

00424
62



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

REPORTAJE: "LA INDUSTRIA DE LA FE" LOS PROGRAMAS
RADIOFONICOS DE ESOTERISMO EN EL DISTRITO FEDERAL

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LA LICENCIATURA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A :
CLAUDIA GABRIELA GRESS LUNA

ASESORA: ALMA ROSA ALVA DE LA SELVA



CIUDAD UNIVERSITARIA

ABRIL 2003

A



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

PAGINACIÓN

DISCONTINUA

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

A la profesora *Alma Rosa Alva de la Selva* por creer en este proyecto y apoyarme en su realización

A : *Raquel, Maria Elena, Carolina, Sergio, Max y Ernesto* por su apoyo y amistad.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: *Gaudia Gabriela Gress Luna*

FECHA: *25 Marzo 2003*

FIRMA: *Gaudia Gress*

B

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

A mis padres, *José Luis y Mariana*, por su amor y apoyo incondicional y por impulsarme a realizar esta tesis.

A *Luis*, por su confianza y por ser el mejor hermano que pude haber tenido.

A *ti*,
que con todo tu amor
me impulsaste a crear este proyecto.

C

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
EL ESOTERISMO ATRAVÉS DE LA HISTORIA	5
LOS ESOTERICOS Y SU CONCEPTO DE ESOTERISMO	12
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL ESOTERISMO	15
INICIOS DE LOS PROGRAMAS RADIOFONICOS DE ESOTERISMO	20
LOS MERCADERES ESOTERICOS DE LA RADIO EN LA ACTUALIDAD	23
EL ESOTERISMO: UNA LUCRATIVA INDUSTRIA	44
UN NEGOCIO NADA OCULTO	47
LOS MAESTROS DEL ENGAÑO Y LA LEGALIDAD	52
LAS FÓRMULAS MÁGICAS Y EL RATING	67
PRINCIPALES FACTORES QUE DESENCADENARON EL SURGIMIENTO DE LOS PROGRAMAS RADIOFÓNICOS DE ESOTERISMO	77
EL DOMINIO PSICOLÓGICO	83
CONCLUSIONES	89
ANEXO	

D

INTRODUCCION

A pesar de lo que pudiera pensarse, en nuestra sociedad el esoterismo sigue siendo un concepto vigente. Hablar de él representa en muchos casos hablar de fanatismo, poca cultura, bajo nivel económico, brujos(as), charlatanería, pero también representa obtención de *grandes ganancias*, sobre todo para la gente que sabe cómo cautivar un público específico que busca resolver cualquier tipo de problemática en su vida, ya sea que esté relacionada con la salud, el dinero o el amor.

A pesar de que el concepto y las prácticas esotéricas han permanecido en diversas culturas atravesando barreras en el tiempo y en el espacio, pareciera que en la actualidad este ámbito ha sido distorsionado por los medios de difusión cuyo fin principal es la obtención de ganancias económicas.

Sin embargo, es importante resaltar que la enorme difusión de estos tópicos no sería posible si los medios de comunicación no los mencionaran constantemente en su agenda, tanto en la radio como en televisión, prensa, libros y revistas.

El esoterismo en los medios de comunicación es innegable, no hay programa ya sea televisivo o en radio dedicado principalmente a temas femeninos o de espectáculos que no contenga un segmento dedicado a las temáticas esotéricas.

Si observamos con detenimiento tanto en revistas como periódicos descubriremos que contienen una sección dedicada a horóscopos, e incluso algunas revistas que día a día incrementan su número en el mercado, tienen contenidos completamente esotéricos.

Al recorrer los centros comerciales, encontramos locales dedicados a estos temas, los cuales forman parte habitual del panorama. El auge de dichas temáticas en los medios se da a partir de una apertura hacia estos temas, o bien el interés más que la necesidad de la gente conocedora del esoterismo, de manifestar y difundir sus conocimientos "para ayudar a la gente".

Pero el verdadero motivo y auge de las temáticas esotéricas específicamente en la radio surge a partir de la necesidad económica de las radiodifusoras para incrementar sus ganancias económicas, aceptando en su programación la

transmisión de programas y espacios con dichos tópicos, obteniendo así la oportunidad de mejorar sus ingresos.

