor número posible de consumidores de un tipo particular. Es por eso que muchas radios nacen desde estrategias de mercado y apuntan directamente a una franja de audiencia de acuerdo a sus consumos culturales. Es

---

<sup>70</sup> MATA. Op. cit., p. 1.

<sup>71</sup> MATA. Op. Cit., p. 2.

<sup>72</sup> BARBERO, Jesús Martín. Op. cit., p. 253, 254.

<sup>73</sup> BARBERO, Jesús Martín. Op. cit., p. 215, 216.

<sup>74</sup> MATA. Op. Cit., p. 3.

el mercado quien determina la música, las voces y el tipo y duración de los programas a emitir<sup>75</sup>.

Y para transmitir mensajes, los medios de comunicación necesitan del lenguaje. “La unidad más pequeña de comunicación es el acto del habla. Nos comunicamos con secuencias de acto de habla. Al hacer discurso producimos texto con significado para ser interpretado por un segundo interlocutor, en un proceso cíclico de comunicación”<sup>76</sup>.

En la comunicación audio-oral, la emisión oral desencadena órdenes cerebrales que ponen en acción los órganos de reproducción del habla. El aire conduce la señal en forma de ondas sonoras al oído del oyente para hacer un proceso de audición y comprensión. Y en la audición el oyente ha tenido que pasar por experiencias previas de observación y conocimiento, semejantes a aquellas que dieron base a la información inicial<sup>77</sup>.

Al respecto, Yesid Penagos, afirma que el “lenguaje y la palabra tienen poder y son vertebradores de la sociedad, los mensajes que transmiten las letras de las canciones impregnan nuestra sociedad, cultura y contexto cada día, convirtiéndose en una vía esencial para transmitir valores, creencias, pensamientos, normas, estilos de vida pensamientos y actitudes”<sup>78</sup>.

Por otro lado, el hecho de que “el lenguaje corriente en su uso permanente y cotidiano, tienda a ser informal y espontáneo, refleja las costumbres, normas y hábitos de las personas según su origen social, rango, origen geográfico y demás aspectos propios de la cultura”<sup>79</sup>.

---

<sup>75</sup> RODRÍGUEZ, Laura. Ponele onda. Herramientas para producir radio con jóvenes. Buenos Aires. p. 11.

<sup>76</sup> ROJAS, Víctor Miguel Niño. Competencias en la comunicación. Hacia las prácticas del discurso. 2011. p. 43.

<sup>77</sup> *Ibíd.*, p. 75.

<sup>78</sup> *Ibíd.*, p. 293.

<sup>79</sup> *Ibíd.*, p. 77.

El lenguaje como Paul Ricoeur asegura “es ante todo y frecuentemente una distorsión”. Tiene doble sentido, es equívoco<sup>80</sup>.

Por eso, “el poder moderno es esencialmente poder discursivo, definido de acuerdo con una sencilla relación de transitividad: existe el poder de controlar el discurso. El discurso controla las mentes de las personas que controlan sus acciones y, por lo tanto, quienes tienen el poder de controlar el discurso también controlan las acciones de las personas. Claro está que este poder no es absoluto, puesto que ningún grupo o institución controla totalmente todos los discursos o todas las acciones de otros grupos”<sup>81</sup>.

Mientras que el discurso no se limita al texto o al habla, sino que también involucra al contexto, la mejor forma de controlar el discurso es controlar su contexto. Controlar los contextos “significa eminentemente controlar los modelos mentales de las situaciones comunicativas, y lo que se considera relevante dentro y respecto de ellas”<sup>82</sup>.

Contrario a esta afirmación, Herbert Blumer, representante del interaccionismo simbólico, reconocía la existencia e importancia de las estructuras, él las definía como “poco más que contextos dentro de los cuales se enmarcan los aspectos verdaderamente importantes de la vida social: la acción y la interacción”<sup>83</sup>.

Antonio Bravo afirma que el hombre “tiene el poder de crear o recrear. Y esta realidad se hace auténtica desde el punto de vista informativo-comunicativo, considerando a la ciencia informativa como una teoría de la interpretación”<sup>84</sup>

Las representaciones sociales suelen ser parte de otras representaciones sociales mayores llamadas ideologías. Si se puede manipular a las personas para que

---

<sup>80</sup> BRAVO CENJOR. Op. cit., p. 26.

<sup>81</sup> VAN DIJK, Teun A. “Discurso y dominación”. Grandes Conferencias en la Facultad de Ciencias Humanas No. 4, febrero de 2004. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia. p. 364.

<sup>82</sup> *Ibíd.*, p. 367.

<sup>83</sup> BLUMER, Herbert; ALONSO, Pedro Ridruejo. Op. cit., p. 45.

<sup>84</sup> BRAVO CENJOR. Op. cit., p. 25, 26.

acepten la ideología preferida, entonces la dominación discursiva ha llegado a su grado máximo de eficiencia<sup>85</sup>.

Al respecto, Van Dijk se refiere a los modelos mentales como representación del “modo en que las personas construyen, de manera subjetiva, los eventos del mundo a partir de sus experiencias”<sup>86</sup>.

Según el teórico Carles Feixa, las culturas juveniles se analizan desde el plano de las condiciones sociales como “el conjunto de derechos y obligaciones que definen la identidad del individuo en el seno de una estructura social; y por las imágenes culturales, entendidas como el conjunto de atributos ideológicos y simbólicos asignados y apropiado para cada individuo”<sup>87</sup>.

El colectivo juvenil aunque dispone de unas condiciones materiales superiores a los de generaciones anteriores, se encuentra “sometido a una enorme fragilidad, puesto que en ausencia de modelos externos claros a partir de los cuales orientar la vida (familiares, ideológicos, religiosos, personales), la construcción de identidad personal se realiza mayoritariamente sobre la base de la experimentación con los pares. El proceso de construcción de la identidad personal hacia la etapa adulta se prolonga cada vez más lo que sin duda hace más fácil la construcción de un sistema de valores relativamente potente, estable y seguro”<sup>88</sup>.

En la construcción de lo social Feixa asegura que “no solo el tiempo construye socialmente lo juvenil; también la juventud construye socialmente el tiempo, en la medida que readapta y proyecta nuevas modalidades de vivencia temporal”<sup>89</sup>. Las formas mediante las cuales cada sociedad conceptualiza las fronteras y los pasos entre las distintas edades son un indicio para reflexionar sobre las transformaciones de sus formas de vida y valores básicos<sup>90</sup>.

---

<sup>85</sup> *Ibíd.*, p. 366.

<sup>86</sup> Van Dijk, T. *Op. cit.*, p. 50.

<sup>87</sup> FEIXA, Carles. Del reloj de arena al reloj digital, sobre las temporalidades juveniles. *Revista sobre Estudios de Juventud*. México, 2003. p. 10.

<sup>88</sup> SÁNCHEZ P., Lorenzo. MEGÍAS Q., Ignacio. Rodríguez S., Elena. *Op. cit.*, p. 59.

<sup>89</sup> *Ibíd.*, p. 23.

<sup>90</sup> *Ibíd.*, p. 9.

El concepto de identidad hace alusión a una representación mental compartida, a un imaginario, este concepto de 'imaginario' constituye una categoría clave en la interpretación de la comunicación en la sociedad moderna, como producción de creencias e imágenes colectivas<sup>91</sup>.

En una etapa en la cual “los jóvenes carecen de referentes, de modelos de identificación generales con base a los cuales orientar su futuro, la construcción de la identidad personal se sustenta en la experimentación, en el aprendizaje a partir de las experiencias propias o de los amigos. Un proceso de construcción de la identidad personal en el cual los medios de comunicación adquieren un protagonismo creciente, hasta adquirir una posición destacada en los procesos de socialización de los jóvenes, en el aprendizaje de ciertos comportamientos y actitudes”<sup>92</sup>.

De esa manera, las identidades colectivas se conforman como el conjunto de creencias compartidas por una sociedad que implican una visión de sí misma como “nosotros”, es decir, una autorepresentación de “nosotros mismos” como estos y no otros. “lo imaginario” permite entender la institución sin reducirla ni a su significación funcional ni a lo simbólico. Porque “más allá de la actividad consciente de institucionalización, las instituciones encontraron su fuente en lo imaginario social”. Desde “lo imaginario” se entretreje una “realidad institucional” con lo simbólico y con lo económico/funcional. Es así como las instituciones forman una red simbólica que, por lo anteriormente expresado, no remite al simbolismo<sup>93</sup>.

Cristina Mata dice: “Comunicarse hace parte de la vida cotidiana de cada ser humano. Comunicarse en el sentido experiencial es compartir, intercambiar. La comunicación en relación con la cultura suele transformarse en producción de mensajes, manejo de instrumentos o canales y estrategias informáticas”<sup>94</sup>.

---

<sup>91</sup>CABRERA, Daniel. Imaginario social, comunicación e identidad colectiva. Universidad Navarra. España, 2004. p. 1.

<sup>92</sup>SÁNCHEZ P., Lorenzo. MEGÍAS Q., Ignacio. Rodríguez S., Elena. Op. cit., p. 69

<sup>93</sup>Ibíd., p. 3.

<sup>94</sup>MATA. Op. cit., p. 1.

La comunicación no es una instancia instrumental, es un proceso dinámico, no es información, aunque sin información no hay comunicación, pero sí información sin comunicación; mientras que la información supone un solo proceso, la comunicación presupone una estructura relacional, todo emisor puede ser receptor, todo receptor puede ser emisor. La comunicación más que un espacio para la transmisión de informaciones, se trata de un espacio de re-conocimiento<sup>95</sup>.

La envergadura antropológica de los cambios que atravesamos y las posibilidades inaugurar escenarios y dispositivos de diálogos entre generaciones y pueblos, los jóvenes constituyen hoy el punto de emergencia de una cultura a otra, que rompe con la cultura basada en el saber y la memoria de los ancianos, cuyos referentes movedizos ligaban los patrones de comportamiento, identidades que atraviesan las demarcaciones culturales desarraigadas, las cultura tienden inevitablemente a hibridarse<sup>96</sup>.

En ese caso, el proceso de construcción de identidades juveniles, el contexto sociocultural tiene un papel fundamental. La industria musical es uno de los factores que median dentro de la sociedad ya que representa de alguna u otra manera la vida del hombre.

Además, “el surgimiento de un nuevo tipo de discurso en los adolescentes puede manifestar su capacidad de apropiarse de realidades sociales (simbólicas y materiales) y expresarlas mediante un discurso irreverente, haciendo visible la complejidad de sus estilos y mundos de vida, de sus imaginarios, emociones, afectaciones y motivaciones”<sup>97</sup>.

Ante el cambio, “los medios de comunicación adquieren nuevos significados para los jóvenes que trascienden la mera información y el entretenimiento. Ofrecen la posibilidad de aprender, de identificar y reconocer códigos morales y de

---

<sup>95</sup> CORTÉS, Juan José. Cultura y Comunicación como praxis para el desarrollo. p. 7, 10.

<sup>96</sup> BARBERO, Jesús Martín. Jóvenes: comunicación e identidad. Revista Pensar Iberoamericana. 2002.

<sup>97</sup> PENAGOS ROJAS, Yesid. Lenguajes del poder. La música reggaetón y su influencia en el estilo de vida de los estudiantes. p. 292.

comportamientos que son aceptados (total o parcialmente) o rechazados, pero que sirven para ir construyendo la identidad personal del joven<sup>98</sup>.

Por tanto, la identidad, la cultura y los medios de comunicación no pueden pensarse como actores independientes. Ante la definición de identidad como un discurso de sí mismo construido a través de la interacción simbólica con los otros, se evidencia la recíproca y necesaria relación con la cultura. Asimismo, los medios de comunicación al ser actores comunicativos y estar inmersos en esta trama de significaciones se orientan para integrar el cambio del entorno con la realidad de las audiencias. A través del lenguaje, relato y la construcción de discursos difunden representaciones sociales que al identificar a la audiencia mantiene o aumenta su sintonía.

---

<sup>98</sup> SÁNCHEZ P., Lorenzo. MEGÍAS Q., Ignacio. Rodríguez S., Elena. Op. cit. p. 28.

## METODOLOGÍA

La investigación se llevó a cabo a través de una metodología mixta que permitió evidenciar la mediación de la emisora Oxígeno de Bucaramanga en la construcción de identidades colectivas juveniles. Por un lado, se trabajó en lo cualitativo con los métodos de entrevista a dos locutores del medio, dos sociólogos, un psicólogo y un experto en radio Latinoamericana; grupos focales a jóvenes estudiantes de bachillerato y educación universitaria, además del seguimiento al medio en diciembre de 2015 y enero de 2016. En lo cuantitativo se realizó una encuesta a habitantes del municipio que sirvió de complemento al grupo focal para mostrar la percepción de los jóvenes bumanguenses con respecto a la labor del medio.

Las entrevistas pretenden dar a conocer desde perspectivas profesionales en disciplinas como la sociología y la psicología, además de la experiencia del experto en radio, cómo se desarrolla las relaciones culturales en las que los medios de comunicación están inmersos, el poder del lenguaje en los procesos de construcción de identidades juveniles y el papel del medio en esa construcción. De igual modo, como método de conocimiento previo del medio se realizó un análisis en los cuatro programas transmitidos por Oxígeno Bucaramanga, así como entrevista a dos de los locutores de la emisora. El temario que se empleó para los expertos en esta actividad se elaboró a partir de los resultados encontrados en la entrevista con los locutores y las percepciones transmitidas en el grupo focal con universitarios.

Se desarrolló un seguimiento de medios para conocer el lenguaje presente en la parrilla de contenidos de Oxígeno. Se analizaron programas y *jingles*. En el método de grupo focal, se realizaron dos sesiones. Una de ella, con siete universitarios entre edades de 16 a 25 años. La otra, con siete estudiantes de bachillerato con la edad de 14 a 16 años. La dinámica consistió en un debate guiado por preguntas relacionadas al empleo del lenguaje por parte de la emisora hacia sus oyentes; se complementó el temario con fragmentos de programas grabados para así observar la percepción de los jóvenes sobre la labor de este medio.



Por otra parte, y con el fin de analizar lo cuantitativo, se escogió el método de encuesta. La muestra se determinó por la proyección 2015 de jóvenes en Bucaramanga, presentadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Dane, público participe del proyecto. Los adolescentes con edades entre 15-19 serían de 43. 947 personas y de 20-24 años de 44. 593 personas. La suma de esto nos dio 88. 540 personas y la muestra se halló a partir de la herramienta “calculadora para obtener el tamaño de una muestra” de la Red de Bibliotecas Universidad Nacional del Nordeste, con 383 encuestas a realizar.

Sin embargo, se hicieron 393. En la plataforma de encuestas Google Drive se elaboraron 153 virtuales y 240 físicas. La tabulación se hizo por este mismo medio. Esta herramienta complementó la actividad con los grupos focales para analizar la percepción de los jóvenes frente al lenguaje que desarrolla Oxígeno Bucaramanga.

## TRABAJO DE CAMPO

### RESULTADOS

Una vez realizado el trabajo de campo con las metodologías anteriormente nombradas, se prosigue a exponer e interpretar los resultados con ayuda de componentes teóricos citados en la investigación. Todo ello se complementó y sirvió de paralelo entre lo académico y la realidad del problema planteado: la mediación que existe entre la emisora Oxígeno 104. 7 de Bucaramanga en la construcción de identidades colectivas juveniles.

En el desarrollo del primer grupo focal, el debate con los siete participantes presentó una interacción constante. Las opiniones y experiencias de los jóvenes fueron profundas, se cuestionaban y respondían. Todos los asistentes participaron. El ejercicio duró dos horas y se concluyó con una realimentación hecha por ellos mismos.

Fue un grupo homogéneo, pertenecían a la carrera de comunicación social y cursaban segundo semestre. La mayoría se identificaron con estrato alto y egresados de colegios privados. Aquella característica pudo categorizar la postura de quienes participaron, con respecto a la segunda sesión hecha a estudiantes de colegios públicos.

Además y teniendo en cuenta que en la actualidad, “se puede evidenciar que en las sociedades existen marcadas diferencias de grupos que sobreviven, viven e interactúan de manera diferente, dependiendo no solo del entorno sino que también del espacio donde se desenvuelven. Variables que en una sociedad son evidentes para posicionar específicamente a una persona del común dentro de un grupo social”<sup>99</sup>.

Lo universitarios al principio, afirmaron escuchar al menos una vez la emisora en espacios como el transporte público, el colegio o también a través de personas cercanas. El grupo señaló que la labor primordial del medio era comercial. Tras

---

<sup>99</sup> BARBERO, Jesús Martín. Op. cit., p. 219.

escuchar los fragmentos de programas reprochaban el lenguaje utilizado por los locutores pese a que sostenían que era entretenido y divertido.

Desde la teoría, Cristina Mata confirma que “Las radios son empresas cuyos productos son las programaciones y el objetivo es alcanzar el mayor número posible de consumidores de un tipo particular. Es por eso que muchas radios nacen desde estrategias de mercado y apuntan directamente a una franja de audiencia de acuerdo a sus consumos culturales. Es el mercado quien determina la música, las voces y el tipo y duración de los programas a emitir”<sup>100</sup>.

Por su parte, Leonardo Ballesteros Melo, locutor de la emisora explica que “una de las reglas de la radio, y esta juvenil, es entretener. Entretener se basa en hacer reír a la persona, ser un amigo más así no te conozcan. A nosotros no nos ven, somos como los magos, a ti te están escuchando y tú qué es lo que estás transmitiendo, alegría, emoción y compañía”.

Los jóvenes aseguraron que consciente o inconscientemente el vocabulario, la música y los *jingles* terminan pegándose en su propio lenguaje, debido a que están expuestos al bombardeo publicitario que hace la emisora.

Con respecto a las identidades colectivas juveniles, concluyeron que es una construcción constante que va cambiando de acuerdo a sus intereses, en la que entra muchos factores. La identidad se forma de la interacción con la cultura en los procesos de comunicación creados por el lenguaje.

Partiendo de estas consideraciones permitieron poner en consenso que la emisora Oxígeno Bucaramanga crea discursos con lenguaje cotidiano que generan recordación, identificación con un grupo determinado y que además posiciona al medio. Sin embargo, esta relación se complementa con la sociedad ya que ella acepta aquel lenguaje porque así es su cultura. Esta radio moldea identidades de unos, refuerza identidades de otros, pero a todos llega. Según Foucault, citado

---

<sup>100</sup> MATA, Maria Cristina. Op. cit., p. 2.

anteriormente, de la unión del lenguaje y la cultura emergen los discursos que propician y pertenecen al campo de las prácticas sociales.

Eduardo Guevara, uno de los entrevistados, confirma que la emisora “Utiliza el lenguaje como estrategia para atraer audiencia. Una adecuación por parte de los medios de comunicación a ese grupo selecto de jóvenes es por medio de sus frases, humor, doble sentido, modos y maneras de ser”.

Dentro de los factores culturales, la construcción de identidad es su principal dependiente. Así no se sintonice frecuentemente la emisora, la sociedad recibe algo de su contenido, aunque sea una decisión personal seguir recibiendo mensajes del medio y quedar con aquellos saberes. Es entonces cuando el proceso de construcción de identidades colectivas cambia a medida de los intereses y de las relaciones de cada sujeto.

En el segundo grupo focal, en el que participaron siete adolescentes, entre los 14 y 16 años. Fue un grupo homogéneo, pertenecían al grado décimo del colegio Aurelio Martínez Mutis. Todos se identificaron con estrato bajo y estudiantes de colegio público.

Comenzaron explicando para ellos qué era la identidad. En su compartir de ideas determinaron que la identidad es la imagen que nos representa y diferencia frente a los demás, que se construye a partir de la cultura y de la autonomía al momento de tomar la decisión en cuanto a lo correcto e incorrecto. Consideraciones que Jorge Larraín apoya al afirmar que “no es una esencia innata que permanece igual durante toda la vida sino es un proceso de construcción en la que los individuos se definen así mismos en una estrecha interacción simbólica con los demás”<sup>101</sup>.

A su vez señalaron que lo que más les gusta de la emisora y lo que consideran que atrapan a los jóvenes es la música y las expresiones, la manera relajada en que asumen los contenidos que manejan. Esto se ve reflejado en lo que Daniel Prieto Castillo sustenta al expresar que “el discurso alude a ciertas tendencias de

---

<sup>101</sup> LARRAIN, Jorge. Op. cit., p. 32.

elaboración de mensajes, a la preferencia de ciertos recursos por encima de otros, es decir que permite desarrollar un tema de forma libre y personal”.

También consideran que al no tener la capacidad de tomar decisiones propias la identidad puede verse afectada a partir de lo que sintonizan en la emisora. Confirman que sí hay una influencia que conlleva a una aceptación y a estar a la moda. Según la socióloga, Paloma Bahamón, “Los individuos moldeamos nuestra personalidad a través de agentes de socialización (familia, escuela, religión, medios de comunicación, por citar algunos) y los procesos para ese moldeamiento tienen en el lenguaje verbal y visual una gran herramienta”.

El haber realizado dos grupos focales diferentes permite que haya un análisis profundo en el que se determine, desde dos ángulos diferentes, lo que vivencian, conocen o escuchan con respecto a cómo la emisora media en la construcción de identidad colectivas juveniles.

Ambos grupos afirmaron que el lenguaje que utiliza la emisora influye en su manera de comportarse pero que a su vez va en el gusto y en el querer ser aceptado, encajar en la sociedad. María Cristina Mata lo confirma al expresar que “la radio presentará eficazmente el lenguaje de la persuasión, será un vehículo privilegiado para la ‘propagandización’ de valores y un instrumento eficaz para la modelación de conductas.

La experiencia de quienes dirigen la emisora Oxígeno y la percepción profesional de áreas de conocimiento relacionadas con los procesos de mediación y comportamiento del individuo dentro la sociedad, permitieron estructurar, guiar, analizar y exponer un proyecto más real.

Uno de los teóricos que expone las cambio que atraviesa el individuo dentro de escenarios de diálogo entre generaciones y pueblos es Martín Barbero, él le da significado a la construcción identitaria de los jóvenes como demarcaciones desarraigadas dentro de una cultura híbrida en cuyos referentes, ligados al comportamiento, son movedizos.

La entrevista que se realizó a los locutores Leonardo Ballesteros Melo y Lina Silva Rojas se llevó a cabo mientras transmitían un programa al aire, lo que permitió observar de primera mano las actitudes de ellos frente a los oyentes. Afirmaron que el principal objeto de la emisora es entretener y mantener la audiencia, fin que justifican con el uso de lenguaje cotidiano y además las estrategias de ser 'vulgares mas no ofensivos'.

Locutores que consideran que la responsabilidad social del medio es ir a barrios populares y presentar artistas que, de alguna otra manera no podrían darse a conocer en otros espacios. También jornadas de recolección de juguetes en épocas navideñas para los niños de escasos recursos. Además, que los formatos y programas que tenía Tropicana Stereo aún se mantienen en Oxígeno, con algunos cambios superficiales de nombre.

En los recesos que se muestra en la entrevista, el locutor hacía breves introducciones o comentarios acerca del tema del día o de las canciones que posteriormente ponía. En esta práctica, se evidenció con mayor frecuencia términos como: 'cosita hermosa, mamacita, un beso, póngaselo donde quiera' y discursos relacionados con: "no se consigan mujeres materialistas" o "quien no haya puesto cachos es mentira". El locutor reiteró a lo largo de la entrevista que la creación de los personajes y el lenguaje que ellos utilizan es una representación cotidiana.

"Es ineludible que vivimos de símbolos", asevera Antonio Bravo quien además cita a Freud cuando se refiere a "los sueños y símbolos que se concibe como la 'sustitución de una realidad' para dar paso a la metáfora. Asimismo, menciona a Giambattista Vico y la distinción de tres tipos de metáforas (fábulas, símbolos y mitos); la primera, representación de lo concreto por una máscara; la segunda, la 'fantástica que produce ídolos evocadores' y la última, la creadora que aporta al ser. Transferencia mítica que hace a los hombres capaces de vivir en relación unos con otros, guiados por un proyecto de humanidad"<sup>102</sup>.

---

<sup>102</sup> BRAVO CENJOR, Antonio. Op. cit., p. 25.

Ante la labor de quienes están a la cabeza de un medio de comunicación, Bravo subraya que “no podemos aceptar nuestra profesión a otro nivel que no sea el de servicio público. Y este servicio es incumplido si el periodista, renunciando a todo idealismo y servilismo, no posee un espíritu crítico notable”<sup>103</sup>.

Lo que se encontró a raíz de la experiencia con los locutores de la emisora sirvió para construir un temario y debatirlo con la socióloga, Paloma Bahamón. Ella señala que el lenguaje ‘humorístico’ que utiliza Oxígeno para captar audiencia tiene discursos patriarcales en las que unos dominan: “el medio es dominante, humor que ridiculiza al débil”.

Bahamón agrega que esta es una cuestión estrechamente relacionada con la cultura del país, “somos un país maleducado”, que acepta estas expresiones y actitudes por parte de la emisora. Considera que Oxígeno no asume el sentido de responsabilidad social y cree que esta es hacer caridad de trabajo.

Por su parte, el sociólogo Eduardo Guevara, asegura que la emisora se adapta al público para llegar a la audiencia, además de competir con herramientas tecnológicas que transmiten contenidos inmediatos. Afirma que la audiencia decide qué escuchar y que debido a esto la radio debe adecuarse a este nuevo público. Asevera que el lenguaje que emplean es pensado por el mercado y al ser descomplicado, dejan de lado la labor del medio: formar. Piensa que aquí, el receptor es pasivo.

El sociólogo Guevara considera al receptor, en este caso, en función del modelo funcionalista como lo plantea Manuel García Carpintero en la que los deseos se identifican con los discursos emitidos por la emisora y actúan como un gancho que detiene al sujeto a seguir consumiendo al medio.

Al contrario, el psicólogo social, Cristián Peña, explica que esto sucede porque el lenguaje tiene una base emocional, que da significado. Por ello, hay identidad de

---

<sup>103</sup> *Ibíd.*, p. 16.

identificación de ciertos términos. Por ejemplo, el lenguaje está en todo, y no todo se graba, sino se encuentra utilidad o emoción para su vida no se identificará. Recalca que todo se mueve por la cultura, jóvenes queriendo ser distintos a los adultos, grupos sociales e individuos queriendo estar en él.

Por su parte, la socióloga Bahamón, ratifica que las identidades se construyen por el ambiente cultural. Expone que este ambiente contiene diferentes factores como el sexista, patriarcal en el cual se muestran las sociedades dominadas y dominantes y el lenguaje ayuda a reforzar todas esas funciones. Los individuos moldean la personalidad a través de agentes de socialización, se define a través de otro con el poder de aprobar o rechazar y el miedo a no ser aceptados por el contexto social lleva a moldearse al gusto de otros.

Así como el psicólogo Peña el teórico Hall definió a la identificación de los sujetos como el proceso de internalización de actitudes y expectativas de otros a transformarse en autoexpectativas, en las que se requiere una referencia a categorías más generales que la especifican y que se comparten por otros.

El psicólogo Peña, también habla de los medios como transmisores de mensajes, que estudian la audiencia, escuchan y adaptan a sus clientes. Coincide con Guevara y el locutor Ballesteros, en el que el medio se adapta, pero también que las identidades se construyen culturalmente, característica culturales marcadas que refuerza el lenguaje.

Para entender la labor de las emisoras, el experto en radio Latinoamericana, Tito Ballesteros López, recalca que este medio, así sea comercial o de entretenimiento debe tener responsabilidad social, de educar, informar y entretener. Discurre que quien estudia comunicación social tiene saberes para no caer en lenguaje inapropiados que emplean algunos medios radiales juveniles. La radio no deja de tener responsabilidad social, así no tengan claro el concepto, formar a partir de la difusión de mensajes inapropiados.



Se concluye con estas opiniones profesionales y experienciales que las identidades colectivas juveniles no se crea, sino se moldean y se forman dependiendo de los intereses; intereses inculcados por el ambiente cultural en que se vive, se escoge qué se quiere tomar para esta formación.

Los medios de comunicación, transmiten mensajes con discursos que refuerzan y expresan significación de cotidianidad que mantiene al oyente. El individuo decide, pero esas decisiones pueden estar mediadas por los factores culturales de otros. Por ello, las identidades individuales y colectivas son relaciones recíprocas, sin una no puede existir la otra, pero las dos construidas por factores culturales que median en la identidad y formación de la persona.

Por su parte en el método cualitativo, según estadísticas de las 393 personas que participaron en la encuesta, el 81,9 % escuchan radio; lo que evidenció que los jóvenes de más de 18 años, con un porcentaje del 50 %, y entre 15 y 18, con el 45 %, aún consumen en este medio. El 82,7 % prefieren escuchar formatos musicales que informativos lo que afirma que estos jóvenes que consumen radio se moldean por la información que transmite las emisoras musicales como Oxígeno.

De los jóvenes encuestados el 61,4 % coincidieron en que el lenguaje hacia los oyentes, de las emisoras musicales que escuchan, no es adecuado lo que concuerda con las afirmaciones de la socióloga Bahamón y del experto en radio, Ballesteros, en el uso de un lenguaje que ellos denominan 'chabacano' y con el cual los jóvenes, al estar en contacto con la emisora y formación cultural, empiezan a utilizarlo en sus expresiones.

En cuanto a la interacción y moldes que los jóvenes recogen en la construcción constante de identidad. El 46,3 % de los participantes consideran que las emisoras influyen en la personalidad de los jóvenes.

En el caso específico de la emisora Oxígeno de Bucaramanga, de los jóvenes encuestados, el 57,9 % dicen haberla escuchado y el 28,8 % haberla escuchado a veces. Y por lo tanto, el 43,3 % de los encuestados contestaron que el lenguaje de

Oxígeno Bucaramanga es regular mientras que el 27,2 % dice que es malo y tan solo el 21,3 % considera que es bueno.

También, el 36,7 % respondió que sí consideraba que Oxígeno Bucaramanga influye en la personalidad de los jóvenes y el 45,6 % piensan que tal vez influye en la construcción.

Y a la pregunta, de qué manera considera que Oxígeno Bucaramanga influye en los jóvenes, los participantes respondieron con 44,1 % de una manera regular, 34 % malo y tan solo el 11,2 % considera que es buena.

En el seguimientos de medios se evidenció que tanto en los programas como en los *jingles* utilizados por Oxígeno Bucaramanga, los locutores emplean con sus oyentes un lenguaje cercano a las vivencias hacía el público a la que se dirigen. Por esto Eduardo Guevara Cobos, sociólogo, afirma que “Las emisoras tienen que adaptarse a los públicos para poderle llegar a la audiencia” (...) “Los jóvenes deciden qué escuchar y frente a esa decisión, la radio como medio tiene que adaptarse a dicha determinación, de manera que el proceso de acoplo es al contrario”.

Sin embargo Tito Ballesteros, experto en radio, argumenta que “El ejercicio de la radio debería ser un ejercicio colectivo”. En el que hoy por hoy se evidencia con la opinión del publico gracias a las tecnologías en espacios virtuales y por el cual se permite hacer un ejercicio a favor de lo que se considera comunicación en el que el poder está en manos de la audiencia, que a diferencia de la radio, son tan solo receptores.

A partir de la premisa a la que se refiere Eduardo Guevara diciendo que son las emisoras quienes se someten a las necesidades del público para generar audiencia, Tito Ballesteros asegura que es la radio quien impone su estilo, “cuando le preguntamos, dicen es que la gente pide eso, la gente pide lo que tú le das, si tú le das merengue la gente te va a pedir merengue. Que hay cierta música para los diferentes estratos, eso lo dirán los sociólogos a partir de los estudios, pero creo es que cualquier persona de estrato de cero a cinco accede hoy a los contenidos de la misma manera”.

Y es que “la estratificación social que ha acompañado el discurso de los países latinoamericanos trayendo consigo barreras al desarrollo. También deber ser entendida “cómo los ingresos facilitan los roles o forma de vida de los individuos dentro de una sociedad”. p 219.

En lo que respecta a las responsabilidades sociales y del medio, Teun A. Van Dijk explica que son compartidas. Van Dijk dice que las ideologías de los sujetos son un sistema de creencias sociales y políticas, que organizan las actitudes de otros tipos de representaciones sociales compartidas por los miembros pertenecientes a un grupo. Ideologías que controlan las representaciones mentales, que son modelos, y que conforman el contexto introducido en el discurso.

Asimismo el material de grabación sé seleccionó, escogiendo los audios tomados de las emisiones con más relevancia en cuanto al contenido de un discurso concreto por parte de los locutores de la emisora para que el seguimiento de medios en su transcripción no fuese repetitivo e incoherente. Por otra parte, las intervenciones de los locutores se manifiestan en un transcurso de quince minutos entre música, *jingles* y publicidad y su duración en la participación de los locutores está en un promedio de uno a cinco minutos.

Leonardo Ballesteros Melo, locutor de Oxígeno Bucaramanga, en su entrevista expone que, “La proyección de nosotros es compartir un momento agradable, llevar buena música y ser compañía de ustedes. Esto es juvenil, musical, *crossover*, más que noticioso”. A diferencia de la afirmación del locutor, en las llanadas de los oyentes se refleja que además de ofrecer compañía y buena música en criterio del medio; este utiliza los premios como estrategias para atraer e interactuar con el público. Tito Billeteros dice” uno premia a una persona, ¿está habiendo una radio de aquí para allá?, quiere decir, escuche y tome. Lo que nos falta es un poco de esa participación”.

En ese caso se asegura como este tipo de radio comercial se ve limitado para generar grandes cantidades de audiencia en una autofórmula basada a un canje o

trueque, en el que no es suficiente para el medio transmitir por medio de una programación sino utilizar como objeto de gancho programas conformados en publicidad, comentarios de situaciones cotidianas, premios por sintonizar con frecuencia a la emisora. Cabe resaltar que como lo dice el modelo funcionalista Manuel García Carpintero, plantea que la definición de los estados mentales como deseos y que el discurso directo que producen los sujetos, atribuyen un contenido a esos estados; por siguiente, el mundo es acomodado al contenido de los deseos. Es decir que como se mostró en análisis de los programas de Oxígeno y en las entrevistas con los locutores de este medio, La publicidad y los premios que ofrecen en la emisora por sintonizarla, son empleados como anzuelo directo a los anhelos consumistas de los espectadores para así generar un gran flujo de audiencia.

A partir del ello, Paloma Bahamón socióloga afirma lo siguiente. “Ellos son personas de fórmulas, ellos dicen que no están haciendo una responsabilidad social pero si están haciendo una caridad de trabajos. Pero si no asumen esa responsabilidad como medios de comunicación deberían entenderse como ciudadanos y ciudadanos que tienen un poder y es el poder de comunicar”.

En cuanto al rastreo señalado, durante los programas los locutores finalizaban constantemente las llamadas, oponiéndose al comportamiento demorado en la contestación de los oyentes. A partir de ello, los locutores exigen a su participante que canten los jingles de modo semejante a estos, para reforzar de manera obligatoria, la identidad del medio. Sí no es así los locutores privan del premio a estos y el acto seguido luego de cortar la comunicación, es hacer comentarios ofensivos en tonos burlescos por parte del locutor. Sin embargo, el flujo de personas que se comunican vía telefónica, es superior al que se comunica para pedir una canción o enviar un saludo.

Cristian Peña Torres, sicólogo, expone que “hay palabras de uso, por ejemplo el saludo en los jóvenes con la palabra ‘marica’, para nosotros puede ser grotesco, para ellos son de cariño, depende de la identidad que se vaya construyendo en el grupo, por eso es significativo para ellos. Dura un tiempo, después la persona lo reevaluará y cambiará su comportamiento”. Esto quiere decir que para Peña Torres

el lenguaje utilizado en este tipo de medio comercial para jóvenes, corresponde al mismo lenguaje empleado en su cotidianidad, por lo que para otro tipo de oyente más selectivo y más maduro, el vocabulario se tornaría molesto.

A propósito, Yesid Penagos, afirma que el “lenguaje y la palabra tienen poder y son vertebradores de la sociedad, los mensajes que transmiten las letras de las canciones impregnan nuestra sociedad, cultura y contexto cada día, convirtiéndose en una vía esencial para transmitir valores, creencias, pensamientos, normas, estilos de vida pensamientos y actitudes”.

En el análisis de medios, los locutores también utilizan frases o fragmentos de las canciones del repertorio elegido por Oxígeno. Partiendo que las frases son utilizadas para referirse a algunas de las vivencias o experiencias que los locutores suponen que han experimentado los oyentes. Un ejemplo de ello es cuando la locutora Lina Silva Rojas en varias ocasiones menciona la frase “borró cassette”, frase que titula una de las canciones del artista paisa de reggaetón Maluma. Esta expresión hace referencia a que las personas se olvidan de lo que pasó el día siguiente luego de haber bebido durante una noche.

Es así como Eduardo Cobos señala que cómo medios de comunicación la radio, no se encuentra exenta al propósito formador en dónde el mismo medio es quien tiene la decisión, sin olvidar que todos los medios están regulados por leyes, de seguir reincidiendo y legitimando tipos de malos discursos y tomarlos habituales en una comunidad que no aprueba este tipo conductas ofensivas con doble sentido.

En concordancia, María Cristina Mata dice “la radio está pensada como un canal de naturaleza masiva para la trasmisión (difusión) de contenidos en los que se persiguen ciertos objetivos y que pueden o no conseguirse”, considerando que, “el conjunto de mensajes elaborados por unos ciertos emisores con la intención de producir efectos en los oyentes”.

Si el discurso empleado en una emisora comercial, en este caso Oxígeno Bucaramanga, es el que reafirma el lenguaje consuetudinario para jóvenes y

aplicado por los mismos, es el que de alguna manera incide en el moldeado de una identidad juvenil.

Paloma Bahamón sustenta y explica lo siguiente, “en nuestra cultura la identidad se define a través de otro ya establecido que ejerce el poder de aprobar o rechazar. El miedo a no ser aceptados por su contexto social lleva a muchas personas a moldarse al gusto de ese otro e incluso aceptar del otro bromas de mal gusto e insultos en pos de ser ‘aceptado’. La discriminación se vuelve una broma insultante que se acepta pro esa fragilidad de la construcción identitaria puesta más en el otro que en la autonomía y la autoafirmación”.

En otras palabras todo depende de la estructura psíquica presente en las identidades individuales y en la que Larrain argumenta diciendo, que son rasgos como el ‘carácter’ los que determinan al sujeto, términos que no pueden compartirse, señalarse ni generalizarse dentro de una identidad colectiva.

De ahí Van Dijk reafirma lo anterior diciendo que el poder moderno es esencialmente poder discursivo, definido de acuerdo con una sencilla relación de transitividad: existe el poder de controlar el discurso, el discurso controla las mentes de las personas, que controlan sus acciones y, por lo tanto, quienes tienen el poder de controlar el discurso también controlan las acciones de las personas. Claro está que este poder no es absoluto, puesto que ningún grupo o institución controla totalmente todos los discursos o todas las acciones de otros grupos.

Frente a lo antes descrito, Noam Chomsky elaboró una lista de las diez estrategias de manipulación mediática, de las cuales se definirán cinco que tienen relación con los resultados encontrados en la investigación.

La primera, la estrategia de distracción que consiste en desviar la atención del público con el fin de impedir que se interesen por los problemas sociales que lo rodean. De igual modo, la utilización del aspecto emocional como estrategia permite “abrir la puerta de acceso al inconsciente” del individuo para “implantar ideas, deseos o inducir comportamientos”. Tal y como se expone en la entrevista al locutor

de Oxígeno en la que cuenta el fin de entretener e identificar con la cotidianidad de los bumangueses los personajes presentes en su contenido.

Las estrategias de mantener al público en la ignorancia y mediocridad como estimular al sujeto a ser complaciente con la mediocridad promovieron que el individuo “crea que es moda el hecho de ser estúpido, vulgar e inculto”. “Las calidad de la educación dada a las clases sociales inferiores debe ser la más pobre y mediocre posible”, agregó el autor. La utilización del lenguaje de Oxígeno propicia un espacio en el que se puede “ser vulgar sin ofender”, lo que expone la percepción que el locutor tiene de su labor en el medio frente a sus oyentes.

Y por último, otra de las estrategias expuestas por Chomsky puede relacionarse con los mensajes transmitidos por Oxígeno. Conocer a los individuos mejor de lo que ellos mismos se conocen pues “el sistema ejerce un control mayor y un gran poder sobre los individuos, mayor que el de los individuos sobre sí mismos”. Que es específicamente lo que buscan los personajes presentes en los contenidos que difunde la emisora.

## CONCLUSIONES

Dentro del estudio identitario juvenil en Bucaramanga, la cultura y los medios de comunicación no pueden pensarse como actores independientes, teniendo en cuenta que las identidades colectivas juveniles existen como un proceso de construcción en el que se definen a sí mismos a través de la interacción simbólica con los otros; interacción que no sería posible sin la cultura, aquel tejido de significaciones en la que están inmersos los individuos.

Los medios de comunicación por su parte, aparecen como un espacio de encuentro, con el fin en sus inicios de difundir cultura y preservar los valores nacionales. La radio al ser actor comunicativo y mediador, además de estar inmerso en esta trama de significaciones, se orienta para integrar el cambio del entorno con la realidad de las audiencias. Unión que permite la socialización de experiencias que el joven utiliza a lo largo de su construcción para identificarse y pertenecer a los grupos presentes en la sociedad.

Mediación posible a través de discursos cotidianos que generan emoción y por consiguiente, recordación en sus audiencias, lo que refuerza, a su vez, la relación locutor oyente. La emisora Oxígeno de Bucaramanga a través del lenguaje, atrae, refuerza o permea en la cotidianidad de los jóvenes y con ello aporta a la estructuración de su identidad.

Y pese a que, ante la necesidad de adaptarse a un grupo social los jóvenes aceptan las mediaciones de Oxígeno, los intereses, creencias, valores y conocimientos aprendidos o establecidos socialmente están en constante cambio.

Y aunque se conozca la relación e importante papel de estos actores en la construcción identitaria juvenil, las estrategias comerciales se sobrepone a los preceptos de responsabilidad social y labor comunicativa de Oxígeno. Esto sugiere la modificación de la forma de transmitir mensajes, en la que el medio cumple la simple función de entretener dejando a un lado la calidad de su contenido, el respeto por la audiencia y desconociendo a qué precio mantiene a sus oyentes.



**A.1. ANEXO  
ANÁLISIS DEL MEDIO – SEGUIMIENTO**

Dinámica	Fecha	Hora	Programa/ Locutor	Jingle	Descripción del programa	Etiquetas
<p>Como método de reconocimiento del medio se realizó un análisis de los cuatro programas de la emisora (La Papaya, Oxígeno en Línea, el Parche Oxígeno y el Trasnoshow Oxígeno) durante tres días.</p>	19/10/15	2:00 a 6:00 p. m.	El Parche Oxígeno /Lina Silva Rojas	Oxígeno la que está de moda	<p>Oxígeno 104. 7... Escapémonos de una que voy a entregar muchas recargas Oxígeno en este preciso momento. Oxígeno la radio que está de moda, pilas nenes y a todas las nenas; recuerden que Oxígeno me recarga y me hace feliz. Oxígeno siempre de moda... <i>lets go nene</i> 104. 7. Oyentes de una marcando, de <i>one</i>. Entra llamada:  <b>Lina:</b> Hola, hola, Oxígeno ¿con quién?  <b>Oyente1:</b> Oxígeno Jhon  <b>Lina:</b> Cuéntame saludos para quién, ¿ya pediste tus entradas o para tu recarga Oxígeno?  <b>Oyente1:</b> Quiero las entradas.  <b>Lina:</b> ¿Para qué nene?  <b>Oyente1:</b> Para la mansión del terror.  <b>Lina:</b> A las cinco de la tarde están pendientes para que empiecen a opinar o a participar y ganen muchas Oxígenos recargas de minutos y datos para tu celular; solamente por decirme de una: Oxígeno, Oxígeno, Oxígeno</p>	Opinar o participar

					para mí, Oxígeno me recarga y me hace feliz. Oxígeno siempre de moda.	Me hace
	19/10/15	2:00 a 6:00 p. m.	El Parche Oxígeno /Lina Silva Rojas	Oxígeno en la radio la número uno  Oxígeno, te recargamos de energía, te recargamos de actitud, te recargamos de música, te recargamos de minutos y datos para tú celular, para que seas el capo de tu parche.	Venimos hacer entrega de muchos, muchos pases para que se vayan a la mansión del terror. Y desde ya te cuento el tema de la tarde: ¿Usted le daría las contraseñas a su pareja? ¿Sí? ¿Por qué motivo o razón? o ¿Por qué no se las daría? Listo <i>baby</i> este es el tema para que ustedes empiecen a marcar para que también puedan tener muchas recargas de minutos y ya saben la clave, como es: "Oxígeno, Oxígeno, Oxígeno para mí, me recarga y me hace feliz. Oxígeno siempre de moda". Así que de una, si estás despachado en la casa o lo que andes haciendo puedes ganar con Oxígeno muy fácil y de una, para que llamen y pasen la tarde. Lo pueden hacer de una marcando 6 30 2000 y ganan con Oxígeno. <i>Yeah baby</i> en este lunes, ya venimos con todas 304 583 1723. Ellos son Chino y Nacho, los del romantiqueo, yo me voy enamorando...	Me hace feliz



				<p>personal. Así que desde ya ustedes pueden comenzar a opinar a través de nuestro WhatsApp 304 583 1723.</p> <p><b>Lina:</b> Quiero que lo digas como lo decimos 'Riri' y yo. ¿WhatsApp? y yo digo <i>men</i>, (risas)</p> <p><b>Leo:</b> ¿Usted puede creer? Tolerarla estas dos horas es bravo pero bueno ustedes pueden llamar y comenzar a marcar al 6 30 20 00, y opinar el tema del día.</p> <p><b>Lina:</b> ¿Usted no la daría?</p> <p><b>Leo:</b> ¿Yo? Jamás.</p> <p><b>Lina:</b> Usted quiere decir entonces que se habla con más viejas...</p> <p><b>Leo:</b> Es que eso es personal, eso es una clave personal, eso es algo de uno, eso es privacidad. Sabe, ¿qué es lo peor de todo?</p> <p><b>Lina:</b> ¿Qué?</p> <p><b>Leo:</b> Que hay parejas que no se conforman viendo lo que a uno le escriben ahorita, sino que se van a buscar la conversación de hace dos años o tres años y le pelean a uno por esas conversaciones tan pendejas.</p> <p><b>Lina:</b> Leo ¿pero te ha pasado?</p> <p><b>Leo:</b> Me ha pasado... por eso entonces desde ahí no volví a darle la clave a nadie.</p>	Es privacidad
--	--	--	--	--	---------------

					<p><b>Lina:</b> ¡Yo sí! Mi novio me dice... Mi amor dame tu contraseña y yo digo: bueno, está bien.</p> <p><b>Leo:</b> A mí pídamme otra cosa, eso sí se lo doy (risas)</p> <p><b>Lina:</b> ¿Plata? ¿Plata? Esta canción está buenísima, la hace Fanny Lú y J Álvarez. Recarga y hasta más... de una <i>baby</i>.</p>	
	20/10/15	6:00 a 8:00 p. m.	El Trasnoshow Oxigeno /Leonardo Ballesteros Melo/ Lina Silva Rojas	Oxígeno la que está de moda	<p><b>Lina:</b> Leo deberíamos plantear una idea para el programa de mañana.</p> <p><b>Leo:</b> Okey. Vamos a ver qué opina la gente a través de nuestro WhatsApp.</p> <p><b>Oyente1:</b> Oxígeno, Oxígeno para mí.</p> <p><b>Leo:</b> A no pero es que esa vieja está mandando...</p> <p><b>Lina:</b> <i>Baby</i> a través de WhatsApp puede participar para ganarsen las recargas de Oxígeno, por el momento vámonos con oyentes. Aló, Oxígeno ¿con quién? ¿Hola?</p> <p><b>Oyente2:</b> Oxígeno, oxi...</p> <p><b>Leo:</b> Espérate, espérate un momentico, amor escúchanos primero... Ah no pues qué, el mensaje ahí para que vengan y recarguen y ya, ¿qué dijeron que no van a opinar?</p> <p><b>Lina:</b> Deben estar atentos cuando digamos al aire, ya es momento para que empiecen a marcar, para que</p>	

					<p>empiecen a decir la clave Oxígeno y empiecen a ganar recargas. La mejor opinión va a ser la ganadora.</p> <p><b>Leo:</b> Sí, es más sí la opinión está buena se le puede regalar también recarga y también la entrada para que vaya a la mansión del terror.</p> <p><b>Lina:</b> ¡Ya! De una pueden hacerlo enviando notas de voz.</p>	
	20/10/15	6:00 a 8:00 p. m.	El Trasnoshow Oxigeno /Leonardo Ballesteros Melo/ Lina Silva Rojas	Oxígeno en la radio la número uno	<p><b>Leo:</b> Siempre he dicho que la pelea no es que se aparezca la vieja, el problema es que uno...</p> <p><b>Lina:</b> Caiga.</p> <p><b>Leo:</b> Es que uno cae, uno cae, (risas).</p> <p><b>Lina:</b> Ustedes pueden enviar sus notas de voz ya que tenemos maratón de recargas a esta hora para que ustedes ganen. Seis de la tarde y treinta y seis. Qué dicen los oyentes a través del WhatsApp Oxígeno.</p> <p><b>Leo:</b> Por acá dice una mamacita o un parcero no sé qué será... dice: no le daría la clave de mis redes sociales a mi pareja porque eso es privacidad y es personal. Por acá también hay una nota de voz que dice...</p> <p><b>Lina:</b> Deben decirla, de una lo que opinan y participan a través del WhatsApp Oxígeno. Leo diga la verdad que usted se la pasa viendo viejas ahí bailando...</p>	

**Leo:** La verdad no, (risas). Hay otras que me mandan. Vamos a ver qué dicen por acá.

**Oyente1:** Oxígeno me recarga...

**Leo:** No le entiendo qué es lo que dice...

**Lina:** Que quiere ganar recargas.

**Leo:** Este man que está consumiendo parece.

**Lina:** Todos los nenes y todas las nenas pueden ganar recargas al dar la clave Oxígeno. Vámonos de frente con oyentes.

**Lina:** Aló (cuelgan)

**Leo:** Lina está buscando la clave para dárselas a los oyentes. Pero está ponchada porque la tengo yo aquí y la clave llevamos dándosela desde la tarde. No parece dejen de ser tan 'aranganos' también.

**Lina:** Yo quería colaborar también. Bueno, ahora con oyentes. Aló oxígeno con quién.

**Oyente2:** Con Daisy.

**Leo:** Mamacita el tema de la noche es el siguiente: tú le darías tu clave a tu novio de tus redes sociales, bien sea de tu Facebook (...)

**Oyente2:** No.

**Leo:** ¿Por qué no lo harías?

**Lina:** Porque tienes fechorías, ¿cierto?

					<p><b>Oyente2:</b> No, porque es personal.</p> <p><b>Leo:</b> Cierto que sí, porque hay cosas que uno... No, lo que pasa es que hay viejas que no se aguantan que uno le diga a otras viejas mi amor.</p> <p><b>Lina:</b> A no mi amor pero es que usted se la pasa diciéndole a todas mi amor y a todas las viejas y a todos... pues déjame decirte...</p> <p><b>Leo:</b> Pero es que eso es una cosa de respeto y de cariño, no es de... Es más yo a las señoras les digo, a mis primas, amigas, a las viejas... ¡Hey mi amor ¿cómo vas?! Eso no quiere decir que nos vayamos a acostar o no, es así o no Daisy.</p> <p><b>Oyente2:</b> Sí.</p> <p><b>Leo:</b> Es que hay que tratar bien a sus amigos, el hecho de que Daisy le escriba a sus amigos: hola gordo o hola bebé o hola mi amor no quiere decir que ella se esté acostando con él o sí.</p> <p><b>Lina:</b> bueno nena y respirando qué emisora</p> <p><b>Oyente2:</b> ¡Oxígeno!</p> <p><b>Lina:</b> Aló. Oxígeno con quién</p> <p><b>Oyente3:</b> Oxígeno, Oxígeno para mí, me recarga y me hace feliz...</p> <p><b>Leo:</b> Otra vez esta vieja.</p> <p><b>Lina:</b> ¿Quién es?</p>	<p>Respeto y cariño</p> <p>Acostando con èl</p> <p>Me hace feliz</p>
--	--	--	--	--	--	--



					<p><b>Oyente3:</b> Lizeth.  <b>Lina:</b> Pero Lizeth tú ya habías participado.  <b>Leo:</b> No pero que... Lizeth mi amor usted qué quiere, que le recarguemos el teléfono a toda su familia mamacita  <b>Oyente3:</b> Yo quería recargar...  <b>Leo:</b> Por eso mamacita también quiere que le recarguemos a otro más. ¿A qué otro número quiere que le recarguemos?  <b>Oyente3:</b> A un Claro, Claro.  <b>Leo:</b> Ay no mi amor, yo no tengo la culpa que usted venda minutos (risas). Ay qué tal mi cliente, ¿no?  <b>Lina:</b> (risas)  <b>Leo:</b> ¡Tan bonita! (risas)</p>	
	20/10/15	10:00 a. m. a 2:00 p. m.	Oxígeno en Línea /Leonardo Ballesteros Melo Melo	Oxígeno la que está de moda	<p>Oxígeno la que está de moda papi, ya es la una de la tarde y once minutos, <i>lets go</i>, parchando con ustedes con lo mejor de la música. En lo clásico estamos en retro Oxígeno y yo soy Leonardo Ballesteros Melo Melo, el del perreo, y llegó el momento de presentar una nueva, una nueva y se llama no lo pienses más mamacita. En</p>	

					el momento me devuelvo con llamada y recargas, y voy a recargar de una.	
	29/10/15	2:00 a 6:00 p. m.	El Parche Oxígeno/ Lina Silva Rojas	Oxígeno la que está de moda	Momento marcando, en este momento. Ya nene, con la emisora más chimba de Bucaramanga. No han venido por sus entradas de cine y llegó el momento de entregarles las entradas a todos los que sí están en la juega; que si quieren ir de cine pueden ir conmigo este sábado a las diez de la mañana en Cine Colombia. Vamos a estar ahí en Cañaveral a ver la película en la premier "Enterrando a mi ex", así que si quieres llevar a alguien de tu parche a cine pues de una, <i>lets go</i> nene. Únete a la farra Oxígeno la que está de moda, síguenos en las cuentas oficiales en Instagram, Facebook... Ahí estaremos parchados esta tarde y entregaremos más pases para la Mansión del terror.	Más chimba de Bucaramanga  Estaremos parchados esta tarde.  Entregaremos más pases
	29/10/15	2:00 a 6:00 p. m.	El Parche Oxígeno/ Lina Silva Rojas	Oxígeno está de moda niño	<b>Lina:</b> Momento de irme con oyentes. Aló Oxígeno con quién <b>Oyente1:</b> Con Lina. <b>Lina:</b> ¡Ay ya perdiste! Chao lero, chao lero, lero. Hay que decirlo de una y decir soy Oxígeno fulanita y estoy de moda niño, así de fácil. Escúchanos en	Moda niño

					<p>Bucaramanga en el 104. 7 y llama al 630 2000.</p> <p><b>Lina:</b> Aló Oxígeno con quién</p> <p><b>Oyente2:</b> Yo soy Oxígeno Mafe y estoy de moda niño.</p> <p>Lina: Hey Mafe, ¿dónde estás?</p> <p><b>Oyente2:</b> En la Cumbre.</p> <p><b>Lina:</b> Mafe, ¿cómo es tu apellido?</p> <p><b>Oyente2:</b> Galindo.</p> <p><b>Lina:</b> Mafe Galindo yo te doy tu pase pero si vienes ya... si dejas para mañana perdiste el año, ¿okey? Hágle pues aquí la espero, mamacita escuchando ¿qué emisora?</p> <p><b>Oyente2:</b> Oxígeno la que está de moda niño.</p> <p><b>Lina:</b> De una marca y si me van a salir con que no puedo ir porque estoy trabajando... (risas). Si ganas ahorita en esta ronda manda a alguien con tu número de documento, con tu foto de cédula que queda uno lindo (risas), 6302000.</p> <p>Entra llamada:</p> <p>Lina: Aló. Oxígeno con quién</p> <p><b>Oyente3:</b> Yo soy Oxígeno Diego y estoy de moda niño.</p> <p><b>Lina:</b> Diego papacito en ¿qué barrio estás?</p> <p><b>Oyente3:</b> Aquí en el Centro.</p>	<p>Moda niño</p>
--	--	--	--	--	---	------------------

					<p><b>Lina:</b> Centro... dame tu nombre y tu apellido, ¿cómo es?</p> <p><b>Oyente3:</b> Diego Rodríguez.</p> <p><b>Lina:</b> ¿Tú si quieres irte a cine? Te espero aquí en Oxígeno y te espero ya, te vi volando...</p>	
	29/10/15	6:00 a 8:00 p. m.	El Trasnoshow Oxigeno /Leonardo Ballesteros Melo/ Lina Silva Rojas	Oxígeno está de moda	<p><b>Leo:</b> Nos vemos ya en el parque San Pío. Oiga ya tengo la boca verde, no sé, no sé qué pasó (risas). No sé es algo que... todo mi cuerpo se está volviendo verde como el hombre increíble, (risas) pero bueno...</p> <p><b>Lina:</b> Pero ¿dónde marica?</p> <p><b>Leo:</b> No, para que vean ahorita les voy a mandar una foto para que me vean la boca en estos momentos. Y lo peor que todos mis ojos también se están transformando. Bueno, hay que recordar algo, hoy son las ultimas entradas para que ustedes vayan a la Mansión del terror, las entradas que estamos entregando es para que usted vaya hoy. Sabe que es lo mejor Lina, que las personas que hayan cometido pecados, las personas que no les hacen caso a su familia, las mujeres que han sido cachonas, a los hombres que les han pegado como una mujer, se los va a llevar el mismo patas.</p> <p><b>Lina:</b> ¡Oh my god!</p>	