Sin embargo, no sólo las radiodifusoras obtienen ganancias, ya que como se presentará en este trabajo, los temas esotéricos son un negocio redondo en el que participan igualmente los conductores especializados en el tema, que al pagar tiempos *al aire*, encuentran un espacio ideal para promover sus productos y negocios o establecimientos con el giro del esoterismo, donde el público puede obtener todo tipo de objetos con la intención ingenua de modificar y mejorar cualquier aspecto de su vida.

De esta forma, al transmitir sus contenidos, los esotéricos pagan a la estación su espacio pero obtienen a cambio la oportunidad de convertirse de la noche a la mañana en personajes famosos en los que recae la "responsabilidad" de manipular masas y dar consejos a miles de radioescuchas que confían en ellos con la finalidad de cambiar lo desagradable que hay en sus vidas.

Lo cierto es que durante este proceso, ni las estaciones radiofónicas, ni los esotéricos, consideran los riesgos que se corren al transmitir mensajes de este tipo a un público deseoso de escuchar soluciones a sus problemas y mucho menos la responsabilidad que debería representar hablar frente a un micrófono de un medio masivo como lo es la radio.

Lo grave del asunto es que el fenómeno de los programas radiofónicos de esoterismo en el Distrito Federal sigue incrementándose en el cuadrante y pareciera que la legalidad y la responsabilidad de sus conductores, productores y directivos de estación es nula.

Muestra de ello es que las emisoras siguen transmitiendo sus programas, así como también siguen incrementando los centros comerciales difundidos por los programas en donde se adquiere todo tipo de productos, tales como amuletos, velas y objetos esotéricos.

En el capítulo primero se proporcionará al lector las definiciones principales del concepto esoterismo, además de una breve semblanza a través de la historia para concretar en el concepto actual y finalmente hablar del esoterismo en los medios de comunicación y presentarle al lector específicamente el eje central en el que está sustentada esta tesis: los programas radiofónicos de esoterismo en el Distrito Federal.

Es importante mencionar que mucha de la información para la realización de la tesis representa el trabajo obtenido de diversas entrevistas a personalidades del ámbito esotérico que permanecen en la actualidad con sus programas radiofónicos con dichos tópicos.

Dicho capítulo incluye la presentación de entrevistas, muchas de ellas muy significativas, con los más importantes exponentes del esoterismo en México de diversos medios de comunicación, pero principalmente de la radio.

Cabe destacar que la presente tesis no pretende de ninguna manera hacer un tratado de esoterismo, ni mucho menos conocer de forma amplia la historia por la que dicho concepto ha evolucionado, simplemente abordaremos breve y de manera general el tema, como punto de partida para alcanzar el objetivo de la presente investigación.

Hacer una breve introducción de la apertura del esoterismo en los medios de comunicación y cómo es que se da dicha apertura es el objetivo principal del tercer capítulo, en donde de manera específica se habla de los programas radiofónicos de esoterismo en el cuadrante de la radio del D.F.

Conoceremos sus principales protagonistas, productores, estructura del programa y nos acercaremos a esta forma de promover el consumismo en radio, pero lo más grave es que sabremos de viva voz de sus creadores el funcionamiento y la poca ética, y sobre todo la falta de responsabilidad de los difusores del “esoterismo radiofónico”.

Concentrados en el mundo esotérico de la radio descubriremos en el cuarto capítulo el eje central de la tesis: el esoterismo como producto comercial. Nos sumergiremos en los diversos centros esotéricos que gracias a los programas radiofónicos sus conductores han podido expandir por la ciudad y además identificaremos los diversos delitos en los que incurre la transmisión de dichos programas en la radio apoyándonos en la Ley Federal de Radio y Televisión entre otras.

Hablar de radio, es hablar también de un término importante como lo es el *rating*, por lo que en el capítulo 5 que completa esta tesis, le proporcionamos al lector la información referente al *rating* de los programas radiofónicos de esoterismo, para que él mismo descubra la capacidad de convocatoria que tienen dichas emisiones.

De esa forma conoceremos la amplitud y alcances de dichas emisiones de radio, conoceremos la opinión del psicólogo Guissepe Amara y los especialistas en radio Claudia Segura y Gabriel Sosa Plata además del sociólogo Daniel Hernández Rossette para interpretar no sólo el perfil de los radioescuchas, sino además las repercusiones psicológicas y sociales que la transmisión de dichos programas puede generar en el radioescucha.