					<p><b>Leo:</b> El patas y el mismo viruñas, (risas), en el mismo parque San Pío.</p> <p><b>Lina:</b> Cómo va a ser el recorrido Leo para que la gente se active.</p> <p><b>Leo:</b> Esta vaina se llena y mata a una persona, nos quedamos acá, pero la invitación es para que las personas se vengán de una estamos en el parque San Pío. Oiga, no vamos a estar mucho tiempo y vamos a estar recorriendo Bucaramanga, y vamos a estar dando muchas, muchas entradas y si quieren entradas tienen que llegar acá, al Parque San Pío.</p>	
	4/11/15	2:00 a 10:00 a. m.	Oxígeno en línea/ Leonardo Ballesteros Melo Melo	Oxígeno está de moda	<p>Me vengo con llamadas de una al 6 30 2000 y hay muchos mensajes que llegan a través de mi WhatsApp y lo están programando. Esto lo hace J Balvin men. Saludos para todos los necios y necias, así como hay manes necios hay viejas necias también. Las once de la mañana nueve minutos y llegó las recargas, llama al 6 30 2000 y ustedes me programan la canción que quieren escuchar y me saludan al que se les dé la regalada gana y obviamente voy a estar entregando maratón de recargas. Así es que si usted no tiene minuticos marquen al 6 30 2000. Me voy con llamadas.</p>	

					<p>Entra llamada:</p> <p><b>Leo:</b> Aló. ¿Oxígeno con quién?</p> <p><b>Oyente1:</b> Aló con Oxígeno Yohana</p> <p><b>Leo:</b> Oxígeno Yohana. Mi amor eso lo haces con el jefe y con Lina, pero conmigo primero me saludas vale mi amor</p> <p><b>Oyente1:</b> A bueno.</p> <p><b>Leo:</b> Okey, mamacita, ¿dónde estás metida?</p> <p><b>Oyente1:</b> ¿Cómo?</p> <p><b>Leo:</b> ¿Dónde estás metidita?</p> <p><b>Oyente1:</b> No te entendí.</p> <p><b>Leo:</b> En dónde estás me-ti-da mi amor, en qué barrio estas me-ti-da</p> <p><b>Oyente1:</b> En Guadalupe, Santander.</p> <p><b>Leo:</b> Eso dónde queda mi amor</p> <p><b>Oyente1:</b> Más acá del Socorro, como a una hora.</p> <p><b>Leo:</b> A okey, listo mi amor y te quieres ganar una recarga, me doy cuenta que sí.</p> <p><b>Oyente1:</b> Sí.</p> <p><b>Leo:</b> A okey, sencillo y eres fiel oyente de la emisora</p> <p><b>Oyente1:</b> Pues más o menos la escucho...</p> <p><b>Leo:</b> Más o menos es un caucho mi amor así que la clave me la haces y me haces el favor y me la dices cantándome esto así: tan ta rara ran.</p>	
--	--	--	--	--	---	--

					<p>Así que dime la clave, ¿cómo es?</p> <p><b>Oyente1:</b> Las recargas salen gratis y están bien pólvoras porque están de moda ñiño con Oxígeno...</p> <p><b>Leo:</b> No no no no, métale el flow del champetero, na na na na na na, hay la recargas la recargas na na nana, métele el flow mami, qué pasa.</p> <p><b>Oyente1:</b> Cómo es otra vez, otra vez. Las recargas na na na las recargas sí okey, bien pólvoras porque están de moda con Oxígeno sí sí sí.</p> <p><b>Leo:</b> ¿Cómo me llamo yo mi amor?</p> <p><b>Oyente1:</b> Leonardo Ballesteros Melo Melo</p> <p><b>Leo:</b> ¿Cómo?</p> <p>Oyente1: Leonardo Ballesteros Melo Melo.</p> <p><b>Leo:</b> ¿Ese man quién es?</p> <p><b>Oyente1:</b> Usted.</p> <p><b>Leo:</b> ¿Yo? Será.</p> <p><b>Oyente1:</b> (risas) ¡Ay!</p> <p><b>Leo:</b> Mi amor, ¡Ganaste recargas! Mamacita no me vayas a colgar para tomarte los datos, ¿okey? vale mi amor.</p> <p><b>Oyente1:</b> Ajá.</p> <p><b>Leo:</b> Vale, mamacita un besito. Pueden hacer lo que se les dé la regalada gana, mira con lo que me</p>	<p>Están bien pólvoras Están de moda ñiño</p> <p>Bien pólvoras porque están de moda.</p>
--	--	--	--	--	--	--

					vengo, esto lo hace Alexis y Fido y lo escuchas en la radio de moda.	
	4/11/15	8:00 a 10:00 a. m.	La papaya/ Leonardo Ballesteros Melo Melo	En este mes te recargamos de energía, te recargamos de actitud, te recargamos de música, te recargamos el celular.  Oxígeno la que está de moda	Por acá hay una mamacita que me dice: ¡Ay Leo! Hágame famosa, hágame famosa, (risas). Aló para Lady Cristancho un besito, mi amor, si quiere que la conozcan tómese una foto al lado mío, deje de ser boba. Aquí estamos activados, hoy es miércoles y esta es la emisora del perreo. En este momento me voy a venir con los saludos que las personas nos dejan a través de nuestro WhatsApp muy fácil, muy fácil.	Deje de ser boba  Esta emisora es las del perreo
	4/11/15	8:00 a 10:00 a. m.	La papaya/ Leonardo Ballesteros Melo Melo	Oxígeno está de moda niño	La tiene clara, ¿verdad? Está de moda niño... Me voy de una con llamada, llegó el momento de irme con llamada a en este momento. Miren lo que tienen que hacer ustedes para ganarcen la recarga, muy fácil: me tienen que mandar la clave pero no por medio de nota de voz sino que me envían un video. Así que me hacen el favor y me hacen un video donde me digan la clave y donde en el fondo se escuche obviamente la emisora de moda. Los primeros videos que me manden así de una les voy a recargar para que no anden sin minutos, para	



				<p>que anden ahí llevados. ¡Hey!          Estamos activados mi niño.          Entra llamada:  <b>Leo:</b> Aló. Oxígeno con ¿quién?  <b>Oyente1:</b> Con Yuli.  <b>Leo:</b> ¿Cómo estás mi amor? Mamacita de ¿dónde llamas?  <b>Oyente1:</b> De Real de minas.  <b>Leo:</b> Y saludito para ¿quién?  <b>Oyente1:</b> Para Bryan.  <b>Leo:</b> y ese ¿quién es?  <b>Oyente1:</b> Un amigo  <b>Leo:</b> un amigo, (jajajaja). Ese es el cachón de tu novio. Dime ¿si no? ¿Es o no es el cachón de tu novio? Dime la verdad.  <b>Oyente1:</b> No  <b>Leo:</b> ¿Seguro? ¿Por qué no eres novia todavía del man?  <b>Oyente1:</b> Porque no, somos amigos.  <b>Leo:</b> ¿No te gusta? ¿Solo amigos especiales? Seguro. Me hubiera dicho quién es el que le gusta de una vez y le hubiera regalado la recarga. Mi amor pero ven me imagino que quieres ganarte recarga, ¿Si?  <b>Oyente1:</b> No, una canción.  <b>Leo:</b> ¿Qué canción?  <b>Oyente1:</b> Me voy enamorando.  <b>Leo:</b> ¡Ay! Me voy enamorando y disque no está enamorada y que no</p>	<p>Estamos activados niño</p> <p>Cachón de tu novio</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>tiene novio y no. Usted por qué me dice mentiras</p> <p><b>Oyente1:</b> (risas)</p> <p><b>Leo:</b> porqué se ríe mi amor, seguro el que no nada no se ahoga mi amor.</p>	
	4/11/15	10:00 a. m. a 2:00 p. m.	Oxígeno en Línea/Leonardo Ballesteros Melo Melo	Oxígeno está de moda niño	<p>Hace cuánto tenías sin escuchar esto... (canción) hace rato... hace rato que no lo escuchabas y hoy en Oxígeno hay canciones que hace rato no escuchabas; muy clásicas así que escríbenos al WhatsApp 300 045 8317 y si me dicen: Leo quiero escuchar este clásico, quiero que me llames a tal persona y me le dedique este clásico y parece eso lo voy a hacer de una. Ustedes me dan los números de las parejas o las personas que quieren que les dediquemos una canción... o dime si no te acuerdas de esto... (canción). Todo lo escuchas en retro Oxígeno.</p> <p><b>Oyente1:</b> Oxígeno 104. 7 la que está más pegada niño. ¡Hey! viejo Leo un saludo ahí para la cerro motor show en Sabana de Torres.</p> <p><b>Leo:</b> De una.</p> <p><b>Oyente1:</b> El parcerero de parceros y la recarguita mi viejo, mi nombre es Edward Millán y desde aquí de Piedecuesta saludando a toda la familia.</p>	

					<p><b>Leo:</b> ¡Hey! De una. Voy a tener que llevar una moto por allá mi rey, a ver qué es lo que hablan. ¡Hey! Papi tú sabes que tú tienes, hay que comprobar.</p>	
	4/11/15	10: 00 a. m. 2:00 p. m.	Oxígeno en Línea/Leonardo Ballesteros Melo Melo	Oxígeno está de moda niño	<p>Como pasa el tiempo de rápido mi rey, y la gente sigue mandando... Bueno, por aquí ya me mandaron un video, por aquí hay una mamacita que me mando el video. Vamos a ver ella lo que dice ahí, mándamelo de una mi amor.</p> <p><b>Oyente1:</b> Recargas Oxígeno están bien pólvoras porque están de moda niño con Oxígeno.</p> <p><b>Leo:</b> Y es una vieja toda bonita parece. Mi amor dígame dónde está para ir a buscarla de una, (risas). Vamos a ver que dice también este parcerito, a ver, a ver.</p> <p><b>Oyente 2:</b> Hola viejo Leo saludes de Oxígeno Ronald, para felicitarlos por esa excelente emisora...</p> <p><b>Leo:</b> Hágale papá, gracias.</p> <p><b>Oyente2:</b> Y porque quería pedirle que por favor me regalaras unos pases para Happy Land.</p> <p><b>Leo:</b> ya le digo cómo, de una, con lo que me vengo, dimelo Nicky, el man que se viene para acá al concierto en</p>	Bien pólvoras porque están de moda

					Bucaramanga, cerrar el año como se merece papá.	
--	--	--	--	--	---	--

## A. 2. ANEXO ENTREVISTAS LOCUTORES OXÍGENO

Metodología	Dinámica	Transcripciones	Evidencia
Cualitativo	Lina Silva Rojas y Leonardo Ballesteros Melo, locutores Oxígeno Bucaramanga	<p><b>¿Cómo preparan el programa?</b> El programa de la mañana es el que más que todo es preparado, en el que Lina da su Top Oxígeno y yo también doy mi Top Oxígeno, entonces son preguntas, son cosas y respuestas que le da la gente. Eso tú lo preparas en el transcurso del día, un momentico y así el programa va saliendo. Porque tú muchas veces que cuabras un programa y no sabes qué pueda pasar en el día, o sea hemos cuadrado programación muy buena pero llegan artistas y nos toca cambiarlo. Más que organizar la programación o tener qué es lo que vamos a hacer, es llegar con la energía de que le vas a transmitir algo chévere a la gente, a los oyentes; porque como esto es una emisora juvenil, popular, no es una emisora noticiosa ni informativa, entonces tú no te vas a buscar noticias de lo que está pasando aquí, para eso están las otras emisoras. Los que quieran que los entrevistemos vienen acá. La proyección de nosotros ¿cuál es? Compartir un momento agradable, llevar buena música y ser compañía de ustedes. Esto es juvenil, musical, <i>crossover</i>, más que noticioso. Lina está acá porque nosotros hacemos en la mañana un programa que se llama La Papaya y está todo el equipo. Yo hago un personaje en la mañana, o sea, yo no estoy como Leo. Uno de ellos es Pepe Paraguas. Entonces, el programa termina a las 10 a. m. y ella se va a descansar, entro yo como</p>	<p>Eso tú lo preparas en el transcurso del día, un momentico y así el programa va saliendo</p> <p>Más que organizar la programación es llegar con la energía de que le vas a transmitir algo chévere a la gente</p> <p>Proyección: compartir momento agradable. Llevar buena música. Ser compañía.</p>

		<p>Leo a hacer mi programa y voy hasta la 1 p. m. Ahí llega Lina hasta las 6 p. m. , regreso yo hasta las 8 p. m. Oxígeno desde las 8 p. m. hasta las 8 a. m. se enlaza con Bogotá, entonces la programación es nacional.</p> <p><b>¿Por qué se da el cambio de Tropicana a Oxígeno?</b></p> <p><b>Lina:</b> El sistema Oxígeno de Bogotá es urbano, la Tropicana Bogotá es salsa, es variada. Las Tropicana a nivel del país estaban urbanas. Tú conectabas con Bogotá Tropicana, nosotros acá urbano y ellos allá salseros. Hicieron ese cambio a nivel nacional, colocando Oxígeno como urbano y a las Tropicana que en Bogotá eran salsa y el resto del país vallenato, las voltearon como variadas.</p> <p><b>Leonardo:</b> Otra cosa, hay gente que está confundida y dice ‘Oxígeno La Vallenata’ u ‘Oxígeno que me muero’, no. La Vallenata, esa emisora murió acá en Bucaramanga, el nombre porque la que ahorita es Tropicana es la que antes era La Vallenata. Nosotros desde que empezamos cogimos el nombre que tiene Oxígeno a nivel nacional, que es ‘Oxígeno La radio urbana’ o ‘Oxígeno La radio de moda’. La Tropicana que aparece en el <i>ranking</i> es Oxígeno, porque ese fue el trabajo que se hizo desde hace tres, cuatro, cinco años hasta la actualidad. Nosotros llevamos de haber cambiado el nombre hace aproximadamente un año. La Tropicana que ustedes tienen es la urbana, más no la variada.</p> <p><b>¿Desde cuándo está trabajando con esta emisora?</b></p> <p><b>Leonardo:</b> Yo estoy en Tropicana, porque yo entré cuando echaron al equipo que había antes. Yo no soy de acá de Bucaramanga, a nosotros nos hicieron convocatoria, trajeron a un director de Cali, trajeron a una compañera de Bogotá y yo que soy de Santa Marta. Quisieron implementar un</p>	<p>Yo entré cuando echaron al equipo que había antes</p> <p>Quisieron implementar un equipo que no fuera de la</p>
--	--	--	--

		<p>equipo, que no fuera de la ciudad, que no lo conociera y que trajera y aportara algo diferente. Desde ahí, duré un año, después cambiamos y ahorita somos Oxígeno.</p> <p><i>[Cosita hermosa, saludito para quién a esta hora / Fuiste al concierto de Don Omar, y eso por qué, ah no qué boleta de verdad / O por tus hijos, ¿vas a ir al Metro Concierto? No tienes boleta, déjame decirte que eres una boleta / Mi amor te voy a registrar de una / Mi amor tienes que estar muy pendiente, vale mamacita, cosita hermosa / Un besito, póngaselo donde quiera mi vida porque mira con lo que me vengo, mira, mira, mira (canción)]</i></p> <p><b>¿En qué otros aspectos ha cambiado la emisora?</b>  Hay programas que cambian en el sentido, tanto de nombre, de Tropi a Oxígeno, pero casi se maneja lo mismo. El Top Oxígeno, el Parche en las tardes, los retro. Solo que hay momento en los que le metemos nuevos personajes, porque tú sabes que hay personajes que guardan mucha recordación en las personas. Entonces como ya no tenemos el mismo nombre y no queremos que la gente se confunda y no queremos nosotros tampoco confundirnos, armamos otro personaje que tenga recordación.  Cambia en género. Bucaramanga antes estaba contaminada de mucha música, mera factoría y los pelados no sabían de otros géneros ni de otros artistas. Porque es que la contaminación radial que a veces se daba, era a un solo género, no, es que ustedes tienen que escuchar esto. Entonces, nosotros lo que tratamos es de cambiar, lo que es la programación, lo que es de que si tú estás con tu hijo o estás con un señor adulto, la escuche sin necesidad de incomodarse. Tenemos estilos para cada una de las edades.</p>	<p>ciudad y que trajera y aportara algo diferente</p> <p><i>[Cosita hermosa, saludito para quién a esta hora / Fuiste al concierto de Don Omar, y eso por qué, ah no qué boleta de verdad / O por tus hijos, ¿vas a ir al Metro Concierto? No tienes boleta, déjame decirte que eres una boleta / Mi amor te voy a registrar de una / Mi amor tienes que estar muy pendiente, vale mamacita, cosita hermosa / Un besito, póngaselo donde quiera mi vida porque mira con lo que me vengo, mira, mira, mira (canción)]</i></p> <p>Hay personajes que guardan mucha recordación en las personas  Nosotros cambiamos programación  Tenemos estilos para cada una de las edades</p>
--	--	---	--

		<p>Obviamente, Oxígeno es una emisora urbana juvenil pero estamos también refrescando el oído del oyente con una canción antigua, por ejemplo canciones de la Oreja de Van Gogh, Maná, entre otras. Tratamos de que la curva melódica sea agradable.</p> <p><b>¿Qué géneros manejan y cuál es el fuerte?</b> El género fuerte es urbano, reggaetón. Pero, nosotros tratamos que la curva melódica sea agradable para cualquier oyente y se mezcla con pop, electrónica, con vallenato, merengue, todo lo que sean 'palos', sonados.</p> <p><b>¿De qué características parten los personajes para su creación?</b> De ustedes, la gente, de la vida común. Tengo un personaje que se llama Pepe Paraguas, se basa en esa persona que se la cree saber toda pero a veces no sabe nada; que se la tira de 'chacho' pero no tiene nada. Como muchas personas. Pepe es de las personas que le dice las cosas a la gente en la cara. Siempre que haces un personaje parte de la vida común de alguien. Santander y Norte de Santander siempre se ha caracterizado con las mujeres hablan 'golpeado', entonces Pepe trata de que a las mujeres se les vea no como lo bravas sino como las mamacitas y las cositas ricas. Pepe nació en un pueblo inventado llamado 'Raspa culo y quita calzón', es lo único inventado, pero el normal del personaje es reflejarse en el ser humano, en el día común. Yo por ejemplo te puedo ridiculizar a ti en el sentido de hacer gracia sin ofender.</p> <p><i>[Gracias mamacita, gracias te doy por haber aparecido con el baboso ese el fin de semana, por eso ya no quiero estar</i></p>	<p>Un personaje parte de la vida común de alguien</p> <p>Raspa culo y quita calzón Yo por ejemplo te puedo ridiculizar a ti en el sentido de hacer gracia sin ofender <i>[Gracias mamacita, gracias te doy por haber aparecido con</i></p>
--	--	--	--

		<p><i>más contigo / la emisora del perreo papi / la emisora de los mejores eventos]</i></p> <p><b>¿Qué pretenden dejarles a los oyentes?</b> Una de las reglas de la radio, y esta juvenil, es entretener. Entretener se basa en hacer reír a la persona, ser un amigo más así no te conozcan. A nosotros no nos ven, somos como los magos, a ti te están escuchando y tú qué es lo que estás transmitiendo, alegría, emoción y compañía. Si te están montando cachos, pues decir: ¡ay mi amor eso es normal!, mujer o hombre que no pegue cachos es mentira, consígase otro y deje a ese baboso ahí a un lado. Pero si me dicen, no Leo lo que pasa es que me están montando cachos y yo le dije, ¡ay no ¿en serio?! a mí también me pegaron. Mira la diferencia, tú puedes o mandar a esa persona al Puente La Novena para que se tire o la puedes mandar a que se relaje, la pase bien y la vida sigue. Yo no me puedo involucrar con las personas así, sin ánimos, yo tengo que cambiarles el pensamiento y la actitud.</p> <p><b>¿Cómo es el lenguaje que utilizan frente a los oyentes?</b> El lenguaje es que el oyente no te vea como una persona a la que no vas a alcanzar. A mí me importa que la gente me vea como un amigo.</p> <p><b>¿A qué edades en específico se dirigen?</b> Nosotros cogemos pelados de ocho años hasta los 15, 16, 18 años. Pero este medio lo consume 20, 30, 40 y 50 años. Nosotros mantenemos una prudencia para hablar, pero obviamente que la emisora se sienta más juvenil, más cerca.</p> <p><b>¿Considera que la percepción del lenguaje vulgar de Tropicana cambió cuando empezó a hacer Oxígeno?</b> Yo creo que sí, que la percepción cambió. No te puedo hablar de la locución de antes porque no estaba. Es más, supe que</p>	<p><i>el baboso ese el fin de semana, por eso ya no quiero estar más contigo / la emisora del perreo papi / la emisora de los mejores eventos]</i></p> <p>Reglas de la radio, y esta juvenil, es entretener</p> <p>Decir Diferencia</p> <p>Yo tengo que cambiarles el pensamiento y la actitud</p> <p>El lenguaje, me vea como un amigo</p> <p>Mantenemos una prudencia al hablar pero que se sientan juvenil, cerca</p>
--	--	--	--



		<p>los echaron ya después de un tiempo cuando estaba acá. Pero sí cambió, tú puedes ser vulgar sin ser ofensivo. Tú puedes manejar muchas maneras para mirar cómo llegarle a las personas. Cambiaron muchas cosas, la manera de hablar, de expresarse; por eso quisieron traer de otras partes, porque si ponían a alguien de aquí, ya tenía lo que hacía antes, entonces nos trajeron dónde no escuchábamos, donde no sabíamos cómo era el término, cómo se expresaban a los jóvenes, qué música les gustaba. Nosotros llegamos y cambiamos desde programación hasta vocabulario.</p> <p><b>¿Qué es lo que hace un locutor de Oxígeno para mantener la audiencia?</b></p> <p>Ser yo mismo. Si hoy llegas de una manera y mañana de otra lo que haces es confundir la gente. Entonces la gente no va a encontrar identidad en el locutor.</p> <p><b>¿Con qué frecuencia se transmite el reggaetón en sus programas?</b></p> <p>Ustedes saben que ahora se consume mucho reggaetón. En una hora a ti te pueden pedir, digamos, diez canciones, de las cuales ocho son de este género. Y las otras dos son vallenato y variadas. En Bucaramanga se consume mucho reggaetón y vallenato.</p> <p>Hay más juventud que consume reggaetón y la radio la consumen mucho los estratos bajos. Tú te das cuenta y ahorita casi todos quieren ser reggaetoneros porque es una proyección visual que les ha llegado, uno ve reggaetoneros jóvenes y qué ve, carro, plata y viejas.</p> <p><b>¿Cree que la radio influye a eso?</b></p> <p>Todo influye. Nosotros influimos en gran parte porque nosotros transmitimos música y como somos una emisora</p>	<p>Sí cambió. Tú puedes ser vulgar sin ser ofensivo Ser yo mismo La gente no va a encontrar identidad en el locutor</p> <p>La radio la consumen mucho los estratos bajos</p> <p>Nosotros influimos en gran parte porque nosotros transmitimos música y como somos una emisora urbana muchos jóvenes quisieran seguir esos pasos <i>[Mamacita contento porque me llamas / interesadas / cosita hermosa, un beso póntelo donde quieras, rico]</i> El lenguaje no cambia con el género sino la modulación.</p>
--	--	---	---

		<p>urbana pues muchos jóvenes quisieran seguir esos pasos. Lo que tu más ves es lo que quieres seguir.</p> <p><i>[Mamacita contento porque me llamas / interesadas / cosita hermosa, un beso pónitelo donde quieras, rico]</i></p> <p>El lenguaje no cambia con el género sino la modulación. <b>¿Oxígeno es una emisora con responsabilidad social?</b> Para nosotros más que algo social que hagamos, es ir hasta un colegio donde nunca los pelados han visto artistas, o muchas veces no tienen la posibilidad por la plata y nosotros llevamos artistas totalmente gratis. Yo acá para diciembre, me encargo desde noviembre a recolectar ropa y la llevo para el norte.</p>	
--	--	---	--

### B.1. ANEXO: GRUPOS FOCALES- UNIVERSITARIOS

Metodología	Dinámica	Transcripciones	Evidencia
Cualitativo	Participaron siete universitarios a quienes se les dio a escuchar un fragmento de un programa pregrabado del medio. Luego se les explicó el contexto de la emisora desde el 2012 hasta el 2015.	<p><b>¿Cómo consideran el lenguaje de la emisora Oxígeno de Bucaramanga?</b></p> <p><b>P1:</b> Nada ético. Estas emisoras Tropicana y Oxígeno, más que todo Oxígeno, tienen unos programas de noche que son caza infieles y todo esa 'maricada'. Entonces me parece una falta ética que estén llamando de noche, por ejemplo, llama una vieja a decir que no, que el novio la está cachoneando, se consiguen el número de la novia o moza para llamarla a decirle zorra y todo eso. Me parece una falta de ética porque ellos no tienen que meterse en la vida de nadie, si la están cachoneando eso no es problema de la emisora sino de la persona.</p> <p><b>P2:</b> O sea forman una conducta en los jóvenes en la que se va a perder el vocabulario que tenían antes; solo porque esta emisora está de moda, entonces voy a empezar a decir que "está de moda de niño" y dejar de hablar adecuadamente.</p> <p><b>P1:</b> Pero eso también puede generar unas tendencia. Por ejemplo, hoy en día, yo le voy a montar cachos a mi novia para ir a salir en la emisora que "está de moda", como dice Tropicana.</p> <p><b>P3:</b> Las emisoras tienen un carácter social. Y no existe un control adecuado de quién la escucha y quién no. Ellos dicen si usted es mayor de edad puede continuar escuchando; así que ¿cómo tienen el control? El vocabulario soez, tosco y</p>	<p>Nada ético Falta ética</p> <p>Forman un conducta Emisora está de moda Dejar de hablar adecuadamente Generar unas tendencias</p> <p>Las emisoras tienen carácter social No existe un control adecuado Vocabulario soez</p>

		<p>expresiones bruscas pueden ser escuchados por equivocación por parte de los jóvenes y niños que escuchan esto y repiten. Entonces se pierde ese carácter social que aporta a la cultura, o sea no tienen un buen control enseguida, el fallo es de las emisoras.</p> <p><b>Ahorita escuchamos Oxígeno, tal vez, no se alcanzó a escuchar palabras soeces como en otro programa que tenemos ¿Alguna vez escucharon Tropicana Stereo? En comparación a esta, ¿creen que ha mejorado el lenguaje o se ha fortalecido un lenguaje?</b></p> <p><b>P4:</b> Sigue fortalecido un lenguaje ordinario y poco adecuado para las personas que la escuchan, que terminan siendo menores de edad. Pero yo me acuerdo que antes Tropicana utilizaba palabras como coma mierda, cálese y le colgaban a los que estaban ahí. Ahorita por lo menos no les dicen las groserías así. Sí ha mejorado un poquito pero sigue siendo súper brusco.</p> <p><b>P1:</b> Pienso que es la misma, solo que le han quitado las groserías, pero sigue siendo el mismo <i>show</i>, el mismo programa, solo que cambiaron un eslogan, quitaron un par de groserías y ya.</p> <p><b>P3:</b> La actitud que tiene el locutor. Ahorita se escuchaba que llaman y es como quédese, o sea, tratan mal al oyente que es el que le da la posición a la emisora y siempre pasa, en Oxígeno: usted quién es, qué viene a hacer acá y qué quiere hacer. O sea, ¿por qué esa actitud con el oyente?</p> <p><b>P5:</b> Precisamente hoy estaba en la emisora y ellos comentaban que esa no es la intención que quieren. La intención que ellos quieren mostrar es como identificarse con el público, entonces eso es lo que pasa con ellos. Por medio de ese lenguaje, que usan, quieren llegar a esa finalidad, o</p>	<p>Sigue fortalecido un lenguaje ordinario Ha mejorado un poquito Sigue siendo brusco</p> <p>Quitaron un par de groserías y ya</p> <p>Tratan mal al oyente</p> <p>Intención que ellos quieren mostrar es identificarse con el público</p> <p>Toman un tono para llegar a un fin</p>
--	--	--	---

		<p>sea, a un público y no es la forma en la que lo hablen, sino que también ellos deben mantener ese tono como de algarabía, emoción o <i>show</i>. No es como para que le gente lo tome como sino no valen nada, no es eso, ellos toman un tono para llegar a un fin.</p> <p>Esta emisora es una de las más escuchadas, entonces, es bueno que utilicen este lenguaje. Además, la emisora crea personajes para sus contenidos, que en realidad lo que hace es mostrar lo que la comunidad es. Entonces es como un círculo vicioso. Imagínense ustedes siendo los directores de estas emisoras ¿Qué sería lo más importante que harían? y ¿Qué alternativas tomarían?</p> <p><b>P4:</b> Ellos se alimentan de cosas que escuchan en el común pero por ejemplo, yo no soy de las que digo esas palabras, pero la gente dice es la que “está de moda” y la repiten generalizando.</p> <p><b>P5:</b> Es que el fin en sí de la emisora no es crear una cultura, por decirlo así, sino generar oyentes, que sea una de las más escuchadas. A ellos no les importa si lo que dicen está bien o mal, ellos simplemente toman lo que la gente les gusta para que los escuchen.</p> <p><b>Cada emisora tiene su responsabilidad social. Nosotros hicimos una entrevista previa con los locutores donde afirmaban que ese no era el objetivo de ellos, sino que el objetivo era el entretenimiento hacia los jóvenes. Ustedes qué piensan, ¿creen que si se mejorara ese lenguaje habría la misma acogida?</b></p> <p><b>P3:</b> No.</p> <p><b>P4:</b> Yo pienso que sí, porque no todo va en las palabras que usan sino como el <i>show</i> que ellos hacen. Además a la gente le parece muy gracioso que traten mal a otro.</p>	<p>Ellos se alimentan de cosas que escuchan del común</p> <p>Generar oyentes</p> <p>La gente le parece gracioso que traten mal a otro</p>
--	--	--	---

		<p><b>¿Entonces eso radica en un problema cultural o en el de emisora?</b></p> <p><b>P7:</b> Ahorita hablaron que es la emisora más escuchada en el país, pero, la pregunta que yo me haría o les haría a ellos, ¿esas estadísticas quién las saca y si cuentan los estratos? porque hay personas de estratos altos que no la escuchan. O sea yo no la oigo y no es que sea de estrato alto, un ejemplo.</p> <p>No soy de acá pero si he escuchado Tropicana u Oxígeno, no las diferencié la verdad. Lo que hacen es darle al público lo que quieren, el payaso que los hace reír.</p> <p><b>P2:</b> Las emisoras ponen la programación, porque por decir, si tienen un nuevo programa y no se escucha lo tienen que quitar, tienen que poner algo llamativo, que atrape.</p> <p><b>P5:</b> Ellos mismos dicen y afirman que los programas que ellos tienen van dedicados a estratos de uno a tres.</p> <p><b>P5:</b> Yo pues hablaba hoy con el locutor y me dijo eso, que personas de otros estratos descargan la música y ya, pero lo que realmente les importa es el <i>show</i>. Lo que en sí el locutor va a decir, escuchar música va y la descarga pero ellos quieren saber con qué estupidez o qué va a decir él que los va a hacer reír. Entonces, es ahí donde ellos recurren lo que al público les gusta.</p> <p><b>P1:</b> Yo pienso que eso depende de la cultura y más como dijo mi compañero, eso depende del estrato y pienso que el <i>rating</i> que ellos tienen es por esos estratos. Por ejemplo, eso de los minutos que recargan, no es por ser elitista pero hay estratos que no le dan para unos minutos; entonces se le es fácil llamar a un fijo, cualquiera tiene un fijo, llama y le recargan el teléfono. Entonces eso es más que todo para estratos bajos porque en un estrato mayor tienen para llamar.</p>	<p>Lo que hacen es darle al público lo que quieren</p> <p>Algo llamativo, que atrape</p> <p>Programas dedicado a estratos de uno a tres</p> <p>Ellos recurren a lo que al público les gusta Depende de la cultura Depende del estrato</p> <p>Problema cultural y ahí va incluida la emisora</p>
--	--	---	---

		<p><b>P6:</b> Considero que es un problema cultural y ahí va incluida la emisora, porque todos como sociedad hacemos parte de una cultura. Lo que nos está dando la emisora, en este momento, es con lo que “tenemos” que quedarnos, estar sintonizados con cosas que no van más allá de lo que debemos ver en realidad. Estamos pendientes de lo que le pasó a la otra persona, los chismes, pero no nos centramos en escuchar cosas que realmente nos haga crecer como personas que ayuden a ampliar esa cultura.</p> <p><b>P2:</b> Creo que también es parte de la cultura porque como lo dije antes las emisoras están poniendo lo que nosotros queremos, si a nosotros nos gustan las cosas banales y grotescas eso nos va a dar la emisora, para ellos tener oyentes y para satisfacernos a nosotros.</p> <p><b>P3:</b> Yo creo que eso tiene que ver más con la cultura que tiene cada persona en sí; porque los seres humanos nos caracterizamos porque nos atrae lo que no es correcto. Entonces ellos ¿qué hacen? muestran lo que a uno le interesa. Por qué hay programas de tanto éxito como Protagonistas de Nuestra Tele, que viven peleando y que en su convivencia pasan cosas que no deberían pasar y uno se la pasa pegado a eso, lo critica y lo sigue viendo. Entonces es con esa parte la que se meten, con el morbo de las personas. Ya hablando del carácter cultural de la persona prevalece lo comercial; a ellos no les interesa que una persona se eduque, más o menos, con tal de que siga escuchando más, entonces, ya es cuestión del individuo decidir, yo no escucho esto porque no me aporta. Entonces, el problema no es cultural ni tampoco de la emisora, porque es una entidad privada que puede hacer lo que quiera.</p>	<p>Emisoras están poniendo lo que nosotros queremos</p> <p>La cultura que tiene cada persona en sí Nos atrae lo que no es correcto</p> <p>Prevalece lo comercial No les interesa que una persona se eduque Individuo decide</p> <p>Problema cultural Cada uno debe decidir</p>
--	--	--	--

		<p><b>P4:</b> Yo digo que es un problema cultural. Como lo dijo mi compañera es de cada persona, porque uno debe estar pensando en que esto no me está aportando nada, bueno solo entretenimiento y del entretenimiento uno no se educa ni crece como persona. Entonces cada uno debe decidir si es bueno o no, al igual la emisora cae ahí porque ellos no deberían solo pensar en vender sus cosas; como lo dice Teodoro Adorno, se están preocupando por vender cantidad y no por lo que le llega a las personas. En realidad no les importa, ellos deberían preocuparse por eso, porque en la sociedad estamos todos.</p> <p><b>¿Con qué estratos nos encontramos?</b></p> <p><b>P1:</b> 5.  <b>P2:</b> 4.  <b>P3:</b> 4.  <b>P4:</b> 4.  <b>P5:</b> 4.  <b>P6:</b> 4.  <b>P7:</b> 6.</p> <p><b>¿Estudiaron en colegios públicos o privados?</b></p> <p><b>P1:</b> Privado.  <b>P2:</b> Público.  <b>P3:</b> Privado.  <b>P4:</b> Público.  <b>P5:</b> Privado.  <b>P6:</b> Privado.  <b>P7:</b> Privado.</p> <p><b>Conocen de muchachos que sintonicen este tipo de emisoras</b>  <b>(P1, P2, P3 y...) Sí.</b></p> <p><b>¿Qué pueden apreciar de ellos?</b></p>	<p>El lenguaje es lo que más se pega</p> <p>Está de moda  A uno se le termina pegando  Pueda que a uno no le guste  De tanto escucharlo se le pega</p>
--	--	--	--



		<p><b>P7:</b> El lenguaje es lo más obvio, lo que más se pega.  <b>¿El que la escuchen ha influido en su manera pensar y comportarse?</b>  <b>P4:</b> Sí, porque como “está de moda” en todas partes, a uno se le termina pegando eso, termina actuando como ellos son.  <b>P5:</b> O sea puede que a uno no le guste, pero de tanto escucharlo se le pega. Por ejemplo, a mí los vallenatos no me gustan pero me sé le letra y digo: No sé por qué lo cantó, ¡qué oso! La emisora se basa en la cultura para hacer lo que ella hace pero la sociedad sintoniza lo que emisora emite, o sea ambos son responsables, tanto ella como entidad privada como la sociedad.  <b>P1:</b> Anteriormente, las emisoras como Tropicana Stereo hablaban de que iba a <i>Matinee</i>, o sea mis compañeros iban a allá y decían que era ‘la verga’, lo mejor, que el que no fuera allá no estaba a la moda. Entonces se empezó a escuchar esa música de la Factoría (tendencia musical) que el que más perreara era el más conocido en Bucaramanga, era farándula. Entonces todo el mundo empezó a ir, porque “tengo que ser conocido”, “yo debo ir a allá”, que “tengo que llamar” a Tropicana para ganarme las boletas, para ser más reconocido y se generó, entonces, una supuesta “fama” a las personas que llamaban a Tropicana.  <b>P6:</b> Es como si transmitiera una especie de morbo por decirlo así. Si a ti te están hablando mucho de un tema tú vas a empezar a hablar de ese tema; logrando que cuando te lo nombren quieras saber más sobre eso y empezar a aplicarlo en tu vida, eso es lo que pasa con las emisoras. También va más que todo en la formación de la persona, si tú no te dejas influenciar por algo que te digan, lo vas a tomar para analizarlo.</p>	<p>Fama a las personas que llamaban a Tropicana</p> <p>Va en la formación de la persona</p> <p>Formación y una identidad definida uno no se va a dejar influenciar fácil</p> <p>Lo hace pensando en gusto pero no es una influencia</p> <p>Muy común en los taxistas, jóvenes y adultos, escuchar radio</p> <p>Morbo entre el lenguaje que usa el reggaetón</p>
--	--	--	---

		<p><b>P5:</b> Yo quiero decir dos cosas, la primera, si uno tiene una formación y una identidad definida uno no se va a dejar influenciar fácil. Por ejemplo, yo nunca quise meterme allá ni porque fuera la gran cosa, pero otra cosa es que uno crea que eso le gusta porque algo más allá lo influenció, porque uno cree que es un gusto, lo hace pensando en gusto pero es una influencia</p> <p><b>¿Ustedes creen que la emisora crea o refuerza una identidad juvenil? ¿Por qué no escuchan ese tipo de emisoras o por qué la llegaron a escuchar en el colegio?</b></p> <p><b>P7:</b> De dónde vengo y de la crianza que tuve yo no escucho radio. Crecí y me da igual la radio. Pero cuando llego acá (Bucaramanga) fue muy común en los taxistas jóvenes y adultos escuchar la radio y la música influencia de cierta manera. Yo soy músico, y a mí el vallenato o el reggaetón 'me patean', pero de tanto escucharlo se me pegan palabras. La verdad hay un morbo entre el lenguaje que usa el reggaetón que hace que a la gente se le pegue sin darse cuenta, es inconsciente.</p> <p><b>P4:</b> Eso se pega consciente o inconsciente. Yo la emisora no es que la escuche, pero en el transporte la ponían porque a muchos les gustaba, entonces uno terminaba como cantando las canciones y las palabras son pegajosas y a veces era hasta inconscientemente que uno las decía de tanto escucharlas; por las repeticiones, eso pega mientras está de moda o mientras uno crece y asegura su identidad.</p> <p><b>P6:</b> El compañero decía que nunca ha escuchado radio pero que desde que llegó a la ciudad se la han venido pegando cosas. La pregunta es ¿Qué pasaría con una persona de 18 o 20 años que se la pasa escuchando este tipo de emisoras?, que la muchacha quede embarazada y al tener este hijo sea</p>	<p>En el transporte lo ponían Las palabras son pegajosas Mientras está de moda o mientras uno crece y asegura su identidad</p> <p>El niño nacería en un molde de identidad que le transmitiera la emisora</p> <p>El individuo en la adolescencia no se ha formado totalmente Amplía su vida social La emisora forma parte de la cultura</p>
--	--	--	---

		<p>criado con este tipo de música. Si se le pega a una persona que llega a la ciudad, ¿qué puede pasar con un niño que durante toda su vida, que debe estar pendiente de otro tipo de cosas, convive con el lenguaje vulgar?</p> <p><b>P7:</b> Yo creo que eso se puede responder desde la parte del estrato. Yo trabajo en el municipio de Girón con fundaciones y todo el día los niños y los jóvenes es con emisoras, hablando las cosas que escuchan. Así que creo que el niño nacería en un molde de identidad que le transmitiera la emisora.</p> <p><b>P5:</b> En si la emisora está logrando su objetivo, porque el individuo en la adolescencia no se ha formado totalmente pero uno tiene una formación en la niñez. Yo crecí escuchando música en inglés pero a esta edad en donde uno amplía su vida social ese tipo de cosas se le van pegando no porque quiera, sino porque lo salpican. La emisora forma parte de la cultura.</p> <p>Eso quiere decir que a esa edad la formación integral no está completa pero al igual hay bases. No es tanto lo económico sino el poder de influencia.</p> <p><b>P1:</b> Yo estudié en un colegio de estrato alto. Mis compañeros eran de estrato seis, inclusive eran de intercambio, de otros países, y aunque fueran gringos, españoles, panameños se les pegó el “Tropicana está de moda niño” y teniendo otra cultura. Y sin saber bailaban, cantaban y trataban de estar a la moda, querían acoplarse.</p> <p><b>P2:</b> Es el ambiente y los terceros lo que influye en la persona.</p> <p><b>Consideran ustedes, ¿qué el estrato es un condicionante?</b></p>	<p>Querían acoplarse</p> <p>Es el ambiente y los terceros lo que influye en la persona</p> <p>A qué público lo va a dirigir</p>
--	--	--	---

		<p><b>P3:</b> No es un condicionante, pero da pie para que la influencia se produzca más, lo hace más débil ante esa influencia.</p> <p><b>P4:</b> El estrato ayuda pero no desencadena todo.</p> <p><b>P5:</b> Ustedes afirman que a los 14 no está formada la identidad pero se sabe a dónde quiere irse.</p> <p><b>P1:</b> Eso también depende de la familia. Yo escuchaba esa emisora, lo admito, el ambiente del colegio me influenció y sí en mi casa la escuchaba, pero se me generaba un problema con mis papas, me tocaba mentirles para escucharla.</p> <p><b>P5:</b> Ahora que me pongo a pensar, estoy teniendo presente la idea de que no depende de nada.</p> <p><b>P7:</b> Hay algo que me ha hecho reflexionar. Creía que era la edad, pero cuando voy en el taxi he escuchado a los adultos llamar y me pregunto ¿tiene la edad algo que ver? Yo creo que no porque llama un señor mayor, quién sabe de qué estrato o ambiente para que otro se burle de él.</p> <p><b>P4:</b> Pero son los pequeños los que dejan influenciar más rápido que los adultos.</p> <p><b>P5:</b> No hay que definir eso por edad sino por madurez.</p> <p><b>P7:</b> Ahora veamos el punto desde la emisora. Yo como director de la emisora diría ¿qué es lo que más le gusta a la gente? Y obviamente para cada producto hay un comprador. La emisora, de cierta manera, es consciente de que producto está entregando y a qué público lo va a dirigir.</p> <p><b>P5:</b> Ellos intentan igualarse al público, utilizando su lenguaje.</p> <p><b>Ahora escucharán un fragmento grabado de la interacción del locutor oyente de la emisora Oxígeno 104. 7 Bucaramanga.</b></p> <p><b>¿Creen que la mediación tiene que ver con la frecuencia en que se escuche la emisora?</b></p>	<p>Intentan igualarse al público utilizando su lenguaje</p> <p>Todo lo que entretiene atrapa</p> <p>Ella se atenía que pasara vergüenza Es el ambiente</p> <p>Si uno lo escucha por un momento normal, pero todos los días, yo lo digo</p> <p>Así no nos guste algo tendemos a repetirlo El ambiente sí influye</p>
--	--	---	---

		<p><b>P4:</b> Todo lo que nos entretiene nos atrapa.</p> <p><b>P3:</b> A mí me dio risa por lo que pasó pero a la vez rabia por el trato que recibía por el trato que recibía la persona del locutor.</p> <p><b>P5:</b> Pero fue ella la que llamó no la emisora. Ella se atenía que pasara vergüenza.</p> <p>Es el ambiente, porque estar en un ambiente de esos tal vez sea chévere que llame. Pero en mi caso el 'oso total' de haberlo hecho.</p> <p><b>P2:</b> Yo creo que la frecuencia si sirve y más en el vocabulario que utilizan los locutores porque si uno lo escucha por un momento normal, pero si se escucha todos los días esta palabra está de moda yo la digo. Lo que más cambia es el vocabulario.</p> <p><b>P5:</b> Pero hay una cuestión, así no nos guste algo tendemos a repetirlo, a reírnos de ello.</p> <p><b>P2:</b> Estamos diciendo que todo influye en el ambiente. Yo no la puedo escuchar pero todos mis amigos están diciendo 'mariqui' y a mí en algún momento se me va a pegar la palabra 'mariqui'. El ambiente si influye. Por ejemplo, estábamos haciendo el trabajo de radio y escuchamos un <i>jingle</i> solo dos veces y se nos pegó.</p> <p><b>Hemos hablado del lenguaje pero ¿qué trae?, ¿Qué otra cosa diferente al discurso puede proporcionarnos la emisora?</b></p> <p><b>P1:</b> Eso va en la necesidad que tenga la persona.</p> <p><b>P4:</b> Yo creo que influye la forma de lo que se consume.</p> <p><b>P1:</b> Las emisoras tienen tendencias.</p> <p><b>P7:</b> Hay que ver que todos los días uno está expuesto a un bombardeo de todo, moda, comida, publicidad, medios.</p>	<p>Las emisoras tienen tendencias Identidad moldeando de acuerdo a intereses que tengamos La emisoras segmentan la sociedad, refuerzan estereotipos</p> <p>Factores de entretenimiento cumplen un papel importante en la influencia Aceptación social</p> <p>La emisora existe porque compartimos intereses comunes La emisora crea necesidad y dependencias</p>
--	--	--	--

		<p><b>P2:</b> Nuestra identidad se va moldeando de acuerdo a los intereses que tengamos.</p> <p><b>P3:</b> Las emisoras segmentan la sociedad, la dividen, reforzando los estereotipos.</p> <p><b>¿Creen que la mediación hace parte del comportamiento?</b></p> <p><b>P3:</b> Yo en Cúcuta no escuchaba reggaetón, llegué a Bucaramanga y vine a sabérmelas todas. El ambiente era diferente. Estudié en un colegio de monjas en donde el reggaetón no se escucha, si había gente pero muy poca. Luego, me vine a la ciudad conocí a una amiga y el que ella escuchara el género, de cierta manera, influyó para que yo lo escuchara.</p> <p><b>P5:</b> En la universidad hay más diversidad y uno se acomoda a lo que la gente escucha.</p> <p><b>P3:</b> Son muchos factores los que influyen, no solo es uno solo.</p> <p><b>P4:</b> Los factores de entretenimiento cumplen un papel importante en la influencia.</p> <p><b>P5:</b> Yo creo que más que los factores que inciden es la aceptación social. O sea, la persona busca que lo acepten.</p> <p><b>¿Ustedes antes de sentarse con nosotros a debatir creían que la emisora construía identidades a partir de sus discursos?</b></p> <p><b>P1:</b> Sí.</p> <p><b>P6:</b> Todo es con decisión, ya que por más pequeña que sea te forma y estás construyendo tu camino. En estos momentos considero que el problema no está en la emisora, el problema es de nosotros.</p> <p><b>P2:</b> Sí. La emisora existe porque compartimos intereses comunes, esa es su razón de ser.</p>	Influencia estratos bajos
--	--	--	---------------------------

		<p><b>P5:</b> La emisora crea necesidad y dependencia. Los más influenciados son los estratos bajos.</p> <p><b>P2:</b> La emisora da lo que el receptor quiere escuchar. A mí ponen lo que yo quiero escuchar.</p> <p><b>P5:</b> Puede que a uno al principio no le influya, pero luego hay una presión que se convierte en un aliado de la influencia. La gente busca polémica para generar atracción.</p>	
--	--	---	--

## B.2. ESTUDIANTES SECUNDARIA

Metodología	Dinámica	Transcripciones	Evidencia
Cualitativo	Participaron siete estudiantes, entre las edades de 14 a 16 años, a quienes se les dio a escuchar un fragmento de un programa pregrabado del medio. Luego se les explicó el contexto de la emisora desde el 2012 hasta el 2015.	<p><b>¿Qué es la identidad para ustedes?</b>  <b>P1:</b> Es algo que nos representa.  <b>P2:</b> Que nos representa y diferencia de los demás.  <b>P3:</b> Es como nuestro propio estilo, nuestra imagen ante de los demás.  <b>P4:</b> Es nuestra esencia, como nuestro ser.  <b>P5:</b> Autonomía, autenticidad.</p> <p><b>¿De dónde creen que nace su identidad?</b>  <b>P5:</b> Por medio de las acciones de la sociedad.  <b>P2:</b> De la sociedad.  <b>P6:</b> De la escuela, la calle, la casa, de todos los lugares.  <b>P4:</b> Desde lo que podemos decidir, lo que nos llama la atención y todo eso. Desde que empezamos a decidir por nosotros mismos.  <b>P2:</b> De la cultura.</p> <p><b>¿Por qué escuchan Oxígeno 104.7?</b>  <b>P4:</b> Porque ponen la música que le gusta a uno.  <b>P1:</b> Por cómo se expresan  <b>P2:</b> Honestamente, no la escucho y si lo hago es cuando la ponen.  <b>P3:</b> Casualmente la escucho porque la ponen en el bus.  <b>P6:</b> La ponen en el taxi, porque está de moda de niño.</p> <p><b>¿Qué es lo que más les gusta de lo que escuchan?</b></p>	<p>Representa  Diferencia de los demás  Estilo, imagen</p> <p>Esencia, ser  Autonomía, autenticidad</p> <p>Sociedad</p> <p>Decisión</p> <p>Cultura</p> <p>Expresan</p> <p>Está de moda</p>



		<p><b>P1:</b> Que se expresan como a nosotros nos gusta.  <b>P6:</b> Que se expresan como jóvenes.  <b>P2:</b> Tienen una forma de expresarse relajada.  <b>P5:</b> Me gusta la música pero no me gusta la expresión, muchas veces llaman a los oyentes y se burlan de ellos. Los tratan mal, los insultan... La música que más meten es reggaetón. A veces manejan el lenguaje de la música que ponen.  <b>P4:</b> Eso es lo chistoso.  <b>P5:</b> La música.</p> <p><b>¿Qué tipo de lenguaje utiliza Oxígeno?</b>  <b>P1:</b> Grosero, o sea como vulgar. Es como todo relajado porque hay unos como muy serios, las noticias creo y ponen música muy fea.  <b>P6:</b> Por un lado no me gusta. Hay algunas veces que se pasan de ofensivos por querer llamar la atención empiezan a tratar mal y uno queda como... Uno puede contagiarse y aprende cosas de lo que dicen los demás. Al escuchar groserías a uno se le pegan y las dice; al principio es chévere pero ya luego de escucharlo varias veces es muy ofensivo.  <b>P3:</b> Según lo que dice ella a mí me parece una forma grotesca como expresan o lenguaje que utilizan. Ultrajan a la mujer, la bajan de nivel. Eso no es muy bueno es algo machista, tiene un lenguaje machista.</p> <p><b>¿Antes de escuchar Oxígeno alguna vez escucharon Tropicana Stereo?</b>  <b>(P1, P2, P3 y...)</b> Sí</p> <p><b>Acaban de escuchar parte de un programa grabado de Oxígeno. Con respecto a la Tropicana Stereo que</b></p>	<p>Expresan como jóvenes</p> <p>No me gusta la expresión Tratan mal, los insultan</p> <p>Música</p> <p>Grosero, vulgar Relajado</p> <p>Ofensivos Llamar la atención</p> <p>A escuchar groserías se le pegan.</p> <p>Forma grotesca Ultrajan a la mujer Lenguaje machista</p>
--	--	---	--

		<p><b>escucharon en algún momento, ¿creen que el lenguaje ha mejorado?</b></p> <p><b>P7:</b> No, sigue igual. Me parece muy ridículo como hablan</p> <p><b>P6:</b> No conocía el cambio de nombre de la emisora, pensé que era la misma.</p> <p><b>P4:</b> Sí, ha cambiado la manera de hablar a como era antes, antes eran más groseros.</p> <p><b>P1:</b> Sí, ha cambiado el vocabulario, porque antes llamaban y le decían a las viejas que si se acordaban cómo se habían acostado y todo eso. Ya no son tan vulgares como antes pero lo siguen siendo, la gente les sigue la corriente.</p> <p><b>P4:</b> Por ejemplo, no es que fueran vulgares lo que pasa es que algunas mujeres les seguían la cuerda.</p> <p><b>P2:</b> De lo poco que he oído me parece casi lo mismo, sí ha cambiado la forma de expresarse hacia las personas porque antes era más vulgar. En lo que oía eran muy directos ahora son más discretos.</p> <p><b>P5:</b> Ha cambiado porque ahora ponen más música y no hablan tanto, y las pocas veces que lo hacen se burlan de las personas. No ha cambiado mucho</p> <p><b>P3:</b> Sigue la misma temática.</p> <p><b>P6:</b> Sigue igual, no ha cambiado nada por eso no conocía el cambio de nombre.</p> <p><b>P4:</b> Eso va en la personalidad de cada persona, si les gusta o no.</p> <p><b>P2:</b> Es que realmente eso depende, hay personas que les atrae lo vulgar, lo morboso como hay otras que no.</p> <p><b>¿Por qué creen que la audiencia se presta para eso?</b></p> <p><b>P4:</b> Yo solo he llamado para que me regalen boletas para los conciertos.</p> <p><b>P5:</b> Porque sacan provecho de la llamada.</p>	<p>Sigue igual</p> <p>Ha cambiado Eran más groseros</p> <p>Ya no tan vulgares como antes</p> <p>Les seguían la cuerda Sí ha cambiado</p> <p>Antes era más vulgar Son más discretos</p> <p>Se burlan de las personas. No ha cambiado La misma temática No ha cambiado</p> <p>Personalidad de cada persona</p> <p>Atrae lo vulgar, lo morboso.</p>
--	--	---	--

		<p><b>P3:</b> Por llamar la atención.  <b>P7:</b> Por moda.  <b>P4:</b> Tal vez por descontrolar.  <b>¿Consideran entonces que eso va en el gusto?</b>  <b>P2:</b> Sí porque a la mayoría de la sociedad le atrae eso.  <b>P4:</b> Sí  <b>P6:</b> Depende de la persona que le gusta llamar la atención. Ellos se comportan así porque a las personas les llama la atención eso. Entonces se lo confirman y por eso lo siguen haciendo.  <b>P1:</b> Yo creo que las personas llaman por la música, para seguir la corriente de lo que están hablando. Lo hacen por gusto, por la personalidad que tengan.  <b>P2:</b> Es por gusto porque les parece normal hacer eso.  <b>P3:</b> Porque la emisora brinda el ambiente que gusta.  <b>P4:</b> Yo creo que si no les gustara no llamarían.  <b>P7:</b> Porque son sociables.  <b>¿Consideran que al sintonizar la emisora su identidad se ve afectada por factores externos como la música, el lenguaje, los premios, las llamadas?</b>  <b>P4:</b> A mí me parece que eso depende de uno mismo. Uno puede tener amigos de lo que sea pero uno permite que se le pegue lo que quiera. El lenguaje es normal porque uno lo escucha en todas partes.  <b>P6:</b> Depende de cómo sea la persona, puede que sea muy seria, callada y no se deje manipular fácil como a los otros.  <b>P5:</b> Yo creo que eso es moda que se les pega, porque uno de escuchar lo mismo todos los días ya se le empiezan a pegar expresiones o vocabulario.</p>	<p>Sacan provecho  Llamar la atención  Moda  Descontrolar</p> <p>Llamar la atención</p> <p>Lo hacen por gusto  Personalidad  Normal  Brinda ambiente que gusta</p> <p>Sociables</p> <p>Depende de uno mismo</p> <p>Lenguaje normal</p> <p>Manipular fácil</p> <p>Moda que se pega</p>
--	--	---	---

		<p><b>P3:</b> En mi opinión la sociedad sigue estereotipos, todo lo que ve es lo que sigue por eso es que a veces uno se ve influenciado.</p> <p><b>P7:</b> Tal vez por ser aceptado.</p> <p><b>¿El lenguaje que utiliza Oxígeno 104-7 influye en la manera en que ustedes se comportan?</b></p> <p><b>P1:</b> Sí porque en vez de estar transmitiendo algo bueno lo que está transmitiendo es algo malo.</p> <p><b>P6:</b> Sí, porque nosotros como personas para encajar en la sociedad estamos acostumbrados a hacer lo que los demás aparentan, la moda y a eso nos pegamos para ser aceptados por los demás.</p> <p><b>P3:</b> Sí.</p> <p><b>P5:</b> Sí.</p> <p><b>Si Oxígeno cambiara su lenguaje y expresiones, ¿ustedes creen que las personas la escucharían?</b></p> <p><b>P7:</b> Sí</p> <p><b>P6:</b> Una parte.</p> <p><b>P1:</b> Algunos</p> <p><b>P2:</b> Bajaría mucho la audiencia porque la mayoría de personas que escuchan Oxígeno lo hacen es por el vocabulario.</p> <p><b>P5:</b> La escuchan por entretenerse, divertirse. La mayoría de la audiencia ya está acostumbrada a que ellos sean así y si hacen un cambio radical, el de cambiar la vulgaridad, se van a aburrir y dejarla de escuchar.</p> <p><b>P4:</b> Yo escuchaba Tropicana por la música que ponían más no por lo que decían.</p> <p><b>¿Con qué estratos nos encontramos?</b></p> <p><b>P3:</b> 3</p> <p><b>P4:</b> 2</p>	<p>Sigue estereotipos</p> <p>Se ve influenciado</p> <p>Ser aceptado</p> <p>Para encajar</p> <p>Aparentan</p> <p>Aceptados</p> <p>Bajaría mucho</p> <p>Entretenerse</p> <p>Cambiar la vulgaridad</p>
--	--	---	---

		<p><b>P5:</b> 2  <b>P6:</b> 2  <b>P7:</b> 2  <b>P1:</b> 2  <b>P2:</b> 2</p> <p><b>¿Estudian en colegio público o privado?</b>  (P1, P2, P3 y...) Público</p> <p><b>¿Ustedes creen que el estrato influye para sintonizar la emisora?</b>  (P1, P2, P3 y...) No</p> <p><b>¿Tienen amigos que escuchan la emisora?</b>  (P1, P2, P3 y...) Sí</p> <p><b>¿Qué actitudes, comportamientos o expresiones ven en esas personas que escuchan la emisora?</b>  <b>P1:</b> Pues cuando voy en la ruta y ponen la música o escuchan los programas empiezan a repetir todo lo que oyen.  <b>P2:</b> También depende de cómo sea la persona, porque pueden que haya personas que sean penosas y no les guste ser así.  <b>P5:</b> La mayoría de las personas que escuchan Oxígeno 104.7 son “ñeros” por así decirlo así.</p> <p><b>¿Creen que es correcto que un medio de comunicación masivo utilice un lenguaje vulgar para atraer audiencia?</b>  <b>P2:</b> No es correcto en parte porque es un medio que lo escuchan muchas personas y el vocabulario que utilizan afecta la cultura y la formación de la masa.  <b>P3:</b> Sí afecta porque se supone que un medio es un reflejo para la sociedad. Entonces eso no debe ser así porque están influyendo en los valores y en la formación de la sociedad, por eso es que no avanzamos.</p>	<p>Repetir lo que oyen</p> <p>“ñeros”</p> <p>Afecta la cultura y formación  Reflejo para la sociedad</p> <p>Influyendo en los valores</p>
--	--	---	---

		<p><b>P4:</b> Sí influye pero también entretiene y todo va en uno si lo permite o no.</p> <p><b>P5:</b> No es correcto por el contenido que transmiten.</p> <p><b>P7:</b> Para atraer oyentes no hay necesidad de ser groseros.</p>	<p>Influye pero entretiene</p> <p>No es correcto</p> <p>No hay necesidad de ser groseros</p>
--	--	---	--

### C. ANEXO SEGUIMIENTO DE MEDIO

Dinámica	Fecha	Hora	Programa/ Locutor	Jingle	Descripción del programa	Etiquetas
<p>Durante el mes de diciembre de 2015 y enero de 2016 se realizó un seguimiento a la emisora Oxígeno 104.7, de Bucaramanga, a los programas La Papaya y Oxígeno en Línea, que se transmiten de ocho de la mañana a dos de la tarde.</p>	16-12-15	10:00 a. m. a 2:00 p. m.	Oxígeno en Línea/Alexis Bolívar	<p>Oxígeno la que está de moda ñiño</p> <p>Oxígeno la radio de moda</p> <p>La emisora que no te habla paja y te entrega más música por hora que las demás emisoras de Bucaramanga</p> <p>¿Cómo así que la</p>	<p>Sigues conectado con la radio de moda. Ya sabes, la gente que quiera de una vez boletas o manillas de Interpark de una... Mire tiene que ir al Metrolínea y hacer un video gritando Yo Soy Oxígeno además de un cartel gigantesco; vienes hasta acá a la emisora nos muestran el video y la persona que hizo el video se le da boleta doble, así de sencillo porque sigues conectado con la radio de moda. Un bulla lo que están haciendo nada en la casa (risas en el fondo). Vamos a jugar de una vez, de una vez para mis aguinaldos, ¿quién ando por ahí en línea? Ahí colgó, colgó... yo no quería</p>	<p>La radio de moda</p> <p>Nada en la casa</p>

				<p>emisora porno? Sí, Oxígeno la emisora porno, por no escucharla pierdes</p>	<p>pero colgó. Sigues conectado con la radio de moda Oxígeno; saludando a la gente de las redes sociales... vamos a ver, vamos a ver, vamos a ver qué andan diciendo por ahí, que andan diciendo por ahí. Vamos a jugar mis aguinaldos.          Entra llamada:  <b>Alexis:</b> Aló. Oxígeno con quién  <b>Oyente1:</b> Alejandro.  <b>Alexis:</b> Alejandro mi niño dónde anda metido. Ya estamos jugando mis aguinaldos, parcerero. ¿Quiere manilla de Interpark?  <b>Oyente1:</b> Sí.  <b>Alexis:</b> ¡Ay perdió! Parcerero vamos a jugar mis aguinaldos desde las 10 a. m. hasta las 12 p. m. y la gente no puede decirme que sí. Si me llegan a decir que sí la cagaron papá, así de sencillo, no pueden decirme que sí y si ustedes se aguantan el voltaje mío de una se estarán llevando manilla para Interpark o boleta para ir al pesebre más grande mundo o también para ir a Fonseca, el concierto este viernes, así de</p>	<p>La cagaron papá</p>
--	--	--	--	---	--	------------------------

					sencillo. No pueden decir que sí, no pueden decirme que sí.	
	16-12-15	10:00 a. m. a 2:00 p. m.	Oxígeno en Línea /Alexis Bolívar		<p>Saludando a toda la gente que está por ahí en sus carros particulares, servicio público, todos los taxistas, el poder amarillo, los celadores, los vendedores de tinto, lo que no están haciendo nada en la casa, los que apenas se están conectado... Hoy hablando de pesebre que se respete, así de sencillo para que ustedes puedan ganarse una manilla de Interpark o boletas para ir al pesebre más grande del mundo.</p> <p>Por acá dice un parcerero que "Pesebre que se respete tiene una oveja que no la para nadie". Pesebre que se respete después del 24 uno borracho se tira el pesebre. Por acá siguen diciendo "Pesebre que se respete tiene los carros y animales de juguete".</p> <p>Saludando a todas las personas que se están conectando por el WhatsApp que necesitan mamacita o un parcerero para salir mañana. Por</p>	Mamacita o parcerero



				<p>acá siguen diciendo, parcerero o mamacita, “Pesebre que se respete tiene un lago y un pato” sí, sí, el problema es que el agua es artificial pero ahí uno borracho bebe.</p> <p>Vamos con una llamada:  <b>Alexis:</b> Aló. Oxígeno con quién  <b>Oyente1:</b> Con Laura  <b>Alexis:</b> Oxígeno Laura respirando... ¿Usted qué respira?  <b>Oyente1:</b> Aire  <b>Alexis:</b> Póngale cero, ¡Ay no parce! Mi amor vámonos con el tema de hoy, Pesebre que se respete...  <b>Oyente1:</b> Pesebre que se respete...  <b>Alexis:</b> ¡Ay no! Por eso es que le montan cachos  <b>Oyente1:</b> Es la primera llamada de la noche  <b>Alexis:</b> La primera y la caga, ¡Ay no parce! Dale mi amor no importa, ¿saludos para alguien?  <b>Oyente1:</b> Pasa Silvia.</p>	<p>Le montan cachos</p> <p>La primera y la caga</p> <p>Eres del otro lado</p>
--	--	--	--	---	---

					<p><b>Alexis:</b> Ella, ¿quién es? No me digas que tú eres del otro lado... Si porque no</p> <p><b>Oyente1:</b> Uy no, ¡qué boleta!</p> <p><b>Alexis:</b> Dónde nos estás escuchando</p> <p><b>Oyente1:</b> De la Trinidad.</p>	
	17-12-15	10:00 a. m. a 2:00 p. m.	Oxígeno en Línea/ Alexis Bolívar	<p>Oxígeno la que está de moda niño.</p> <p>Navidad Oxígeno</p>	<p>La una y cinco minutos, saludando a toda la gente que se está conectando a la radio de moda y decirles que están escuchando lo bueno no pasa de moda. Hoy hay que vacilarlo, vacilarlo. Saludito para lo están más prendidos que un arbolito de navidad. Oiga parcerero hoy es el turno de los pesos pesados, hoy pesamos a los pasaditos de kilos, a los gorditos que escuchan la emisora de moda. Así que vénganse todos los gorditos a la emisora, los que están gordos, gordos y dicen: yo ni novia levanto, así de sencillo. Hoy van a levantar novia y manilla porque todos los gorditos que se vengán al parche de Lina Silva Rojas van a ganar manillas para Interpark.</p>	<p>La radio de moda</p> <p>Vacilarlo</p>

	21-12-15	8:00 a 10:00 a. m.	La Papaya/ /Lina Silva Rojas/Richi		<p><b>Richi:</b> Recuerda que estamos entregando las Oxígeno patinetas de Oxígeno lo único que debes hacer es inscribirte a través del 6 30 2000 y estar con nosotros en los diferentes retos de la ciudad de Bucaramanga. Los pelados están en las 'oxivacaciones' y qué mejor plan que ir a fregar con una emisora en cualquier punto. Lina que tal si nos vamos con un maratón de manillas a través de WhatsApp.</p> <p><b>Lina:</b> Que tienes que hacer: Oxígeno me lleva a Interpark y las más chimba notas de voz serán premiadas, las diez mejores.</p>	Fregar con la emisora
	21-12-15	8:00 a 10:00 a. m.	La Papaya/ /Lina Silva Rojas/Richi		<p><b>Lina:</b> Riri el nombre original de la estatua de la libertad es: la libertad iluminando el mundo, ese es el nombre original. Ahí estoy.</p> <p><b>Riri:</b> Waow... hecha por los franceses.</p> <p>Dato en la Papaya:</p> <p><b>Riri:</b> En la antigüedad se metía una moneda en la boca del difunto para que este pagase su boleto al más allá.</p>	

					<p><b>Lina:</b> Oiga y si lo ensayamos ahorita.  Dato en la Papaya:  <b>Lina:</b> Comer fresas una o dos veces por semana retrasa la pérdida de memoria y la agudeza mental.  Dato en la Papaya:  <b>Riri:</b> Corofobia.  <b>Lina:</b> ¿Qué es eso? ¿Es una fobia?  <b>Riri:</b> Sí, miedo a bailar.  Lina: A yo conozco a más de uno que tiene Corofobia.</p>	
	21-12-15	10:00 a. m. a 2:00 p. m.	Oxígeno en Línea/Alexis Bolívar	Oxígeno está de moda niño.	<p>Están escuchando lo bueno que está de moda. Para mí hoy es lunes festivo. Saludando a toda la gente que anda por ahí. Nos vamos con llamada, quién anda por ahí, por ahí.  <b>Entra llamada:</b>  <b>Alexis:</b> Aló. Oxígeno ¿con quién? No escucho, coja bien el teléfono, cójalo bien, cójalo duro, duro. Ahora si hable duro mi amor.  <b>Oyente1:</b> con Ercelia. .  <b>Alexis:</b> ¿Cómo estás bien o qué?  <b>Oyente1:</b> Bien</p>	<p>Cójalo duro, cójalo duro, duro</p> <p>Tu marido no te dio ayer cosita</p>

					<p><b>Alexis:</b> Mamacita te acabas de levantar o algo así, no te han dado almuerzo... Tu marido no te dio ayer cosita de prepárate mi amor esta noche. Mi amor por qué anda con esa vos de: yo no sé qué le pasa. Aló</p> <p><b>Oyente1:</b> Aló.</p> <p>Alexis: ¡Ay! Mi amor ¿qué tienes?</p> <p><b>Oyente1:</b> Nada.</p> <p><b>Alexis:</b> ¿Te maltrataron mucho anoche? Mamacita a qué me llamas... a enviar saludos.</p> <p><b>Oyente 1:</b> Para las boletas.</p> <p><b>Alexis:</b> Ah... Ahí sí habla duro, ahí sí. Hagamos una cosa yo te voy a anotar y al final de la hora estaré nombrando un ganador, vale... Nombre completo.</p> <p><b>Oyente1:</b> Ercelia Méndez Beltrán.</p> <p>Alexis: Y qué emisora respiras.</p> <p><b>Oyente 1:</b> Oxígeno.</p>	de prepárate mi amor
	21-12-15	10:00 a. m. a 2:00 p. m.	Oxígeno en Línea/Alexis Bolívar	Oxígeno está de moda niño.	<p>¡Ay dios mío! Ya casi llega navidad. Tiremos pólvora. Saludemos a toda la gente que está conectada con la radio de moda. Soy Alexis Bolívar y estaré acompañándolos... para</p>	<p>Tiremos pólvora</p> <p>La radio de moda</p>

					<p>mí hoy es lunes, lunes festivo, lunes festivo. Para que sea lunes festivo papá debes vacilártela en el trabajo, en la casa, haciendo el almuerzo. Hay que mover las nalgas mientras uno está cocinando, así de sencillo. Saludando a la gente que sigue conectada con la que está de moda y yo sigo colocando música porque a mí ya no me gusta la paja, ya tú sabes.</p>	<p>'vacilártela'</p> <p>No me gusta la paja</p>
	22-12-15	10:00 a. m. a 2:00 p. m	Oxígeno en Línea/Alexis Bolívar	<p>Qué tú dices que tienes dj más jóvenes que los de Oxígeno. Y todos ya se hicieron el examen de la próstata, a tu maldita edad ya están buscando acilo, va a seguir.</p>	<p><b>Alexis:</b> Ve de una para Géneros calzado por sus compras recibe un bono de cinco mil pesos, qué esperas para irte de una a ver el mejor pesebre del mundo, ve y aparte de eso te compras unos papos nuevos papá.</p> <p><b>Alexis:</b> Recomendado, Móviles García lo n</p> <p>úmero uno en celulares y accesorios en la ciudad, si en la ciudad de las hormigas culonas. Así de sencillo les trae un nuevo producto para que tengas tu celular libre de</p>	

					<p>bacterias e impurezas. Lo puedes conseguir en cabecera en la calle 49 numero 39- 17 a la vuelta de 'cuadra picha', ahí dónde usted sé la pasa.</p> <p>O también puedes ir en la cra 33 enfrente del parque San Pio. Y sigue escuchando la radio de moda.</p>	
	23-12-15	10:00 a. m. a 2:00 p. m	Oxígeno en Línea/Alexis Bolívar		<p><b>Alexis:</b> No pasa de moda, todas las canciones que antes no escuchabas, simplemente las vas a escuchar hoy en la mejor emisora de Bucaramanga. Oxígeno la que esta de moda. Cómo dice, cómo dice.</p> <p>Ay dios mío porque ahorita es el vacile, ya mañana 24 y en unos días 31, sé acabó esto, sé acabó esto. Recibo llamada.</p> <p><b>Alexis:</b> Aló Oxígeno con quién, aló . Ay me colgó. Ay yo que le iba a decir que le daba manilla de una. Pero ya perdió, ya perdió así de sencillo. Bueno hablando paja les voy a poner esta canción que se llama "Yo te esperaré".</p>	<p>La que está de moda</p> <p>Hablando paja</p>

					Oxígeno está de moda niño y un besito para todas las mamacitas.	
	23-12-15	10:00 a. m. a 2:00 p. m	Oxígeno en Línea/Alexis Bolívar	Oxígeno la radio de moda  Navidad Oxígeno	<p><b>Alexis:</b> La mejor música solo se coloca en Oxígeno 104. 7 ¡Marca ya! 24 de diciembre y mañana me la pego, huele a Oxígeno. Obvio que sí estamos a fin de año. Los esperamos en nuestras tiendas de materiales de construcción Comultrasan. Para que se acojan al beneficio de condonación de interés y honorarios a su crédito. Para la gente que no tiene crédito, váyase de una, así mejoraras tu reporte crediticio. Todo esto lo hace Comultrasan Multi Activa. Vete de una porque nuestra pasión es mejorar su vida.</p> <p>¡Ay! Porque seguimos con recomendados. Miren hoy los espero en la concha acústica para disfrutar de una programación con artistas, cuenteros y demás, porque queremos que en esta navidad todos se metan en el cuento y regalen cultura y educación.</p>	<p>Mañana me la pego</p> <p>Regalen cultura y educación</p>



					<p>Todos estos propósitos son con el objetivo de ir a las veredas de Santander y dar regalitos a los niños más pobres. Pues para la entrada usted no va a necesitar boleta, simplemente, tú llevas un libro un regalo, que tú quieras y con eso podrás entrar totalmente gratis. Invita gobierno de Santander, el gobierno de la gente.</p>	
	28-12-15	10:00 a. m. a 2:00 p. m	Oxígeno en Línea/Alexis Bolívar	Fin de año Oxígeno	<p><b>Alexis:</b> Así de sencillo, para toda la gente que sigue conectada con la emisora, que comience la fiesta, a todos los que están en sus locales y siguen por ahí conectados. A los que no están haciendo nada en la casa, todos los que están en la Joya, en Real de minas. Por aquí ay un parceró, un saludito rápido.</p> <p><b>Oyente1:</b> Oxi Wilson, un saludito para Oxi Carolina por allá en Floridablanca.</p> <p><b>Alexis:</b> Eso, y saludos para quién.</p> <p><b>Oyente1:</b> Para Jorge Pinto de la lavandería.</p>	

					<p><b>Alexis:</b> Eso, de una usted nos pueden dejar los saludos por WhatsApp porque hoy estamos hablando de los chillones también. De una, nos vamos de una porque estamos hablando menos paja. Estás escuchando fin de año Oxígeno... Móviles García les trae un kit que puede mantener limpio su celular, libre de impurezas y es súper económico, vete de una mi niño a Móviles García. Lo puedes conseguir en cabecera en la calle 49 numero 39- 17 a la vuelta de 'cuadra picha', ahí dónde usted se la pasa o también puedes ir en la cra 33 enfrente del parque San Pio donde esta la gorda Botero ahí donde esta la gorda empelota.</p>	<p>Hablando menos paja</p> <p>Gorda empelota</p>
	29-12-15	10:00 a. m. a 2:00 p. m	Oxígeno en Línea/Alexis Bolívar	Oxígeno la radio de moda	<p>Ya casi se nos acaba el año así que pueden dejar sus mensajes y sus saludos. Todo te luce, mamacitas un beso para ustedes. Recomendado, Móviles Garcia les trae un kit que puede mantener limpio su celular, libre de impurezas y es súper</p>	

					<p>económico, vete de una mi niño a Móviles García. Lo puedes conseguir en Cabecera en la calle 49 numero 39- 17 ahí cerca de 'cuadra picha' dónde me la voy a pasar el 31 o cerca al parque San Pío donde está la gordita de Botero mostrando todo, allá mismo. Porque estamos de fin de año, seguimos con el vacile.</p> <p>Vete para Géneros Calzado que te regala un bono de cinco mil pesos por las compras, para que te vayas a conocer la mas fantástica atracción del mundo, el pesebre más grande del mundo y de una estrenas papos. De una se pueden ir porque está todo baratísimo los esperamos de una en Comultrasan para que se acojan al beneficio sin intereses; con un crédito vigente para mejorar tu reporte crediticio. Para la gente que no le ha dado plata en los bancos, pues vea, allá te lo van a dar, todo esto lo hace Comultrasan. Y seguimos con este pa los moteles, pero también tenemos</p>	<p>Mostrando todo</p> <p>Seguimos con el vacile</p> <p>Pa los moteles</p>
--	--	--	--	--	--	---

					otro recomendado, vete para el pesebre, si no han podido ir que porque la emisora no ha sacado boletas o no hay boletas pues mire hoy es dos por uno. Ustedes compran una boleta y entran dos, así de sencillo. Recuerden que se va el seis de enero y no vuelve a Bucaramanga. Vívelo no dejes que te lo cuenten, dos por uno, dos por uno.	
	30-12-15	10:00 a. m. a 2:00 p. m	Oxígeno en Línea/Leonardo Ballesteros Melo Melo		<b>Leo:</b> Que no se te olvide que hay mucha gente que nos están enviando notas al WhatsApp. Saludos para todos en Piedecuesta, saluditos para todos los de Zapatoca. Por acá me dicen, saludo para Tatiana Gómez, parceros en la buena de parte de David Rodríguez. Dice feliz año para todos, por aquí deja el número para que lo agreguen, así que pilas todos agregando a este man porque está buscando amigas buenas, así como me gustan a mí, 321 951 0146 ya lo tienen ahí. Ay papi báilalo que el año se acaba. Oxígeno la que está	Amigas buenas Como me gustan a mí

					<p>de moda niño, lo demás es loma papá. Por aca me dejan un mensajito:</p> <p><b>Oyente1:</b> Leo papacito hermoso, estoy contenta de que hayas vuelto a la emisora que está de moda niño y le regalo un besito, para que se lo coloque donde se le dé la regalada gana. Mua.</p> <p><b>Leo:</b> Huy no me haga eso, son las diez de la mañana. Tú escuchas Oxígeno.</p> <p><b>Leo:</b> Hey aquí está el rumbeo Aventura. Se reencuentran en el próximo año. Este man canta con los primos hermanos y a quién le importa. No me lo vacile papi, fin de año estos se acabó. Suegra deme a su hija y yo le encimo a mi papá. Llamadas al 630 2000.</p> <p><b>Leo:</b> Ahí se fue la llamadita esto es como peluqueando calvos, súper fácil mi rey. No se equivoque mi rey de tanto photoshop que hay por ahí.</p> <p><b>Leo:</b> Aló. Oxígeno con quién</p> <p><b>Oyente2:</b> Con Diana.</p> <p><b>Leo:</b> No mamacita me tienes que decir primero Oxígeno y</p>	<p>Besito donde se le dé la regalada gana.</p>
--	--	--	--	--	--	--

					<p>luego tu nombre. Aló Oxígeno con quién.</p> <p><b>Oyente 2:</b> Con Diana.</p> <p><b>Leo:</b> Espérate tantico mi niña porque eso no es así como así y usted no está llegando a su casa. Hagamos que no ha pasado nada. Yo me voy con llamada. Aló Oxígeno con quién.</p> <p><b>Oyente 2:</b> Oxígeno con Diana.</p> <p><b>Leo:</b> Oxígeno Diana de dónde llamas.</p> <p><b>Oyente 2:</b> En Lebrija</p> <p><b>Leo:</b> Y saludo para quién a esta hora.</p> <p><b>Oyente2:</b> Es para pedir boletas para Interpark.</p> <p><b>Leo:</b> Mi amor pero usted porque pide tanto, yo no soy el niño Dios.</p> <p>Mamacita no me vayas a colgar y te apunto de una. Ay no mi amor aló. A estas alturas del partido y usted todavía dormidita. Mira con lo que me vengo.</p>	
	04-01-16	10:00 a. m a	Oxígeno en Línea/ Leonardo	Oxígeno 104. 7 la emisora porno, porno,	<p><b>Leo:</b> son las diez de la mañana y llegué yo, llegué con el perreo.</p>	La emisora que está de moda

		02:00 p. m	Ballesteros Melo Melo	<p>porno que qué ustedes escuchan</p> <p>Oxígeno la emisora que está de moda</p>	<p>Mañana helada comenzando el primer lunes del año, en la ciudad bonita. Así que si usted me va a llamar y registrarse porque ya estamos dando la clave. Ya estamos dando la frase, tiene que estar pendiente, hey de la emisora que está de moda. Yo soy Leonardo Ballesteros Melo Melo. Mamacita me presento. Mua, póngaselo dónde se le dé la gana. Hay que vacile, hay qué perreo, hay que perreo les trae el viejo Leo. Hey un saludito para todos los taxistas, para todos los guardias de seguridad, para todas las mamacitas que a esta hora no están haciendo un carajo. Y solo escuchan los 104. 7 Oxígeno. Diez de la mañana y veintidós minutos. Ya saben en cualquier momento estaremos dando la frase, la frase que ustedes tienen que apuntar, cuando llamemos a su casa, a mí no me digan. Hola Leito, hola ya desayunaste ya almorzaste, no, solo me dicen la frase y ya,</p>	<p>Póngaselo dónde se le dé la gana.</p> <p>Sin vergüenzonas</p>
--	--	---------------	--------------------------	--	---	--

					<p>de una para saber si ustedes están ahí en la juega, pendientes de la emisora que está de moda. Así que a las once de la mañana voy ha hacer la primera llamada, así que papi pilas pilas que voy ha hacer la llamada.</p> <p><b>Leo:</b> Muy bonito sin vergüenzona, saludito para todas las bendecidas y afortunadas, es más un besito para ellas, ¡hey sin vergüenzonas! Eres una de ellas, ¿no? Una llamadita de una, al 6 302000.</p> <p><b>Leo:</b> Aló Oxígeno con quién.</p> <p><b>Oyente1:</b> Con Tatiana.</p> <p><b>Leo:</b> No cuando yo te llame y te diga, aló Oxígeno con quién, tienes que responder, Oxígeno Tatiana, okey, bueno.</p> <p><b>Oyente1:</b> Aló oxígeno, oxígeno 104. 7</p> <p><b>Leo:</b> Bla bla bla. Nah por eso es que le pegan los cachos a Tatiana porque todavía le digo cómo es que tiene que contestar y no. Bueno Tatiana y usted dónde vive.</p> <p><b>Oyente 1:</b> En el Mutis</p>	<p>fgf klkkk</p> <p>Por eso es que le ponen los cachos.</p>
--	--	--	--	--	--	---



					<p><b>Leo:</b> Y bueno y saludito para quién a esta hora en el Mutis.</p> <p><b>Oyente1:</b> Para Jerson.</p> <p><b>Leo:</b> Eh primero al novio y después no saluda a la mamá ni al papá ni a la hermana, no, primero al novio. Listo mi amor... oh sé colgó se le acabaron los minutos mi amor, pues también estamos regalando minutos.</p> <p><b>Leo:</b> Hay una mamacita que dice, mí rey Leo, y pues un besito para ti también mamacita. Entonces estén muy pendientes porque estaré llamando a todas las casas preguntando la clave, así que pilas para que la clave no los clave. 3</p> <p><b>Leo:</b> Llegó el momento de una de venirme con llamadas al 6 30 2000. La Oxi línea que está de moda. Un saludito para todos los que sé están registrando de todas partes de Bucaramanga. Aló Oxígeno con quién.</p> <p><b>Oyente2:</b> Con Fabián.</p> <p><b>Leo:</b> Dónde está metido a esta hora Fabián.</p>	<p>Para que la clave no las clave</p> <p>Vacile y perreo que escuchas con Leo</p>
--	--	--	--	--	--	---

					<p><b>Oyente2:</b> En Comuneros.  <b>Leo:</b> Saludito para quién a esta hora Fabián  <b>Oyente2:</b> Para mi hermana Mónica.  <b>Leo:</b> y dónde está Mónica.  <b>Oyente2:</b> En Girón  <b>Leo:</b> Y qué le quiere decir a Mónica  <b>Oyente2:</b> Que saludos y que tenga buena prosperidad en el 2016  <b>Leo:</b> Eso mándele un beso. Ay que vacile ay que perreo el que escuchas tú con Leo.  Otra llamadita, Oxígeno con quién.  <b>Oyente3:</b> Con Oxígeno Vanesa  <b>Leo:</b> Princesa de dónde llámas.  <b>Oyente3:</b> En San Gerardo.  <b>Leo:</b> Dónde queda  <b>Oyente3:</b> En Real de Minas.  <b>LEO:</b> Okey y a quién le quieres enviar un saludito.  <b>Oyente3:</b> Este Leito era para, para las manillas de Interpark  <b>Leo:</b> Listo de una mamacita no me cuelgues. Oxígeno 104. 7</p>	<p>La emisora porno, porno, porno que...</p>
--	--	--	--	--	---	--

					<p>la emisora porno, porno, porno... Que, que</p> <p><b>Leo:</b> Vamos a llamar nuevamente, en el barrio Girardot.</p> <p><b>Oyente 4:</b> Aló Con quién hablo</p> <p><b>Leo:</b> Aló está Angie... aló, aló... les dije ustedes tienen que estar muy pendientes, así que hay horas específicas. Me voy para el barrio Soto Mayor, aquí está. Vamos a ver si contestan. Nah definitivamente a los que llamamos pero ustedes no nos contestan. Esta canción es muy reconocida y pegada desde el 2015. Ya son las 12 del medio día y saben que es lo peor de todo, que yo no he hecho el amor desde el 2016. Yo no sé si ya lo hicieron ustedes pero yo si estoy quedado.</p>	
	05-01-16	10:00 a. m a 02:00 p. m	Oxígeno en Línea/ Leonardo Ballesteros Melo Melo		<p>Leo: Son las diez de la mañana y nueve minutos. Cómo están y cómo amanecen, hay que darle gracias a dios por un día más de vida. Llegó Leo a la emisora que esta de moda. La emisora del perreo, la emisora, la</p>	La emisora del perreo, del vacile, la que te

					<p>emisora del perreo. La emisora del vacile, la que te entrega muchos premios y la que está contigo a cada rato. Hey, desde ya voy a decirles la clave de hoy, así que no los clave la clave de hoy: Quiero mi Oxígeno patineta. Espero que la anoten muy bien. Un saludito para los que están en el trabajo, para los que están en la casita o para los que no están haciendo nada y para los que les cogió el tarde, los que están consiguiendo el trabajo así que levántese porque ahí en su cama no va a conseguir el camello hermano.</p> <p><b>Leo:</b> Nos enviaron una nota de voz, vamos a ver que dicen.</p> <p><b>Oyente1:</b> Oxígeno 10. 47 Bucaramanga, buenos días... les habla Néstor Méndez. Estoy escuchando desde el barrio La Castellana de Floridablanca. También les quería mandar un saludo a mis amigas, Brenda Franco y Nicol Horma en Pamplona Norte de Santander. Las quiero mucho. También a mi tía Carmen aquí</p>	<p>entrega muchos premios</p> <p>No va a conseguir el camello</p>
--	--	--	--	--	--	---



					<p>Piedecuesta y la Mesa de los Santos, mamacitas, de una para votarles mi WhatsApp, el número es 320 962 3496. Dime si no te ha pasado que estás tomando, terminas con la novia, la vieja empieza a hablar con los amigos y a ellas también les ha pasado. Cuando eran novios eran el amor de la vida y sabe qué también ha pasado, que se va a tomar con las amigas y a media noche le empieza la rasquiñita de coger el celular y empezarle a escribir a uno, (jrisas). Y saben todavía quién es uno, como decían por ahí a la mujer no se le hace llorar por ahí en la calle, sino en la cama. (risas)</p> <p><b>Leo:</b> Hoy es miércoles de liberación por eso hoy me vine sin ropa interior. La gente cree que es mentira, pero es verdad hoy Leo se vino sin calzoncillos.</p> <p>Hoy es miércoles de liberación mi rey.</p> <p>Hoy miércoles uno tiene que andar sin cucos mamacita así</p>	<p>la calle sino en el cama</p> <p>Miércoles de liberación.</p> <p>Andar sin cucos mamacita Esté a la moda mi reina</p>
--	--	--	--	--	--	---

					que esté a la moda mi reina qué pasa. La emisora porno, porno, porno, Oxígeno	
	08-01- 16	08:00 a. am. a 10:00 p. m.	La Papaya/ Lina Silva Rojas/Richi		<p><b>Lina:</b> Ocho treinta de la mañana y pilas que te tengo el dato de la Papaya. Sabías que un trabajo estresante aumenta en un 40 % el riesgo de sufrir problemas cardiovasculares y bueno. Ese es el dato en la mañana y pilas, si quieres estar con Maluma, Balvin, pilas escucha esto... Pueden ganarse la patineta, lo único que deben hacer es marcar al 6 30 20 00 y dejar sus datos. Bueno dinos todas las frases Oxígeno durante todo el concurso. Qué dicen por acá con Oxígeno.</p> <p><b>Oyente1:</b> Hola muy buenos días, yo soy Javier Osorio y yo escucho Oxígeno la que está de moda y quisiera paraticipar para ganar manillas para Interpark</p> <p><b>Lina:</b> Claro que sí, puedes dejar tus datos. Bueno y quién anda por acá dejando sus notas de voz, así de fácil las</p>	<p>Oxígeno la que está de moda.</p> <p>En la buena perros</p>

				<p>pueden enviar y saludar a quien quieran en esta mañana.</p> <p><b>Oyente2:</b> En la buena perros, en la buena. Oxígeno, Oxígeno de moda.</p> <p><b>Lina:</b> Bueno, el video oficial de este video se grabó en España, Ibiza. Qué chimba. Les tengo chismes, chismes y este no me lo sabía, <i>oh my good</i>, de verdad que sí. Imagínense que un grupo de managers pidió a Nacional Report que quite la canción Materialista de Silvestre Dangond y Nicky Jam. A mí me suena como puro bochinche de un resentido. Se presume que la petición la hicieron varios representantes de algunos artistas, debido a que estaban en desacuerdo a que el tema musical se estuviera generando fuera del vallenato. Lo que consideran que no es un tema ni de vallenato ni de reggaetón.</p>	
08-01-16	10:00 a. m. a	Oxígeno en Línea/ Leonardo		<p><b>Leo:</b> Una sonrricita Mamacita. Con el perreo, ay que vacile, ay que vacile... Hoy es jueves y se forma el sandungueo, está</p>	



	02: 00 p. m.	Ballesteros Melo Melo		<p>de moda, esta de moda. Un saludito para todos los que se conectan por nuestra pagina web.</p> <p>Un saludito para los que se conectan desde todas las partes de Colombia y recibimos tu llamada al 6 30 20 00 Aló oxígeno con quién.</p> <p><b>Oyente3:</b> Aló con Oxígeno Jhon.</p> <p><b>Leo:</b> Oxígeno Jhon. Qué pasa hoy es jueves y ponga esa actitud de jueves. Dónde está metido.</p> <p><b>Oyente3:</b> En la cumbre.</p> <p><b>Leo:</b> En la brecum, (cumbre al revés) Un saludito para quién.</p> <p><b>Oyente3:</b> A todos, a todos.</p> <p><b>Leo:</b> Para la novia para la moza qué sé yo.</p> <p><b>Oyente3:</b> Bueno, para la novia.</p> <p><b>Leo:</b> para la novia bueno. Y a quién quiere saludar o qué canción quiere escuchar Mauricio. Cuéntemelo todo hermano.</p> <p><b>Oyente3:</b> Cualquier canción.</p> <p><b>Leo:</b> Okey. Cualquier canción. Échese agüita en la cara</p>	<p>No quiero pasar como un grosero pero si paso como un grosero, no me importa.</p>
--	-----------------	--------------------------	--	--	---

				<p>porque está todavía como dormido. Jaja.  Voy a decirles así. No quiero pasar como un grosero pero si paso como un grosero, no me importa. Dale. Pero las personas que me llámen de aquí en adelante que tengas actitud, qué tengan flow. Mi rey, estamos con vida, porque las personas que están en sillas o que se encuentran en clínicas son las que tienen mas ganas de vivir. Y usted que tiene todas las de vivir y que tiene todos los brazos y todas las piernas, me toca sacarle las palabras. No mi niño, actitud porque hoy es jueves.  <b>Leo:</b> Rico.  <b>Lina:</b> Rico rico taz taz, rico, rico taz taz. Jajaja.  <b>Leo:</b> Un saludito para una hermosa queme dice por acá . “Hola Leito se le quiero mucho por acá desde Sabana de Torres”. Besito para Sabana de Torres, que está pegada con Oxígeno, besito mamacita que siempre está conectada por ahí, mamacita un beso bien</p>	<p>arrecuestecelo  dónde sea</p>
--	--	--	--	---	--------------------------------------

					<p>grande. Y arrecuestecelo dónde sea. Y otra hora de buena música, hoy es jueves, hoy es jueves. Ay amá ay amá, ay Amalia. Jueves de una bien fría por eso vamos a comenzar con otra llamada al 6 30 20 00. A emisora numero uno que tiene Bucaramanga</p> <p><b>Leo:</b> Aló Oxígeno con quién.</p> <p><b>Oyente 4:</b> Con Johan Plata.</p> <p><b>Leo:</b> Dónde está metido mi niño.</p> <p><b>Oyente4:</b> Eh. .</p> <p><b>Leo:</b> Ay este palao no. Por acá me dicen un saludito para ti bebé y un saludito para Yulezzy. Ay Yulezzy mí amor mira un besito para tí mi vida. Por aquí también con una notica de voz, voy a ponerla de una a ver que me dice la mamacita esta.</p> <p><b>Oyente5:</b> Hola Leito para mandarles un saludito a Jonathan y Sebastián Mayorga. Gracias. Oxígeno la que está de moda.</p> <p><b>Leo:</b> De una que dice, a lo mismo un saludito para los parceros que están pegados a</p>	
<hr/>						
<hr/>						

				<p>la emisora que está de moda. Mira, mira con lo que me vengo. Y un besito también para todas las amas de casa que están haciendo el almuerzo a esta hora, mua. Ay rico.</p> <p><b>Leo:</b> Bueno, dónde está metido parcero</p> <p><b>Oyente 6:</b> En la cumbre El la brecum, y un saludito para quién.</p> <p><b>Oyente 6:</b> Para mi tía May y para mi nona</p> <p><b>Leo:</b> Y qué quieres escuchar David.</p> <p><b>Oyente6:</b> Angelito vuela de Don Omar</p> <p><b>Leo:</b> Huy, buena canción. Dígamelo fuerte. Oxígeno la emisora que está...</p> <p><b>Oyente6:</b> De moda niño.</p> <p><b>Leo:</b> Sé sabe. Hey dale, dale, candela, dale, dale candela mami, dale, dale candela. Hey David por eso escucha esto.</p> <p><b>Leo:</b> Mamacita. Programando lo mejor de la musica papí, así que necesito irme con una llamada, estamos activados.</p>	
--	--	--	--	---	--

				<p>Papá tiene que estar conectado con la número uno</p> <p><b>Leo:</b> Aló Oxígeno con quién.</p> <p><b>Oyente7:</b> Con Martín.</p> <p><b>Leo:</b> Martín dónde está hermano.</p> <p><b>Oyente7:</b> En mi casa. Respirando qué emisora hermano.</p> <p><b>Leo:</b> Okey y saludito para quién.</p> <p><b>Oyente7:</b> Para mi novia</p> <p><b>Leo:</b> Y qué canción sé quiere parchar</p> <p>Cuál. . . Martín papi toda la tarde no me puedo quedar ahí esperando la canción.</p> <p><b>Leo:</b> Listo por acá una nota de voz. A ver, a ver vótemela mi niño.</p> <p><b>Oyente 8:</b> Soy Oxígeno Nomu y quiero la canción de Maluma La que me formateo el Cd.</p> <p><b>Leo:</b> Jaja. De una mi niño, tu sabe papí, estamos activados. Oxígeno está de moda papí.</p>	
08-01-16	08:00 a. m. a 10:00 p. m.	La Papaya/ Lina Silva Rojas	La emisora Porno, porno, porno de Bucaramanga.	<p><b>Lina:</b> Bucaramanga ocho de la mañana y estamos escuchando Oxígeno papí. Despierten en estas vacaciones. A las nueve de la</p>	

			<p>Sí la emisora que por no escucharla pierdes.</p>	<p>mañana voy a estar dando la clave para que se lleven esta patineta, la patineta loca. Qué es lo que tienen que hacer. Tienen que estar pendientes de la clave y regístrate. Y vas a esperar la llamada durante este viernes Oxígeno, así que estén en la juega.</p> <p><b>Lina:</b> Hola quién habla por ahí, aló deja el show y háblame.</p> <p><b>Oyente1:</b> Con María Tránsito.</p> <p><b>Lina:</b> Con María Tránsito. Cómo estás. Mamacita dónde estas cuéntamelo.</p> <p><b>Oyente1:</b> En la invasión de Suratoque</p> <p><b>Lina:</b> Eso de una dímelo qué quieres escucharte. Dímelo de una qué canción.</p> <p><b>Oyente1:</b> Quiero escuchar una de Los Inquietos.</p> <p><b>Lina:</b> Eso. Por ahí también andan conectados, para que anden conectados toda la mañana en estas farraciones. Todo lo que quieras oír está Al Aire.</p> <p><b>Lina:</b> Es Peter Manjarrez. Aquí está su leona al aire. En los 104. 7.</p>	<p>Súbele a la farra</p>
--	--	--	---	--	--------------------------

					<p><b>Lina:</b> Hey y yo te traigo el Dato. Sabían que algunos estudios sugieren que el 70 % de nuestro estrés es a menudo por el exceso de pensar demasiado así que deje de estresarse y deje de matarse la cabeza y dejen que las vainas pasen. Súbele a la farra Oxígeno. La emisora Porno, porno porno de Bucaramanga, sí la emisora que por no escucharla pierdes.</p> <p><b>Lina:</b> Ganas de volverte a cachondear. Oh, nueve y cincuenta de la mañana, andamos en la mañana de farra.</p>	Volverte a cachondear
	08-01-16	10:00 a. m. a 02:00 p. m.	Oxígeno en Líne/ Leonardo Ballesteros Melo Melo		<p><b>Leo:</b> Llegó el momento de irme con una llamadita de una. Aló oxígeno con quién.</p> <p><b>Oyente1:</b> Con Diana</p> <p><b>Leo:</b> Mamacita dime de dónde llamas</p> <p><b>Oyente1:</b> De Estoraques</p> <p><b>Leo:</b> Mi amor saludito para quién a esta hora ,</p> <p><b>Oyente1:</b> Para ti Leito</p> <p><b>Leo:</b> Mí amor que no se de cuenta tu novio. Un besito y pontelo donde quieras, vale.</p>	Un besito y pónitelo donde quieras.

				<p><b>Leo:</b> Yo soy Leo, bálalo que tu marido está preso. Amalia sírvete una bien helada mamacita. Hey estoy recibiendo invitaciones, gente que quiera invitarme a fincas o tirar piedra que nos estamos haciendo nada. Me voy con llamada de <i>one</i>.</p> <p><b>Leo:</b> Aló Oxígeno con quién.</p> <p><b>Oyente2:</b> Con Víctor</p> <p><b>Leo:</b> Qué pasa viejo Víctor Bien o qué hermano. Venga Víctor ya dejo de pegarle los cachos a la mujer. Venga Víctor donde está metido mi hermano pá</p> <p><b>Oyente2:</b> Aquí en Norte de Bucaramanga</p> <p><b>Leo:</b> Y saludito para quién</p> <p><b>Oyente2:</b> Para todo el parche de Oxígeno</p> <p><b>Leo:</b> Sé sabe mi hermano.</p> <p><b>Leo:</b> Lo mejor de todo es que ella no está enamorada de mí pero le gusta como yo le doy, que es lo bueno.</p>	<p>Ya dejo de pegarle cachos a la mujer.</p> <p>Le gusta como yo le doy</p>
12-01-16	08:00 a. m. a	La Papaya/Lina Silva Rojas	“En la mañana Oxígeno”/“	<p><b>Lina:</b> Nuevamente a la normalidad. En los 104. 7 me cuentan que en algunos</p>	



	10:00 p. m.		Oxígeno la que está de moda niño”.	<p>colegios ya entraron a estudiar a algunos parceritos les toco madrugar. Comentadísimos conmigo en la mañana. Entra llamada: <b>Lina:</b> Hola. Oxígeno con quién. Hola buenos días <b>Oyente1:</b> Aló. Buenos días. Oxígeno Santiago. Bien, bien y tú <b>Lina:</b> Santi eres caza premio o no Sí quieres, bueno dímelo si quieres parchar conmigo sí quieres. Perdidas de Jessy. <b>Lina:</b> Por acá dímelo si quieres parchar conmigo hey, hey, hey con Linis. Jonathan Mantilla saludito, Oxígeno Jonatán. <b>Lina:</b> Hola Oxígeno con quién <b>Oyente2:</b> Hola Oxígeno Gerson <b>Lina:</b> Hola Oxígeno Gerson por qué habla así. Jaja. <b>Oyente2:</b> Energía total. <b>Lina:</b> Eso me gusta y en qué barrio anda Gerson <b>Oyente2:</b> En Pablo Sexto mi niño. <b>Lina:</b> Oxígeno la que está...</p>	Hágale pues cachón.
--	----------------	--	------------------------------------	---	---------------------

					<p><b>Oyente2:</b> De moda  <b>Lina:</b> Con quién quieres parcharte saludito para quién.  <b>Oyente 2:</b> Bueno para mi mamá, que la amo.  <b>Lina:</b> Bueno hágale pues cachón.  Baby una canción que quieras escuchar, una bien parachada, que este actualizada. no me vayas a pedir una por ahí que... Los 50 de Joselito  <b>Oyente 2:</b> Una bachata ahí de Romeo, Corazoncito  <b>Lina:</b> Corazoncito de romeo. Y eso sé la dedicaron  <b>Oyente 2:</b> No, para dedicarla  <b>Lina:</b> Y a quién  <b>Oyente2:</b> A la mujer.  <b>Lina:</b> Oxígeno la que esta. .  <b>Oyente 2:</b> De moda niño.  <b>Lina:</b> Eso.  <b>Lina:</b> Este martes Oxígeno.  Hey te cuento como están por aquí las canciones más sonadas de las canciones más sonadas esta por ahí, El cepillo, Ginza, Te buscó y materialista son las canciones más sonadas en Colombia.  También aparece Sorry de</p>	

				Justin Bieber y J balvin, Magdalena y Por fin te encontré, Le hace falta un beso... son las 14 canciones mas sonadas en la 104. 7 de farraciones.	
12-01-16	10:00 a. m. a 02:00 p. m.	Oxígeno en Línea/ Leonardo Ballesteros Melo Melo	Oxígeno la de moda papi.  Oxígeno la que está de moda niño.	<p><b>Leo:</b> Así que deje la rabia papá deje vivir y viva su vida y deje vivir el resto papá. Usted no tiene por que preocuparse por los demás. Jaja. Ya nos estamos metiendo en este viaje que se llama Oxígeno papí. En la 104. 7. La emisora de moda. La emisora que tiene a mas de uno pasando aceite. Ay Amalia pégame los cachos pero no me dejes .</p> <p>Te lo digo así yo soy Oxígeno papí, lo demás es mera carreta, es mera carreta. Mira, mira no mas mi rey.</p> <p><b>Leo:</b> Es una cosa loca, loca. Ya salió el video de esta canción y como lo prometido es deuda díje que les iba a llamar a un barrio que sé llama la universidad. Vamos a llamar a una mamacita que se llama Loraine, vamos a ver si me contesta a ver si me dice la</p>	

				<p>clave y me la tiene que responder bien por que si no. Ahí le esta timbrando a Loraine.</p> <p><b>Leo:</b> Aló. Buenos días. Buenos días sería tan amable Loraine</p> <p><b>Oyente3:</b> Sí con ella.</p> <p><b>Leo:</b> Cómo estas. Loraine sabes con quién hablas.</p> <p><b>Oyente 3:</b> Sí</p> <p><b>Leo:</b> Por qué no contesto diciendo yo escucho Oxígeno</p> <p><b>Oyente3:</b> Yo escucho Oxígeno</p> <p><b>Leo:</b> No pero tenías que decirlo tan pronto yo llamara mi amor</p> <p><b>Oyente3:</b> No es que no me acordaba</p> <p><b>Leo:</b> Ah no pero si usted se inscribió acá para ganarse la patineta mi amor</p> <p><b>Oyente3:</b> Sí, yo escucho Oxígeno</p> <p><b>Leo:</b> No pero tenias que responder apenas yo llamar</p> <p><b>Oyente3:</b> Pero es que se me parecía la voz a otra persona</p> <p><b>Leo:</b> A quién, a quién como a Leonardo Ballesteros Melo Melo</p> <p><b>Oyente3:</b> Ay no. (risas)</p>	
--	--	--	--	---	--

					<p><b>Leo:</b> Mi amor y entonces, Has apuntado la clave</p> <p><b>Oyente3:</b> Sí todas.</p> <p><b>Leo:</b> Bueno tienes que estar pendiente para cuando yo vuelva a llamar. Si Loraine.</p> <p><b>Oyente3:</b> Bueno listo</p> <p><b>Leo:</b> Vale mi amor un besito.</p> <p><b>Leo:</b> Hey papá tienen que estar muy pendientes. Si ustedes están escuchando la emisora y dije yo, voy a llamar a Loraine al barrio la Universidad y suena el teléfono. Pues hey de una levántelo.</p> <p><b>Leo:</b> Acá también dicen hola Leo buenas tardes. Soy Oxígeno Ingrid la que está de moda y el resto que sufran jajaja.</p> <p><b>Leo:</b> “Un saludito a mis amigas Zaira Mónica y Laura y un besito para ti”.</p> <p>Un besito para ti también Ingrid y póngaselo donde se le dé la regalada gana.</p> <p><b>Leo:</b> Por aquí también dicen. “Hola paracero para programar la canción de Omi y Niky Jam”</p>	<p>Póngaselo donde se le dé la regalada gana</p> <p>La radio que está de moda</p>
--	--	--	--	--	--	---

					Escucha Oxígeno la radio que está de moda papá. <b>Leo:</b> Mira con lo que me vengo que esto nunca pasa de moda...	
	13-01-16	08:00 a. m. a 10:00 p. m.	La Papaya/ Lina Silva Rojas	“Estamos de farraciones en Oxígeno”	<b>Lina:</b> Esta mañana de farraciones. Si estas parchao márcame de una al 6 30 20 00 y en WhatsApp Oxígeno también 304 583 17 23 en esta mañana en La Papaya. <b>Lina:</b> Les tengo una nota bien interesante, como les parece que Leonardo Di Caprio se llevó un susto con Lady Gaga. Como les parece que esta vieja ha sido tendencia en las redes sociales. Todo gracias a que la cantante golpeó al actor accidentalmente mientras caminaba hacía el escenario para recibir el premio Golden Glob, por la actuación en una serie que se llama American Horror Story. Esa serie es súper buena se las recomiendo. El también ganador por mejor actor protagónico, confesó que igual de sorprendido que nosotros. Que muy bien sé	

					<p>sabe que lo ocurrido no fue a propósito. Mientras mantenía una conversación con otras personas la cantante lo tocó y él se dio un buen susto. Pues el actor explicó que un periodista que también estaba junto a la cantante, lo rosó pero simplemente fue accidental. También se llevó tremendo susto porque esa vieja se viste como una loca. Pues dijo él esta vieja loca por qué me golpea.</p> <p>Pero fue un malentendido entre la cantante y el periodista y se forcejearon golpeo sin querer a ese man a Leonardo Di Caprio.</p>	
	13-01-16	10:00 a. m. a 2:00 p. m.	Oxígeno En Línea/ Leo Ballesteros	Oxígeno está de moda niño	<p><b>Leo:</b> Para que te enamores... A esta hora qué tal si nos vamos con una llamadita de una. El clima delicioso que está haciendo, así que me voy de una con una llamada</p> <p><b>Leo:</b> Aló Oxígeno con quién</p> <p><b>Oyente1:</b> Aló Oxígeno Melisa</p> <p><b>Leo:</b> Melisa de dónde hablas.</p> <p><b>Oyente1:</b> De Sabana de Torres</p> <p><b>Leo:</b> Mamacita el clima está chévere por allá. Amaneció</p>	

					<p>lloviznando o amaneció haciendo solecito. Qué tal está amor.</p> <p><b>Oyente1:</b> Está soleado</p> <p><b>Leo:</b> Está soleado</p> <p><b>Oyente1:</b> Uy si</p> <p><b>Leo:</b> Estás calientica</p> <p><b>Oyente1:</b> Sí</p> <p><b>Leo:</b> Hey 11: 18 minutos</p> <p><b>Leo:</b> Yo sigo parchao con ustedes no olviden que yo soy Leonardo Ballesteros Melo Melo.</p> <p><b>Leo:</b> Cómo le parece que tenemos el representante de Interpark. Cómo está papá</p> <p><b>Invitado:</b> Hermano muy contento de estar nuevamente con mi gente de Bucaramanga. Tanto trabajo musical, de giras. Gracias a esta canción que fue todo un éxito. Tuvimos mucho trabajo, muchísimos conciertos. Pero bueno. Nuevamente en el trabajo para invitar a toda la gente a que venga a la diversión extrema con nosotros en Interpark.</p> <p><b>Leo:</b> Bueno y qué se viene este año</p>	
--	--	--	--	--	---	--



					<p><b>Invitado:</b> Bueno nos funcionó mucho la táctica que hicimos con esta canción de llevar un vallenato y de hacer un <i>feat</i> con Pipe calderón. Entonces creo que lo próximo será con Ciro Quiñonez.</p> <p><b>Leo:</b> Mano tengo una experiencia. A una amiga que estuvo pro allá en Interpark se le vió una pechuga, a un amigo por allá resultó votando toda la bilis.</p> <p><b>Leo:</b> Hey prepárate porque en momentos vengo con muchas mas entradas para que se vayan a inter parck. Tienen que estar conectados en la 104. 7. Hey saludos para Alexandra que en este momento está en la casita pegándole cachos al novio; mientras sean novios pégale cachos, es más te dedico esta canción.</p> <p><b>Leo:</b> Yo proponiendo cachos no. De una `para que sigas súper pendiente a la llamada Oxígeno</p>	Pegándole cachos al novio
--	--	--	--	--	--	---------------------------

				<p>Por acá me dicen a través de WhatsApp. “Para poner una canción de Niki Jam”.</p> <p><b>Leo:</b> Pero bueno mamacita le cuento que apenas van a lanzar esta canción hoy en la noche.</p> <p>En las redes sociales y el comunicado que mandaron dijeron que el estreno sería a media noche o mañana. Hay que estar pendientes por que estos son estrenos de la canción .</p> <p>Por acá también me dicen “Soy Oxígeno Anderson Leo parece regáleme la canción que esta de moda. “Le hace falta un beso”.</p> <p><b>Leo:</b> Y un besito para todas las mamacitas de Lebrija. Mua. Y póngaselo donde sé les dé la regalada. Yo sigo parchao con ustedes en Oxígeno. Por acá me escriben. “hola Leito papacito póngame me la canción, Una cosa loca”.</p> <p><b>Leo:</b> Sí mi amor un besito también para decir</p> <p><b>Lina:</b> Leito ricio, rico, taz, taz</p> <p><b>Leo:</b> Cómo, cómo</p>	<p>ricio, rico, taz, taz</p>
--	--	--	--	---	----------------------------------

					<p><b>Lina:</b> Rico, rico, taz, taz, rico, rico, taz, taz.</p> <p><b>Leo:</b> Cómo, cómo, cómo, otra vez</p> <p><b>Lina:</b> Rico, rico, taz, taz, rico, rico, taz, taz.</p> <p><b>Leo:</b> Por Dios, mujer bella.</p>	
	15-01-16	08:00 a. m. a 10:00 p. m.	La Papaya/ Lina Silva Rojas		<p><b>Lina:</b> Márquenme para que estén conectadísimos conmigo y estén pendientes de la clave "La farra la enciende con los 104. 7"</p> <p>Oxígeno, de una.</p> <p><b>Lina:</b> Hola Oxígeno con quién</p> <p><b>Oyente1:</b> Oxígeno Santiago,</p> <p><b>Lina:</b> Santi dónde estás, buenos días</p> <p><b>Lina:</b> Qué canción y para quién.</p> <p><b>Oyente1:</b> Para Natalia</p> <p><b>Lina:</b> Qué le quieres decir a Natalia, ¿estás enamorado?</p> <p><b>Oyente1:</b> Sí</p> <p><b>Lina:</b> Y por qué estás enamorado de ella</p> <p><b>Oyente1:</b> Me parece una persona simpática y entiende lo que siento por ella</p> <p><b>Lina:</b> Y, ¿cuánto llevas con la nena? A mi pásame el chisme completo o no le paso la</p>	

					<p>canción. Écheme el chisme, estudia ,trabaja, dónde estudia</p> <p><b>Oyente1:</b> Yo la conocí en el tercer semestre de criminalística en la universidad</p> <p><b>Lina:</b> Qué mas pasó</p> <p><b>Oyente1:</b> Nos conocimos en un examen que nos tocó hacer juntos. Y pues tú sabes poco a poco nos fuimos conociendo y ya tú sabes.</p> <p><b>Lina:</b> Y que de una al pan pan y al vino, vino. Y <i>baby</i> qué canción quieres dedicarle.</p> <p><b>Oyente1:</b> Un día más de Reik</p> <p><b>Lina:</b> Jum! ¿Seguro?</p> <p><b>Oyente1:</b> Sí.</p> <p><b>Lina:</b> Qué otra canción le quisieras dedicar a ella. Y cómo se llama y dónde está.</p> <p><b>Oyente1:</b> Natalia. Le recomiendo día tras día de Andrés Cepeda.</p> <p><b>Lina:</b> Será o no será.</p> <p><b>Oyente1:</b> Sí.</p> <p><b>Lina:</b> De una. Y qué emisora escuchas.</p> <p><b>Oyente1:</b> Oxígeno</p>	
--	--	--	--	--	--	--

	15-01-16	10:00 a. m. a 02:00 p. m.	Oxígeno en Línea/ Leo Ballesteros	Oxígeno la que está de moda	<p><b>Leo:</b> Por acá me dicen “Un saludito para Jefferson de Sabana de Torres de parte de Carlos Cadena.</p> <p><b>Leo:</b> Les voy a dar de una la dirección para las personas que se ganaron las entradas de Interpark. Antes de que se acaben las entradas y nosotros seguimos de viernes de Oxígeno.</p> <p><b>Leo:</b> Aló Oxígeno con quién.</p> <p><b>Oyente1:</b> Aló, aló Oxígeno con Cristián</p> <p><b>Leo:</b> Me tiene que decir yo escucho Oxígeno lo demás es pura carreta. Ay Leito convenza a mi mamá para que me deje salir a la fiesta. Lo que pasa es que yo no sé a que fiesta, si me invita de pronto le digo. Oxígeno 104. 7</p> <p>Por acá me dicen “Buenos días yo escucho Oxígeno”. La buena papá. Regístrense de una para que se lleven las manillas que están de moda. Y tú deja de ser tan sinvergüenzona</p>	Deja de ser tan sinvergüenzona
--	----------	---------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	--	--------------------------------

	16-01-16	10:00 a. m. a 02:00 p. m.	Oxígeno en Línea/ Leo Ballesteros	Oxígeno está de moda niño	<p><b>Leo:</b> Somos grandes 'champetu' y qué pasa Bucaramanga, buenos días, saludo para toda la gente que a esta hora se conectada con la emisora que está de moda que se llama Oxígeno. Hey ponle flow y ponle perreo. Llegó el loco de la radio mua, y zápeselo ahí mi amor zámpeselo donde le dé la gana. Tiene que estar pegado ahí, no busque otra vaina porque lo demás es pirata. Entra llamada:</p> <p><b>Leo:</b> Aló Oxígeno con quién</p> <p><b>Oyente1:</b> Aló, con Estiven</p> <p><b>Leo:</b> Bien o qué hermano. Estiven hermano salude papi al menos que no esta hablando con su mamá</p> <p><b>Oyente1:</b> Venga ustedes por qué no ponen música buena hermano</p> <p><b>Leo:</b> Qué canción quiere que le ponga. Aquí no ponemos carranga, cántela toda</p> <p><b>Oyente1:</b> Ay no me acuerdo, la que dice...</p> <p><b>Leo:</b> Hay mí rey de una papi... pero pide unas canciones que</p>	<p>Ponle flow, ponle perreo Zápeselo ahí mi amor zámpeselo donde le dé la gana. Lo demás es pirata</p>
--	----------	---------------------------	-----------------------------------	---------------------------	--	--

					solo las conoces tu rey papi pídeme canciones que conozca la gente como esta papi, porque hoy es jueves de fiesta.	
	20-01- 16	08:00 a. m. a 10:00 p. m.	La Papaya/ Lina Silva Rojas	Oxígeno la emisora porno, porno, porno de Bucaramanga, porno no escucharla pierdes  Oxígeno la que está de moda	<b>Lina:</b> Oxígeno. Buenos días. Se vale todo. Oyente1: Se vale que me toque acostarme con mi jefe para que me suba el sueldo. <b>Lina:</b> ¡Ay! En Oxígeno se vale todo lo que quieras contar, lo que tú quieras decir, lo que tú quieras revelar, se vale todo. Eh, hola se fue. Bueno vamos con música porque aquí se fue.	

## D. ANEXO ENTREVISTAS EXPERTOS

Metodología	Dinámica	Transcripciones	Evidencia
Cualitativo	<p><b>Paloma Bahamón, socióloga.</b> Se expone lo encontrado en la entrevista con los locutores y se analiza el lenguaje que emplean y los complementos como la música.</p>	<p><b>“Nosotros podemos ser vulgares sin ser ofensivos”.</b> <b>Primero podría darnos dos significados a estas palabras y luego definir si es posible, en el comportamiento humano, ser vulgares sin llegar a lo ofensivo.</b></p> <p>Yo lo que creo es que el esquema de humor que maneja un determinado conglomerado cultural, refleja mucho cuáles son sus pautas o su expresión moral o pautas de lo que se cree correcto o de lo que se cree incorrecto, de lo que se cree valioso o lo que no. Muchos de los programas televisivos, de radio y de los medios de comunicación les interesa sobre todo vender pauta y hacer dinero, no se van a devanar los sesos tratando de buscar propuestas alternativas o democráticas o políticamente correctas o respetuosas porque pues es una pérdida de tiempo.</p> <p>Entonces el esquema de humor que se maneja aquí es un esquema que lleva rato teniendo resultados comprobados para hacer dinero, para estar en el mercado y es un humor basado en agredir al que se cree débil, en ofender al distinto, en burlarse al que se cree vulnerable. Y dentro de ese esquema de lo que es el humor, de esos patrones que son muy patriarcales, de quien es el vulnerable y quien es el débil, la mujer, los homosexuales, los campesinos, los pobres, los afrodescendientes, los indígenas, los indígenas que a veces</p>	<p>Esquema de humor según un conglomerado cultural, refleja pauta de ellos y lo que creen correcto o incorrecto</p> <p>Esquema de humor con resultados para hacer dinero</p> <p>Humos basado en agredir al que se cree débil</p>



		<p>casi ni los meten porque los ven tan lejanos que no saben que todavía sean el 10 % de la población nacional. Entonces ellos no se van a complicar. No son comunicadores sociales conscientes de su responsabilidad social de que están formando en valores, de que están generando pautas, de que la manera en que ellos sean graciosos o no sean graciosos, va determinar lo que unos jovencitos que están en formación de su identidad, van a creer de sí mismo y de los demás, no se complican, van a la pauta y van a lo fijo.</p> <p>¿Qué es lo fijo? En un país que ha sido sumamente determinado por la violencia, lo fijo es agredir y lo fijo es dar formas de humor violentas y formas de humor como muy Judeo cristianas con el debido respeto, y muy patriarcales en el sentido que están ligados con cierta tradición. Y esa cierta tradición es sospechar a cerca de lo que es distinto, sospechar del otro, y sospechar y agredir muchísimo a la mujer. Y me da una pena terrible pero lamento mucho pero es increíble si uno se poner a ver, el hilo que va de muchos pasajes de la biblia y libros religiosos de tradición Judeo Cristiana y también de otros, a todas esas propuestas de rechazar a un homosexual o burlarse de la mujer que no está dentro del canon de lo que supuestamente esta en ser una mujer, y ofender al extranjero o al distinto, esta como en esa misma pauta.</p> <p>A mí me da mucha risa porque muchos de ellos se llaman como de vanguardia que son alternativa, que están a la moda y que están con lo urbano, yo no veo la urbanidad por ningún lado. Pero ahí lo que se está haciendo es perpetuar una serie de esquemas, muy tradicionales, que lo que han hecho es atentar contra el hecho de la democracia, sí tenemos la democracia como el espacio de respeto o de tolerancia y de</p>	<p>No son comunicadores sociales conscientes de su responsabilidad social</p> <p>Están a la moda Perpetuar una serie de esquemas</p>
--	--	--	--

		<p>equidad entre diversos. Entonces cuando ellos dicen que cuando se refieren a una persona homosexual como “maricón”, o cuando se refieren a una mujer que ha decidido no casarse como “solterona”, están siendo vulgares mas no groseros, es como si yo le estuviera diciendo a alguien, mire yo lo estoy matando a usted pero con cuchillito de palo.</p> <p>Yo creo que lo que ocurre con este tipo de programas es que quienes asumen la tarea de realizarlos, son personas que no tienen un gran capacidad crítica sobre sí mismas, no son personas que estén como diciendo, bueno, cómo es mi proceso de formación como sujeto, o cual es mi contexto, o de dónde vengo, que es lo que aprendí en mi vida. Qué es lo que yo expreso como humor y no es más si no rechazo o intolerancia. Entonces si no ven desde esa perspectiva es muy complicado que personas que no llegan por la noche a su casa a decir... ¿de veras yo necesitaba ofender tanto a esa niña porque vive en el barrio Colorados? Entonces no son personas que llegan a la casa a decir como hice yo mi trabajo hoy. No creo que lo hagan porque detrás de esto está la industria de la disquera que están pagando mucho dinero para que pongan pautas. Y está comprobado que gran parte del capitalismo, o no todo lo que le importa es hacer dinero sin el origen de lo que fue el capitalismo con una ética o religioso, incluso al respecto.</p> <p>Entonces cuando plantean que ellos hacen dicen que hacen trabajo de responsabilidad social o tal vez se lo creen porque cuando uno está sin conciencia, uno termina comiendo sus mentiras; creo que ellos de verdad no tienen ni la menor idea de lo que es responsabilidad social.</p> <p><b>La utilización de este tipo de lenguaje, ellos lo asocian con la cotidianidad que genera una estrecha relación con</b></p>	<p>No tienen ni la menor idea de lo que es responsabilidad social</p>
--	--	---	---

		<p><b>el oyente, ellos los escuchan. En el <i>ranking</i>, efectivamente son una de las emisoras más sintonizadas. ¿Por qué sucede esto?</b></p> <p>Bueno pues muy sencillo, que es más fácil, preparar un jugo sin licuadora o comprar una paleta, que según ellos ahora vienen con vitaminas y echarle agua y revolverlo y ya. Ellos son personas de fórmulas, ¿cuál es la fórmula? La chabacanería porque con todo respeto, nosotros somos un país mal educado en términos generales. Y ellos no se van a poner en la reflexión titánica de decir, creemos en la equidad de género y para eso venimos a traerles unas canciones.</p> <p>El asunto aquí es que es lo que quita y distrae el hambre fácil, el chicle. Y ellos lo que hacen es programar el chicle, porque no exige ningún esfuerzo, por tratar de hacer del consumidor cultural una persona más exigente o una persona más elevada y altruista en relación con lo que espera la vida o de lo que cree a vida. Es sencillo, la degradación y la violencia vende en un país en donde tiene un problema en la educación. Nada de eso está contribuyendo. El problema está en una gran inconciencia que les genera dinero. Estos formatos son alienantes y deformantes y totalitarios donde piensan que la cultura es peligrosa.</p> <p><b>El locutor considera que quienes más escuchan esta radio juvenil son los estratos bajos. Podría este factor económico, influir en las relaciones, percepción y formación de su identidad frente a los medios que escucha</b></p> <p>Todo se sustenta en el capitalismo, se sustenta en los pobres y los pobres por ejemplo son los que suben a los políticos y son los que perpetúan ciertos esquemas culturales, y por qué, porque el pobre no solo hay que mantenerlo pobre sino</p>	<p>Chabacanería Somos un país mal educado en términos generales</p> <p>El problema está en una gran inconciencia que les genera dinero Formatos alienantes y deformantes y totalitarios donde piensan que la cultura es peligrosa</p> <p>El pobre no hay que mantenerlo pobre sino</p>
--	--	--	--

		<p>mantenerlo alienado, ellos viven de los pobres. Todo el mundo vive de los pobres porque los pobres son una especie de gallinita de huevos de oro, donde van y les meten el veneno de lo que creen lo urbano es que le pegues a tu novia como tu papá borracho le pegó a tu esposa, pero creyendo que si se hace con un arete aquí y allá eso sería novedoso. Del árbol caído todo el mundo hace leña.</p> <p><b>Cuando sucedió el cambio de locutores en 2013, decidieron traer a locutores de otras partes del país, que no tuviera prejuicios con la emisora. Qué significó esta estrategia, hay más impacto en el comportamiento y en la construcción de identidad sin hay hibridación en nuestra cultura, es decir si alguien de la costa o de Antioquía llega a Bucaramanga</b></p> <p>No creo que sea el cambio de región sino mantener el esquema, el problema es que la persona está dispuesta a ser mente abierta y a meterse en la patanería y la ostentación que propone el programa, el paisa tiene por ejemplo el estereotipo de ser vivo, no se van por ejemplo a traer locutores de pasto porque creen que el nariñense es tonto y en realidad no es que sea tonto sino que la gente nariñense es respetuosa y suave. Pero necesitamos colombianos fachosos.</p> <p><b>Ellos creen que la responsabilidad social del medio es permitirle a los sectores de bajos recursos conocer artistas, regalar boletas para algún concierto, entre otras. Cómo funciona este comportamiento, es efectivo, tiene recepción y qué logran con esto.</b></p> <p>Donde están la políticas, donde está la secretaría de cultura o la alcaldía del departamento pendientes de lo que está pasando, hay una hipocresía porque saben que ellos les</p>	<p>mantenerlo alienado, ellos viven de los pobres</p> <p>Mantener esquema Meterse en la patanería</p>
--	--	--	---

		<p>ponen plata para sus políticas. Ellos dicen que no están haciendo una responsabilidad social pero si están haciendo una caridad de trabajos. Pero si no asumen esa responsabilidad como medios de comunicación deberían entenderse como ciudadanos y ciudadanos que tienen un poder y es el poder de comunicar. Ellos en el fondo saben el poder que ellos tienen de transmisión de discursos.</p> <p><b>En la utilización de los géneros, ellos se denominan urbano. Por siguiente, el 75% de lo que emiten es reggaetón y de resto vallenato, pop, entre otros. Considera que el reggaetón hace parte de la afirmación “les gusta ser lo que ven fama, mujeres y dinero”. Cómo explicaría esta conducta y relación con el género</b></p> <p>Todo ese discurso ofensivo del reggaetón hacia las mujeres y en general. Porque lo que se está viendo es una represión sexual, si nosotros tuviéramos una sexualidad más tranquila. ¿No es lo mismo decir el codo por las partes íntimas a las que les ponen la malicia? Todo debería verse con una tranquilidad, no como cuando en un medio se difunde lo contrario y se le nombra en un trío planteándose en las canciones diciendo que es bueno porque es sucio. Entonces ahí está esa perversión y todo por llamarlo “prohibido”. Es una doble moral.</p> <p>SEGUNDA PARTE</p> <p><b>El medio de comunicación, en este caso la emisora, utiliza categorías desde el lenguaje que identifican a los oyentes como ‘mamacita’, ‘rica’, etc. ¿Por qué sucede esto? Y ¿Qué representa para el individuo?</b></p>	<p>Sí están haciendo una caridad de trabajos</p> <p>Un medio se difunde lo contrario y se le nombra en un trío planteándose en las canciones diciendo que es bueno porque es sucio Es una doble moral</p>
--	--	--	---

		<p>Sucede porque estas expresiones provienen de una configuración de identidades vinculadas a un paradigma cultural sexista, androcéntrico, patriarcal donde la mujer es cosificada sexualmente. Me explico: en esta cultura patriarcal una de las funciones de cierta categorización femenina es ser objeto de placer (mamacita, rica, como si fuera un alimento, cosita buena, como si fuera un objeto agradable. Por eso hay expresiones como: mamita rica, sabor a pollo) Desde el lenguaje se refuerza esa función de la mujer complaciente y como el lenguaje construye mundo y construye identidad, la idea es que nosotras al escuchar estas expresiones nos sentimos reafirmadas felizmente en esta forma de identidad (ser mujer es estar apta funcionalmente para prestar un servicio sexual a un otro, que en este caso es un 'macho')</p> <p><b>¿Cómo una palabra o personaje, que categoriza o divide a la población puede determinar o incidir en los comportamientos del individuo?</b></p> <p>Ocurre porque los individuos moldeamos nuestra personalidad a través de agentes de socialización (familia, escuela, religión, medios de comunicación, por citar algunos) y los procesos para ese moldeamiento tienen en el lenguaje verbal y visual una gran herramienta. Desde pequeños, niños y niñas están sometidos a esos discursos verbales, visuales que les dicen cómo deben ser de acuerdo con lo que un entorno sociocultural propone como correcto. Si una niña de cuatro, cinco años ve en la televisión programas de concursos de belleza infantiles (algunos como: Miss Tanguita) crecerá pensando que la identidad femenina es agrandar al otro al despertarle 'emociones' a partir de su aspecto físico. Si un niño de cuatro años tiene la pulsión</p>	<p>Expresiones provienen de una configuración de identidades vinculadas a un paradigma cultural</p> <p>Desde el lenguaje se refuerza funciones (estereotipos) Lenguaje construye mundo e identidad</p> <p>Los individuos moldeamos nuestra personalidad a través de agentes de socialización Tiene en el lenguaje verbal y visual una gran herramienta</p>
--	--	--	--



		<p>construcción de lo femenino o lo masculino a través de posturas medias.</p> <p>Bajo este paradigma el discurso tradicional la mujer está al servicio del hombre bajo dos esquemas: ama de casa (María) o mujer placer (Eva) las insubordinadas son llamadas brujas o machorras. Los hombres deben ser machos y un macho supuestamente no tiene nada femenino y si no niega o rechaza al 100% algún componente femenino en su identidad es víctima de agresión; es un marica. Hay un temor muy fuerte al componente y desarrollo de lo femenino tanto en hombres como en mujeres. En la mujer, se le controla, se le moldea; en el hombre se expulsa.</p> <p>El patriarcado parte de esta discriminación y fomenta otras para justificar su esquema dicotómico: blanco/negro rico/pobre feo/ bonito ganador/perdedor normal/ extraño. El capitalismo es un modelo económico donde el fomento de la acumulación de bienes y la propiedad privada a través de la figura del mercado (compra y venta de productos) se vuelve compulsivo con el neoliberalismo. Hay que mantener a la gente consumiendo objetos de forma irracional. Así como hace unos 500 -330 años promovió la esclavitud de afrodescendientes para aumentar la productividad y promovió discursos de supremacía de raza blanca sobre razas negras y mestizas (lógica dicotómica) en este momento no tiene ningún reparo en promover aumento de dinero, de capital a partir de estrategias como la promoción y refuerzo de discursos discriminatorios ya establecidos por el patriarcado.</p> <p>Los sujetos somos moldeados por discursos, somos portadores de discursos, somos promotores de discursos. Si yo no asumo frente a mi entorno una postura crítica, una</p>	<p>Los sujetos somos moldeados por discursos, somos</p>
--	--	--	---



		<p>toma de conciencia como sujeto, soy un ente pasivo reproductor. Me convierto en objeto alienado (sin conciencia) Estas emisoras están manejadas por sujetos alienados que fusionan su tradición patriarcal y discriminatoria con el afán de lucro capitalista. Son ladrillos que mantienen y fomentan el patriarcado capitalista.</p> <p><b>En ese sentido, ¿qué poder tiene el lenguaje tras la representación mental en la construcción de identidades colectivas juveniles?</b></p> <p>El lenguaje moldea; constriñe o libera. Es fuente de opresión o de liberación. De alienación o conciencia. El lenguaje es como otra mano invisible (el economista Adam Smith decía que el mercado era la mano invisible) y los sujetos plastilinas que nos adaptamos a lo que nos dicen que debemos ser en pos de ocupar un lugar en el espacio y no ser expulsados. El lenguaje es una herramienta sistémica.</p> <p><b>Considera usted que la mediación del lenguaje depende de la edad del individuo. Es decir el joven se moldea más fácil que el adulto a través del lenguaje.</b></p> <p>Las bases están en la infancia y otra cosa clave: el lenguaje tiene un componente fuertemente emocional. La familia, la escuela, la religión son determinantes en los primeros siete años de vida. Los sujetos con fragilidad identitaria buscan llenar los vacíos emocionales de la infancia o perpetuar inconscientemente malos esquemas que se han tornado costumbre a través de los medios. Es tanto el miedo a sí mismos, es tanta la confusión que muchos jóvenes con bases identitarias, emocionales y psicológicas frágiles o disfuncionales se someten a la discriminación del otro o se autodiscriminan.</p>	<p>portadores de discursos y promotores de discursos</p> <p>Soy un agente pasivo reproductor</p> <p>Lenguaje moldea, constriñe o libera.</p> <p>Herramienta sistémica</p> <p>Lenguaje componente emocional</p> <p>Sujetos con fragilidad identitaria buscan llenar vacíos a través de los medio</p>
--	--	--	---

		<p><b>Considera que las identidades se crean o se van moldeando a medida que cambian los intereses del individuo.</b></p> <p>Las bases son importantes pero no definitivas, afortunadamente o infortunadamente. El capitalismo es un producto de la modernidad pero antes de que este se desbordara y solo pensara en la codicia, el origen del fomento del capitalismo fue la iniciativa individual. La modernidad construyó el concepto de persona, de sujeto con conciencia crítica con capacidad de usar la razón, tomar decisiones responsables que cuentan con el respaldo del derecho a tener derechos. Hay que volver a esas bases. Debemos recordar que estamos acá con el derecho a elegir qué hacemos con nuestras vidas y a buscar la felicidad. Lo que la educación familiar o básica haya afectado se puede de construir en la universidad o a través de otros institutos y experiencias que promueva el desaprender constructivo y la resocialización. Un sujeto que en encuentra un maestro o maestra (persona, libro, película, vivencia) puede en cualquier etapa de su vida crear o recuperar la conciencia.</p> <p><b>Considera que los medios de comunicación, en este caso la emisora, crean o moldean las identidades colectivas juveniles.</b></p> <p>Son muy importantes. Son trasmisores de ideologías, usan la palabra. Si existieran emisoras radiales que pusieran a los jóvenes a pensar y al tiempo fueran divertidas y si esas emisoras contaran con el respaldo económico para difundirse masivamente, tendríamos un cambio definitivo en la identidad juvenil. Si los medios transmiten basura, si los medio insultan es porque hay entidades que se lucran de mantener a los jóvenes como idiotas útiles. Tanta revolución de los 60's</p>	<p>Las bases son importante pero no definitivas</p> <p>Debemos recordar que estamos acá con el derecho de elegir</p> <p>Medios trasmisores de ideologías</p>
--	--	---	--

		<p>para saber que ahora la identidad juvenil la siguen definiendo muchos adultos a partir de sus intereses y no pensando en el bien de los jóvenes.</p> <p>La música, por ejemplo, puede ser controladora o liberadora. Las letras de algunas canciones de reggaetón pueden ser profundamente alienantes, sexistas, descalificadoras. Algunos artistas pop, por citar ejemplos han intentado llevar un mensaje positivo y liberador sobre la identidad juvenil (pienso en canciones como <i>Beautiful</i> de Cristina Aguilera, <i>Born This Way</i> de lady Gaga o <i>Fucking Perfect</i> de Pink).</p>	
Cualitativo	Eduardo Guevara Cobos, sociólogo	<p>Las emisoras tienen que adaptarse a los públicos para poderle llegar a la audiencia. Entre otras cosas, la radio como medio de comunicación, hoy por hoy, sabemos que es moderno y está en desventaja frente a otros medios que han ganado ventaja como las redes sociales y la televisión. Yo creo que ni siquiera se escucha radio cuando se va en el carro porque ya se tiene la música descargada en la memoria; ahorrando los comerciales y escuchar lo que no le interesa y en eso la juventud es muy selectiva.</p> <p>Ellos (jóvenes) deciden qué escuchar y frente a esa decisión, la radio como medio tiene que adaptarse a dicha determinación, de manera que yo veo que el proceso de acoplo es al contrario. Es el medio quien termina adecuando a las exigencias de la nueva audiencia y puede que hayan intereses mutuos marcados en otros medios, un ejemplo, las redes sociales.</p> <p><b>¿En qué otras estrategias se utilizan el lenguaje para atraer audiencia por parte de las emisoras, que no sea el diálogo locutor oyente?</b></p>	<p>Las emisoras tienen que adaptarse a los públicos para poderle llega a la audiencia</p> <p>Radio desventaja frente a otros medios</p> <p>Ellos deciden qué escuchar El medio termina adecuando las exigencias de la nueva audiencia Intereses mutuos marcados en otros medios</p>

		<p>Póngamolo en términos de mercado que está segmentado. La audiencia fundamental de los medios de comunicación más que los jóvenes son los adultos; entonces, si hay un programa para adultos, por ejemplo: uno para amas de casa, se utilizará un lenguaje acorde a ese interés comercial. Incluso ha habido programas que han sido censurados desde las autoridades que regulan los contenidos sonoros por el inadecuado uso del vocabulario, que puede que ese vocabulario no sea censurado por los jóvenes, ya que entre ellos es común; pero para una audiencia más selecta puede resultar molesta, casos se presentan con los chistes con doble sentido o palabras vulgares. Los medios de comunicación para captar esa audiencia tratando de ser frescos y descomplicados, se olvidan de las formalidades que deben tener y el respeto.</p> <p>Utilizan el lenguaje como estrategia para atraer audiencia. Una de las estrategias de adecuación por parte de los medios de comunicación a ese grupo selecto de jóvenes es por medio de sus frases, humor, doble sentido, modos y maneras de ser.</p> <p>No podemos olvidarnos que son programas que están abiertos a toda disposición en donde todo el mundo puede escuchar los contenidos. Sin embargo ganar esas audiencias en los jóvenes puede implicar perder esa audiencia que muchas veces no tienen otro medio de comunicación y optan por la radio.</p> <p><b>Al difundir esos lenguajes, ¿cree usted que se crea una identidad en esa población que no maneja el mismo lenguaje con el que ellos construyen su mismo discurso?</b></p>	<p>Se utilizarán un lenguaje acorde a ese interés comercial</p> <p>Los medios de comunicación para captar audiencia se olvidan de formalidades y del respeto</p> <p>El criterio con los que ellos hacen la parrilla de</p>
--	--	--	--

		<p>No porque usted lo ha dicho, el criterio con los que ellos hacen la parrilla de programación está destinado a los jóvenes; el público que quieren cautivar son los jóvenes de manera que lo que hacen ellos es adaptarse a la circunstancias, en las cuales hay una interacción con el joven desde su vocabulario.</p> <p>No se puede perder de vista una cosa y es que todos los medios de comunicación incluyendo la radio deben tener un propósito formador. La pregunta sería: hasta dónde es formador o se va a seguir repitiendo todas esas malas prácticas que se dan en los ambientes cotidianos y no solo repetirlas sino legitimarlas; porque si aparecen groserías en los medios de comunicación entonces se va a naturalizar esos comportamientos como algo que no es censurable, permitido, aceptado socialmente (la patanería, el doble sentido y la grosería) cuando los medios de comunicación están llamados a cumplir un papel socializador. A tener necesariamente unos formatos dentro de la decencia, los valores sociales y no repetir todas esas cuestiones que pueden ser contraproducentes, ¿cuál sería la responsabilidad de las emisoras y lo medios de comunicación?</p> <p>La radio tiene que perder esa función formadora para tener público que se está moldeando a un lenguaje que se tiene en un determinado grupo y a partir de ese lenguaje se están difundiendo recursos que realmente no están construyendo una formación “buena” pero que si atrae público.</p> <p>Entonces están primando intereses comerciales sobre los de formación que consideramos, que como agentes de socialización, deben tener los medios de comunicación. Asimismo, me parece una postura maquiavélica a qué precio</p>	<p>programación está destinado al público que quieren cautivar</p> <p>La radio tiene que perder esa función formadora para tener público Moldeando a un lenguaje que se tiene en un determinado grupo</p> <p>Primando intereses comerciales sobre formación que consideramos, como agentes de socialización, deben tener los medios de comunicación</p>
--	--	---	---

		<p>queremos ganar audiencia sin importar si nuestra función como medio de difusión es formadora o no. Ahí prima la cantidad de audiencia, el <i>rating</i>, no importa que tengamos que acudir a la grosería y al cómo marcamos esa diferencia así sea para conquistar ese público dándoles lo que ellos están pidiendo y no teniendo en cuenta el deber ser en términos formadores.</p> <p>Ahora, independiente de que ellos tengan su formato, uno puede ser joven y decente a la vez. Entonces, ser joven no es ser grosero, ver con otros ojos la falta de respeto, de llamar las cosas por su nombre.</p> <p><b>¿Por qué ese lenguaje logra moldear, construir o reforzar identidades? ¿Qué función cumple el lenguaje en los discursos que emiten?</b></p> <p>Eso lo pondríamos en términos hipotéticos y deberíamos preguntarnos hasta dónde llega. Yo no creería tanto el que ellos lo asimilen y lo reproduzcan, entre otras cosas, porque tengo mis dudas en que la radio sea el principal vehículo de información de los estudiantes. Una pregunta por la se debe comenzar es ¿cuántos escuchan radio y qué saben de? Escuchar radio es un momento eventual, esporádico. Por eso, no creo que exista ese impacto de vocabulario que cree o moldee; la radio es un medio de información y no de comunicación, el oyente-receptor es pasivo.</p>	<p>Ser joven no es ser grosero</p> <p>Escuchar radio en un momento eventual, no creo que exista un impacto de vocabulario que cree o moldee La radio es un medio de información y no de comunicación.</p>
Cualitativo	<p><b>Cristián Peña</b> <b>Eduardo Torres,</b> de la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga, trabaja en la Unidades</p>	<p><b>¿Cuándo se repite una palabra o un suceso se graba en nuestra mente?, ¿cómo se justifica que se grabe igual cuando son menos ocasiones?</b></p> <p>Porque existe una base emocional que es la que le da sustento y significado a las cosas. Para que sea significativo debe tener un contexto emocional. Ya lo dijo (Jean) Piaget “si no hay emoción no hay cognición”. Por eso debe ser</p>	<p>Base emocional que le da significado a las cosas</p>

	<p>Tecnológicas de Santander y maneja un proyecto sobre deserción académica.</p>	<p>significativo y generar alguna emoción en la persona para que en pocos momentos grabe algo para ella. Hay una identidad e identificación de ciertos términos y palabras. Hay unos lenguajes que se van presentando en los jóvenes de todas las generaciones, que son algo que genera la identidad de ellos que es diferente a la del adulto.</p> <p>Tú puedes decir muchas palabras y si no son significativas para las personas simplemente no las graban porque no les ven utilidad para su vida.</p> <p><b>¿Por qué el lenguaje incide en las actividades cotidianas del individuo?</b></p> <p>Si hablamos del lenguaje, hablamos de muchos tipos de lenguaje (pintura, música, palabra). Depende de la identidad que se vaya construyendo en el grupo, si es significativo sí, si es significativo no. Pero como hay palabras de uso, por ejemplo el saludo en los jóvenes con la palabra 'marica', para nosotros puede ser grotesco, para ellos son de cariño.</p> <p>Hay lenguajes que están de moda, en cada grupo de adolescentes y se van generando unos lenguajes particulares con lo que ellos se identifican, por eso es significativo para ellos. Dura un tiempo, después la persona lo reevaluará y cambiará su comportamiento.</p> <p><b>¿Qué hace que las experiencias, gustos, la moda, etc. , se tomen como nuestras tras la interacción con lo demás?</b></p> <p>Es eso, moda. Una característica que se presenta en los jóvenes adolescentes es que quieren ser distintos que los adultos y ellos mismos crean su lenguaje, con el lenguaje las ideas y sus comportamientos. No estoy diciendo que el lenguaje como tal genere el comportamiento, pero no hay nada que se escape del lenguaje. Todo se enuncia a partir</p>	<p>Hay una identificación de ciertos términos y palabras</p> <p>Depende de la identidad que se vaya construyendo en el grupo</p> <p>Hay lenguajes que están de moda</p> <p>La persona lo reevalúa y cambia su comportamiento</p> <p>Moda</p>
--	--	--	--

		<p>del lenguaje, llámese este verbal o no verbal. Es simbólico, siempre va a ver un significado.</p> <p>Muchos le acomodan al comportamiento la dicción de algunas palabras o términos, pero no quiere decir necesariamente eso, porque hay personas que aunque estando ahí salen de esos criterios y conceptos buscan el camino de mejoría. Cuando el lenguaje está de moda, qué es lo que sucede, lo voy a poner a tres niveles: ser distinto al adulto, ser igual a mi parche y pertenecer a un grupo. ¿Qué es lo que hacen los grupos? Ver cuáles son las tendencias de deseo de los jóvenes y cumplirlos.</p> <p><b>¿Qué es más poderoso, la decisión del individuo o la mediación del ambiente?</b></p> <p>En el colectivo hay una interacción por la búsqueda del afecto y pertenecer a un grupo. No solo tienen que ver con los jóvenes sino con la manera en que se aprende las profesiones, cuando se aprende una profesión, se aprende una forma de ver el mundo y lenguajes para compartirlo con los profesionales.</p> <p>Es una cuestión de moda y como toda moda va pasando viene otra moda. En este instante usted observará, cómo escriben los muchachos por WhatsApp y la Internet. Hoy en día se habla de una interacción más cercana, antiguamente era unidireccional. Ahora, la persona ya llama a la emisora, comparte con el otro, hablan de su situación, utilizan términos, en algunas ocasiones grotescos pero las personas se identifican con eso. Dialoga, hablan.</p> <p><b>¿Considera que los jóvenes son más propensos a hacer aseguibles y manipulables en sus conductas por el lenguaje, y si es así, por qué?</b></p>	<p>En el colectivo hay una interacción por la búsqueda de afecto y pertenecer a un grupo</p>
--	--	---	--



		<p>De hecho dentro de la fragilidad, la adolescencia tiene dos significados. Una parte de la adolescencia significa en crecimiento, en ese modelo de crecimiento tienden a generar una identidad en el momento y el tiempo en el que están viviendo. Pero este tipo de interacción entre emisora-oyente, no se daba.</p> <p>Los jóvenes van asimilando y generando ciertas estructuras que después ellos reevaluarán, no siempre se van a quedar en ese estado. Hay cosas que quedan en la historia y en el registro del individuo, agradables o no, y después del tiempo las manifestarán. Toda experiencia nos ayuda en el moldeo y nos ayuda a mejorar.</p> <p><b>¿Qué tan influyente es el lenguaje a esta edad?</b>  SÍ influye porque es la manera de comunicarse con sus pares, si una persona se pone a hablar en la adolescencia, con un lenguaje intelectual puede ser que no pertenezca rápidamente a ese grupo. Los individuos se acomodan al lenguaje del grupo y van generando identidades. Llámese por una camiseta de fútbol, por el arte, por el teatro o simplemente por el lenguaje cotidiano.</p> <p><b>¿Considera que los medios de comunicación, en este caso la emisora, crean o moldean las identidades colectivas juveniles?</b>  No, crearla no. Yo considero que ellos hacen un estudio, escuchan y adaptan lo que el cliente les exige o desea. Y todos en ese momento se podrán identificar, muchos de ellos dejarán de escuchar esa emisora, en algún momento escucharán otra.</p> <p>Hay un sentido de pertenencia con los otros, que es lenguaje que van compartiendo, en ese sentido podemos decir que</p>	<p>Durante crecimiento tienden a generar una identidad en el momento</p> <p>Jóvenes asimilan, generan estructuras</p> <p>Toda experiencia ayuda al moldeo</p> <p>Los individuos se acomodan al lenguaje del grupo y van generando identidades</p> <p>Adaptan lo que el cliente les exige o desea</p> <p>Sentido de pertenencia con los otros</p>
--	--	---	--

		<p>van manejando cierto discurso, tiene esa comunicación directa, pero decir que se quedan ahí no. Cuando se atrae un target, que en este caso son los jóvenes, precisamente en el momento de atraerlos, cuál es el negocio de ellos, poder pautar publicitariamente. Ni satanicemos, ni totalicemos ni generalicemos, habrán unos más frágiles hacia eso y otros solo al disco, la melodía. Hay otros que lo que hace es divertirse a través de lo que escuchan.</p> <p>La formación en casa, los primeros siete años son fundamentales en la construcción de hábitos y valores y después se seguirán afianzando. También habrá un sentido crítico de los jóvenes, es que no podemos decir que en general las personas asimilen absolutamente todo lo que se les diga, ellos también tiene sus filtros de identidad y cognitivos y en algún momento decidirán: oiga esto es muy arrogante, desagradable, muy sucio, etc. , no me interesa. Porque la identidad se construye de diversas maneras.</p> <p>Habrà momentos de imposición, por ejemplo si se va en un taxi y al conductor se le atojó colocar la emisora, tendrá que soportarlo o simplemente dedicarse a otra cosa, mirar por la ventana o ahora con el celular se distrae con otras cosas. La emisora es uno de los tantos medios que pueden influir en la construcción de identidades. Es que cuando hablamos de la influencia, en qué tanto se alcanza a influir sería lo que tendríamos que ver a nivel de los impactos que genere en los mismos jóvenes</p>	<p>Lenguaje que van compartiendo</p> <p>La formación en casa</p>
Cualitativo	<p><b>Tito Balletero López- experto en radio Latinoamericana</b></p>	<p><b>¿Considera que la función de la radio es netamente comercial o deben tener una responsabilidad social?</b></p> <p>Existen las emisoras por frecuencia, es decir el estado les otorga una licencia donde les asignan por ejemplo ser comerciales. Digamos que el estado les otorga la licencia de</p>	

		<p>acuerdo a su programación. Pero por ejemplo hay emisoras que no se llaman de “entretenimiento” sino que proponen espacios de entretenimiento.</p> <p>En Bucaramanga hay una emisora que se llama La Radio Católica Metropolitana. Su frecuencia es de una emisora comercial, pero su programación evangélica. En Colombia no existen emisoras católicas, pero las emisoras pueden llamarse así de acuerdo a su programación. Eso es una claridad en términos de los nombres, como son llamadas las radios.</p> <p>Ahora usted anota que si las emisoras de entretenimiento tienen una responsabilidad social. Por supuesto que lo tienen. Y unas de las funciones de la radio es: educar, informar, entretener, la respuesta es sí claro que sí, todos los medios lo tienen. Si lo tienen las personas en términos de lo independiente, como serán los medios que tienen un ejercicio colectivo, donde la gente cree lo que los medios les dicen. Claro que tienen una responsabilidad.</p> <p><b>Si el comercio es una parte del éxito de este medio de comunicación cuando quieren llegar a un público, el lenguaje y contenido es tomado de la ciudadanía a la que quieren llegar. Allí entonces, la radio no surge algún efecto.</b></p> <p>Bueno, creo que se ha caído como en una moda falsa. Como yo les digo a mis estudiantes con los trabajos que ellos me entregaban, eso es un lenguaje impropio o no adecuado para el medio, pero ellos decían, eso lo escuchamos nosotros en los medios juveniles. Sí ocurre, creo que a los medios este tipo de información les cabe un tipo de reflexión sobre este particular lenguaje. Pues sin querer uno asumir una postura</p>	<p>Las emisoras de entretenimiento tienen una responsabilidad social</p> <p>Moda falsa</p>
--	--	--	--

		<p>conservadora no mucho menos, pero sí evidente, ya que hay una responsabilidad.</p> <p>A mí me parece que un estudiante de comunicación social, no lo veo haciendo este tipo de programas, quizá una persona que quisiera llegar a la radio y encuentra este tipo de medio. Pero un estudiante de comunicación que pasa por todo este tránsito, por todas estas carreras y todo este mundo, no lo hace. De hecho, me parece que muchos estudiantes no ven el medio de comunicación como su única posibilidad, migran a otros soportes o a otros escenarios.</p> <p>También, me parece que estas cargas de irresponsabilidad, creo, están más en manos, no sé, de un muchacho inquieto, de uno que quiere pasar por creativo o alternativo, práctico. Pero también hay que reconocer que es un muchacho que, a partir de su inteligencia, puede generar unos comportamientos que son poco adecuados pero que en términos de los mensajes puede generar audiencia. La responsabilidad social tal vez le quede pendiente.</p> <p><b>A qué le apunta la radio actual, moderna, que complementan sus contenidos con la tecnología y a la que cada vez está más expuesta. ¿Cuál debería ser su labor primordial frente a los oyentes?</b></p> <p>Bueno, la radio actual, lo que bien podría hacerse es olvidar aquella frase que tanto daño le hizo a la radio, “la radio es la voz de los que no tiene voz”. Yo creo que la gente siempre ha tenido voz, lo que pasa es que los periodistas con sus arrogancias, no le abren el micrófono a nadie, solo quieren hablar ellos. Los periodistas están endiosados.</p> <p>A la radio le sobran estrellas, figuras; les faltan guiones le sobra improvisación, les falta rigor y nos sobra mucha chabacanería, mucha ligereza. Entonces, me parece que en</p>	<p>Generar comportamientos que son poco adecuados pero que en términos de los mensajes puede generar audiencia</p> <p>La responsabilidad social tal vez te quede pendiente</p> <p>A la radio les faltan guiones, le sobra improvisación</p>
--	--	--	---

		<p>el ejercicio de hoy, lo que las radios bien pueden hacer es darles la palabra a los demás. Los periodistas ya han hablado mucho. Qué bueno que los demás hablen. José Ignacio López Vigil, que es una leyenda viva en la radio, dice que el buen locutor... por ejemplo ¿a usted en clase le han enseñado qué es un buen locutor, cierto? Y usted ha leído un librito y un manual, donde el profesor le dice, ser un buen locutor... pero resulta que lo que José Ignacio López Vigil dice es que para ser un buen locutor lo que hay que hacer es dejar de hablar y hacer que los demás hablen.</p> <p>Pues imagínese, es un cambio de mundo, es una idea totalmente diferente. Nosotros seguimos pensando que los únicos que pueden hablar son los periodistas. Dan Guilmour es el gurú del periodismo moderno y dice que los periodistas deben fusionarse con las audiencias, un ejercicio colectivo, un trabajo en equipo. Por eso la generación de la aparición de las nuevas tecnologías pues le han hecho un gran favor al derecho de la comunicación y le ha hecho daño a quienes se creían tener el poder, porque el poder es la reputación y la reputación hoy pasa por las audiencias, no por los emisores si no por receptores.</p> <p>Quien te da reputación no es el medio de comunicación. Tú puedes llegar a un taller y decir soy Carolina García y trabajo en este medio comercial, muy bien, pero puedes decir soy Gustavo Ardila y soy <i>Youtuber</i>. Entonces ese muchacho también tiene una validez. Y quién da la reputación, pues la audiencia. La audiencia es la que te da el valor agregado así uno no sepa leer ni escribir; hay algo que si tiene y es que sabe hablar, y si sabe hablar, entonces la radio la está esperando para acogerla.</p>	
--	--	--	--

		<p>Por eso el ejercicio de hoy pasa por democratizar la palabra y entonces la invitación no es solo a escuchar radio, si no a generar contenidos también. Y eso me parece que es la vuelta más grande que se ha hecho en diez años, es que uno pueda tener sus propios medios de comunicación y generar desde allí una opinión. Por eso obviamente las tecnologías cambian la radio.</p> <p>La semana pasada tuve una entrevista con un señor que se llama José Luis Orejuela, el escribió un libro que se llama 'Los medios después de internet'. Y evidentemente lo que ocurre es que sí hay una ruptura en la forma como se lleva el medio de comunicación, es decir, el modelo de comunicación ha hecho crisis. Recientemente comenzamos un trabajo sobre el comportamiento de la radio de A. M. en la región, en América Latina. Y si bien es cierto que la tendencia no es desaparecer pero lo que sí es cierto es que si las emisoras A. M. siguen como van lo más próximo podría ser su desaparición; porque internet modifica los métodos de consumo y también las formas de narrar y contar.</p> <p><b>¿Cuál cree debería ser el trato hacia los jóvenes y seguir manteniendo el <i>rating</i>? (Por ejemplo aquí en Bucaramanga, Oxígeno es quien lidera el <i>rating</i> de entretenimiento juvenil, entonces, ¿cómo hacer para que siga liderando teniendo un mejor trato al público o generando mejores contenidos?)</b></p> <p>En Nicaragua hay una emisora que se llama 'Radio Ya' y en América Latina es de las radios más interesantes. Yo lo digo en el sentido no ético porque hay una discusión muy polémica en el país sobre esa emisora. Pero ¿qué tienen ellos? Ellos tienen 80 corresponsales distribuidos en todo el</p>	
--	--	--	--

		<p>territorio, creo que es en Managua la capital, y ellos hacen la radio.</p> <p>Es la misma gente que participa, porque no son los productores los que hacen los programas como normalmente los vemos en la mañana que son los que trabajan, no, aquí es la gente, entonces cantan los niños y las familias. El secreto es que las personas que manejan esto afirman que esto está justamente en darles la palabra a los demás. Si una emisora de radio puede llegar a ser número uno en su ciudad, lo que debe hacer es hablar menos y escuchar más.</p> <p>Y bueno, sí tenemos programas en donde por ejemplo hacemos karaokes en lugar de colocar la canción de tal artista en un CD que da vueltas pero ¿Por qué no traemos a la comunidad? ¿Por qué no en las noches, en las emisoras comunitarias, nos tomamos un café, una refresco y de a cierta hora mostramos los talentos de los muchachos o qué tal si antes de comerciales decimos: “Katy García, la vendedora de flores que trabaja en la esquina del barrio, nos acompaña con su canción o poema, verso, una trova o rima? Meterle gente a la radio, por eso la suerte está en que sean los otros los que participen. Lo que es cierto es que los medios necesitan escuchar a las personas; una radio lo que necesita es participantes que se involucren, pero involucrarse no es llamar y burlarse de él, no, participar es tomar decisiones sobre la camino de la radio.</p> <p>Están los de la defensoría de las audiencias que les dan participación a las personas, sin embargo, en términos de contenidos termina siendo pobre. Colombia es uno de los países con mayor riqueza de emisoras comunitarias en la región decía José Ignacio López Vigil, pero sabe ¿cuál es la</p>	<p>Involucrarse no es llamar y burlarse de él</p>
--	--	---	---

		<p>noticia mala de las emisoras? Que muchas de las emisoras comunitarias lo que hacen es poner música.</p> <p><b>¿Usted considera que las identidades se crean o se moldean a medida que cambian los intereses del individuo y también si considera que los medios de comunicación, en este caso la emisora, crean o moldean las identidades colectivas juveniles?</b></p> <p>Se moldean sí, porque una persona que hoy tiene 20 y en diez años tendrá 30 no tiene un formato creado sino que la vida se lo va enseñando. Es el tránsito por la vida que le va generando ideas o inquietudes, amigos o espacios, viajes o estudio.</p> <p>Por eso, la responsabilidad de los medios está justamente allí porque tienen la capacidad de moldear comportamientos y conductas; tampoco es que la gente termine diciendo lo que el medio de comunicación diga, no, pero sí es cierto que de alguna manera sí genera una incidencia, una fuerza, una penetración. Claro, el medio influye en las personas.</p> <p><b>El locutor considera que quienes más escuchan esta radio juvenil son los estratos bajos. ¿Podría este factor económico, influir en las relaciones, percepción y formación de su identidad frente a los medios que escucha?</b></p> <p>El locutor en la radio pone la música que él quiere o le gusta y parte de eso empieza con el saludo. “Hola amigos bienvenidos a la mejor música” ¿La mejor música para quién? ¿Para él? Que la trae de la casa en la memoria y quiere poner las que le gustan a él. Y si la gente llama y le piden las mismas canciones, es porque no tiene oyentes, lo que tiene es un círculo bobo de amigos. Entonces el asunto</p>	<p>La responsabilidad de los medios está allí porque tienen capacidad de moldear comportamientos y conductas Incidencia, fuerza, penetración</p> <p>El locutor pone la música que él quiere o le gusta</p>
--	--	--	--



		<p>está en si quiere complacer, lo que hay es que abrirse y permitir que los demás tomen otras decisiones de otros tipos. ¿Por qué en las emisoras suenan las mismas canciones? Pues porque obviamente es el perfil de la radio que impone un estilo, y entonces cuando le preguntamos dicen es que la gente pide eso, la gente pide lo que tú le das, si tú le das merengue la gente te va a pedir merengue. Que hay cierta música para los diferentes estratos, no sé, eso lo dirán los sociólogos a partir de los estudios, pero lo que yo sí creo es que cualquier persona de estrato de cero a cinco accede hoy a los contenidos de la misma manera.</p> <p><b>Pero en este caso hablamos de los ganchos que utilizan ciertas emisoras para atrapar el tipo de público de estratos bajos. Por ejemplo: regalar entradas de cine o recargas de minutos si escuchan la emisora en el transcurso del día. A eso no accedería el joven que tenga los medios para adquirir eso por sí solo.</b></p> <p>Sí, creo que es eso, lo de la música no sé, pero la gente puede escuchar la música que quiera desde su casa, pueden ser los premios y castigos, lo cierto es que cuando uno premia a una persona, está habiendo una radio de aquí para allá, quiere decir, escuche y tome. Lo que nos falta es un poco de esa participación, en donde no se corta.</p> <p>Hay una radio en Honduras que se llama 'Radio copia Cu en Misquito' y tiene un programa que se llama Directo al corazón, y la gente por un valor económico tienen derecho a hablar por tres minutos, eso es libertad. Ahora, veamos si esta emisora que dice ser juvenil permite que jóvenes vayan y graben programas. Es juvenil pero solo escucha lo que locutor habla. Tiene solo derecho a consumir, lo que decía Mario Kaplún, es basar los mensajes, de aquí para allá, pero</p>	<p>Cualquier persona de estrato cero a cinco accede hoy a los contenidos de la misma manera</p> <p>No hay ejercicio de realimentación</p>
--	--	---	---

		no hay ejercicio de una realimentación o ejercicio de co-construido o cocreado, no la hay.	
--	--	--	--

## BIBLIOGRAFÍA

AGUADO, José Carlos. PORTAL, María Ana. Tiempo, espacio e identidad social. p. 36, 38. [En línea] <<http://www.uam-antropologia.net/pdfs/ceida/5tiempo.pdf>>.

ARIAS, Diego F. GUZMÁN S, Clara P. Diseño de Política Pública para la Estratificación Social a partir de los Ingresos en Colombia y Argentina. En: Vestigium Ire. Vol. 8. p. 219.

ARMADA, Maruja. Juventud, identidad y medios de comunicación. p. 1. [En línea] <[http://www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM198448\\_4-11.pdf](http://www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM198448_4-11.pdf)>.

ARNHEIM, Rudolf. BLANCH F., Manuel. Estética radiofónica. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1980. p. 16. ISBN 84-252-0994-3.

BALSEBRE, Armand. El lenguaje radiofónico. Madrid: Cátedra, 1994. p. 6.

BARBERO, Jesús Martín. Comunicación masiva: discurso y poder. 1978. p. 199, 209, 215, 216, 218, 219.

BARBERO, Jesús Martín. De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Convenio Andrés Bello, 1998. p. 10, 253, 254.

BARBERO, Jesús Martín. Jóvenes: comunicación e identidad. Revista Pensar Iberoamericana. Febrero, 2002. [En línea] <<http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>>.

BLANCO, Víctor Fco Sampedro. Identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas. Revista CIDOB d'Afers Internacionals. Barcelona, 2004, vol. 66. p. 137,136.

BLUMER, Herbert; ALONSO, Pedro Ridruejo. El interaccionismo simbólico: perspectiva y método. Barcelona: Hora, 1982. p. 4, 5, 6, 15, 26, 28, 45. [En línea] <[http://ual.dyndns.org/Biblioteca/Sociologia/Pdf/Unidad\\_05.pdf](http://ual.dyndns.org/Biblioteca/Sociologia/Pdf/Unidad_05.pdf)>.

BRAVO CENJOR, Antonio S. Objetividad en el discurso informativo. Madrid: Ediciones Pirámide, 1978. p. 25, 26. ISBN 84-368-0086-9.

BRONCANO, Fernando. La mente humana. Madrid: Editorial Trotta, 2007. p. 43, 45. ISBN 84-87699-48-0.

BUITRAGO LÓPEZ, Elker. Manual del derecho de las comunicaciones en Colombia. Bogotá: Edilco, 1980. p. 449.

CABRERA, Daniel. Imaginario social, comunicación e identidad colectiva. Universidad Navarra. España, 2004. p. 1, 2, 3.

CIALDINI, Robert B. *Influencia, ciencia y práctica*. Madrid: Edición Ebook, 1990. p. 10,60, 69. ISBN 84-87736.

CORTÉS, Juan José. *Cultura y Comunicación como praxis para el desarrollo*. 2006, vol. 22. p. 2, 3, 7, 10.

CUCHE, Denys. *La noción de la cultura en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 2004. p. 236. [En línea] <[http://datateca.unad.edu.co/contenidos/434202/2014B/Unidad\\_3/U3\\_L1\\_La\\_nocion\\_de\\_cultura\\_en\\_las\\_ciencias\\_sociales.pdf](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/434202/2014B/Unidad_3/U3_L1_La_nocion_de_cultura_en_las_ciencias_sociales.pdf)>.

DE LA ROSA MONCAYO, Hernando. *Aspecto jurídico de los medios de comunicación*. Capítulo segundo, el Estado colombiano y los medios de comunicación. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas y Socioeconómicas. Bogotá: 1978. p. 4, 31, 32, 33, 98, 99, 101, 105.

Despiden a dos locutores de Tropicana Stereo por manejo inadecuado del lenguaje. Bucaramanga. En: *Vanguardia.com*, 27, mayo, 2013. [En línea] <<http://www.vanguardia.com/santander/bucaramanga/209985-dos-conductores-de-tropicana-stereo-fueron-despedidos-por-manejo-inadec>>.

FEIXA, Carles. Del reloj de arena al reloj digital, sobre las temporalidades juveniles. *Revista de Estudios sobre juventud*. México, 2003, vol. 7, no 19. p. 9, 10, 23. [En línea] <[http://www.catunescomujer.org/catunesco\\_mujer/documents/Del\\_reloj\\_de\\_arena\\_al\\_reloj\\_digital.pdf](http://www.catunescomujer.org/catunesco_mujer/documents/Del_reloj_de_arena_al_reloj_digital.pdf)>.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. El consumo sirve para pensar. En: *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México, 1995. p. 1, 2. [En línea] <[http://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/garcia\\_canclini\\_el\\_consumo\\_sirve\\_para\\_pensar.pdf](http://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/garcia_canclini_el_consumo_sirve_para_pensar.pdf)>.

GARCÍA MARTÍNEZ, Alfonso. *La construcción de identidades*. Universidad de Murcia. p. 208, 209, 210, 215, 214, 216,217. [En línea] <<http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/18/14%20construccion%20de%20identidades.pdf>>.

GEERTZ, Clifford. *Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura*. La interpretación de las culturas. Editorial Gedisa. 1987. p. 2.

GIMÉNEZ, Gilberto. *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. Instituto de Investigaciones Sociales de la Unam. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. México, 2005. p. 1. [En línea] <<http://mediosexpresivoscampos.org/wp-content/uploads/2012/04/LA-CULTURA-COMO-IDENTIDAD-Y-LA-IDENTIDAD-COMO-CULTURA1.pdf>>.

GIRALDO DIANA. ¡Bien hecho, muchachos! Columna de Opinión. En: *Vanguardia.com*, 26, mayo, 2013. [En línea] <<http://www.vanguardia.com/opinion/columnistas/diana-giraldo/209861-bien-hecho-muchachos>>

HALL, Stuard. Cuestiones de identidad cultural. España. ISBN 950-518-654-1. p. 15, 36 [En línea] <[http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/183533/mod\\_resource/content/1/Hall%201996%20Cuestiones%20de%20identidad%20cultural.pdf](http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/183533/mod_resource/content/1/Hall%201996%20Cuestiones%20de%20identidad%20cultural.pdf)>.

HALL, Stuart. Comunicación, cultura e ideología en la obra de Stuart Hall. Revista Internacional de Sociología (RIS). 2008. vol. 66, no 50. p. 10.

HURTADO, Alberto. El concepto de identidad. Chile. En revista Famecos: mídia, cultura e tecnología, vol. 1, no 21 (Agosto 2003). [En línea] <<http://www.infoamerica.org/teoria/prieto1.htm>>. p. 2, 3, 4,7.

La dictadura de la burla. En: Personajes. Fucsia.co. [En línea] <<http://www.fucsia.co/personajes/articulo/ana-maria-zapata-es-otra-victima-de-discriminacion-en-colombia/69619>>.

LARRAIN, Jorge. El concepto de identidad. Chile. En revista Famecos: mídia, cultura e tecnología (Agosto 2003), vol. 1, no 21. p. 32. [En línea] <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/348/279>>

MARCÚS, Juliana. Apuntes sobre el concepto de identidad. Intersticios. Revista sociológica de pensamiento crítico. 2011, vol. 5, no 1. p. 108, 110. ISSN 1887-3898. [En línea] <<http://www.intersticios.es/article/view/6330/5750>>.

MATA, María Cristina. La Radio: Una relación comunicativa. Revista Diálogos de la comunicación, 1993, no 35. p. 1, 2, 3, 4. [En línea] <<http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/74-revista-dialogosLa-Radio-una-relacion-comunicativa.pdf>>.

MATA, María Cristina. Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva. Centro de Comunicación educativa La Crujía. Curso de especialización "Educación para la comunicación". 1994, vol. 1. p. 3.

MATURANA, Humberto. Modo de vida y cultura. Filosofía I. 2008, no. 0, vol. 423. p. 7.

MOLANO D, Mauricio. El caso del exdirector de La Mega en Medellín: anunciantes o respeto por la audiencia. Columna de opinión. En: El Espectador 30, enero, 2016. [En línea] <<http://www.elespectador.com/impreso/opinion/el-caso-del-exdirector-de-mega-medellin-anunciantes-o-r-articulo-613788>>.

MOLANO, Olga Lucía. La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial. Revista Territorios con identidad cultural. España, 2006. p. 5,14, 23. [En línea] <[1854370848.identidad-cultural-uno-de-los-detonantes-del-desarrollo-territorialPARA REGIONAL.pdf](http://1854370848.identidad-cultural-uno-de-los-detonantes-del-desarrollo-territorialPARA REGIONAL.pdf)>.

PENAGOS ROJAS, Yesid. Lenguajes del poder. La música reggaetón y su influencia en el estilo de vida de los estudiantes. p. 2, 292.

PIAGET, Jean. El estructuralismo. México: Primera edición ¿Qué sé?, 1995. p. 6, 8. ISBN 968-20-0156-0.

PINDADO. Julián. Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente. p. 12, 13, 19, 22. [En línea] <<http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer21-01-pindado.pdf>>.

Renunció locutor de La Mega que se burló de una joven con discapacidad. Nación. En: Semana.com, 29, febrero, 2016. [En línea] <<http://www.semana.com/nacion/articulo/renuncio-carlos-mira-locutor-de-la-mega-que-se-burlo-de-una-joven-con-discapacidad/458543>>.

RODRÍGUEZ, Laura. Pónele onda. Herramientas para producir radio con jóvenes. Buenos Aires. p. 11.

ROJAS, Víctor Miguel Niño. Competencias en la comunicación. Hacia las prácticas del discurso. Ecoe Ediciones, 2011. p. 43,75, 77.

SÁNCHEZ P., Lorenzo. MEGÍAS Q., Ignacio. Rodríguez S., Elena. Jóvenes y publicidad. Valores en la comunicación publicitaria para jóvenes. 2004. p. 36, 59, 67, 69, 71. ISBN 84. 95248-30-1.

Seminario Internacional Los retos de la radio en el siglo XXI. (13 y 14, octubre, 2010: Bogotá, Colombia). Memorias. Universidad Externado de Colombia, 2010. p. 98, 102. ISBN 978-958-99248-1-5.

SUNKEL, Guillermo. El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación. Convenio Andrés Bello, 2006. p. 290. ISBN 958-698-191-6.

THOMPSON, John B. El concepto de cultura. En ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la creación de masas. Cap. 3. Editorial Casa Abierta al Tiempo. p. 13, 43 [En línea] <<https://iberocultura.files.wordpress.com/2011/05/s09-thompson-john-b-ideologia-y-cultura-moderna-c3.pdf>>.

TORRES, Nora Gámez. El paradigma de la mediación: crítica y perspectivas. Madrid, 2007. Revista Mediaciones Sociales, no 1. p. 199, 200. ISSN 1989-0494. [En línea] <<http://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/22598>>.

Universidad Nacional del Nordeste. Calculadora para obtener el tamaño de una muestra. [En línea] <<http://www.med.unne.edu.ar/biblioteca/calculos/calculadora.htm>>.

VALERA, Sergi. POL, Enric. El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la psicología social y la psicología ambiental. Anuario de psicología, 1994, no 62 p. 6, 7. [En línea] <[http://institutedeestudiosurbanos.info/dmdocuments/cendocieu/coleccion\\_digital/Cultura\\_Ciudadana/Concepto\\_Identidad\\_Social-Valera\\_Segi-1994.pdf](http://institutedeestudiosurbanos.info/dmdocuments/cendocieu/coleccion_digital/Cultura_Ciudadana/Concepto_Identidad_Social-Valera_Segi-1994.pdf)>.

VAN DIJK, Teun A. "Discurso y dominación". En Grandes Conferencias en la Facultad de Ciencias Humanas No. 4, febrero de 2004. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia. p. 364, 367, 366.

VAN DIJK, Teun A. Estructuras y funciones del discurso. Una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto ya los estudios del discurso. Siglo XXI, 2007. p. 20. ISBN 968-23-1542-5.

VAN DIJK, Teun A. Ideología. Una Aproximación Multidisciplinaria. Barcelona 1999. p. 10. [En línea] <[http://cdigital.dgb.uanl.mx/te/1020149245/1020149245\\_02.pdf](http://cdigital.dgb.uanl.mx/te/1020149245/1020149245_02.pdf)>.

VAN DIJK, Teun A. Semántica del discurso e ideología. Discurso & Sociedad. 2008, vol. 2, no. 1. ISSN 1887-4606. p. 204, 208, 213. [En línea] <[http://www.dissoc.org/ediciones/v02n01/DS2\(1\)Van%20Dijk.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v02n01/DS2(1)Van%20Dijk.pdf)>.