Cabe resaltar que la intención de tratar el esoterismo, representa la posibilidad de hablar de una temática no manejada en tesis, ni tampoco en alguna otra investigación periodística, por lo que también se propone integrarlo como un nuevo referente en la materia.

Tratar el tema del esoterismo, no implica solamente abordado desde el punto de vista de la magia, lo fantástico, lo místico, o enigmático, sino que además representa la posibilidad de hablar de un fenómeno real que prevalece en la sociedad y que por lo mismo merece ser estudiado, ya que no es un asunto ajeno a los diversos estratos sociales, pese a lo que pudiera pensarse, ni tampoco es un aspecto desconocido para el público radioescucha; por el contrario, pareciera que cada día el esoterismo se adentra en las entrañas de un público cautivo y prevalece en los medios de difusión dejando de lado la responsabilidad que implica manejar estos contenidos en los medios.

La presente investigación es un acercamiento para mostrar desde diversos enfoques el fenómeno de la *industria de la fe* generado por los programas radiofónicos de esoterismo para alertar al público y dejarle la decisión de seguirlos escuchando o no.

EL ESOTERISMO A TRAVES DE LA HISTORIA

Los olores aturden, los gestos intentando convencer se acercan sigilosamente, los gritos entre la multitud comienzan a marear y el susto parece ser el rostro de ese pasillo que nos introduce en un viaje de costales húmedos de mejorana, gordolobo, ruda y otras hierbas que suelen ser sagradas en el lugar.

Las diversas imágenes de la muerte y de "santos" comienzan a ser parte de la decoración. Cruzar el pantano de cabezas de ajo, velas rojas, según nos dicen las voces de los vendedores son para el amor, las verdes para el dinero y las negras para hacerle "mal" a ese alguien que queremos hacer a un lado de nuestro camino; alas de murciélago, polvos mágicos, inciensos para la buenaventura, libros, muchos libros que pueden llegar a convertirnos en aprendices de las artes ocultas...

Ser hábil en esquivar personas y objetos extraños es un requisito y si no se es tan experto, por lo menos estar atento alrededor, si es una buena recomendación, sobre todo porque sumergirse en ese mundo de sombras, rostros ajenos, figuras grotescas, dijes y amuletos que prometen cambiarte la vida y la de los tuyos además darte a cambio casi cualquier cosa que tú necesites desde un novio, hasta la fortuna y la salud se puede encontrar en este sitio al caminar por los pasillos que conducen al laberinto de las supersticiones con las voces que salen de sus cuevas para cazar una vez más a la que puede ser su víctima y que comienzan a disputarse el mejor discurso convencedor para acercarse a su presa:

-¿Se le fue el novio, mi chula? Polvo místico, aplíquelo en la ropa de la persona que quiera amansar

- Jabón del gato negro para que la quieran y no la olvide.

- Se le hacen trabajos de panteón, de magia negra, blanca, santería.

- Quiere otro trabajo mi guapo...aquí le hacemos un trabajito, acérquese.

Todo esto sólo se puede encontrar en uno de los pasillos del Monumental Mercado de la esquina de Fray Servando Teresa de Mier y Calzada de la Viga, inaugurado por el presidente Adolfo Ruiz Cortines el 28 de julio de 1957.

Conocido como el Centro Nacional de Objetos para las Artes de la Magia y Brujería, el popular Mercado de Sonora es uno de los lugares más antiguos donde se concentran los conocidos "brujos" que según la tradición mexicana pueden ayudar a la gente a mejorar su vida tanto en el amor, como en el dinero y la salud.

El Mercado de Sonora pareciera ser el más conocido y antiguo en cuanto a la venta y manejo de estos temas y objetos de esoterismo. En él se pueden encontrar desde herraduras de la buena suerte, polvos de piel de rana, huesos de aves, perfume virgen de azahar, hasta velas negras, blancas y moradas pasando por las trenzas de ajos machos y cualquier tipo de objetos, amuletos y rituales para resolver casi cualquier tipo de problemática.

Los temas esotéricos no son novedad ya que desde tiempos remotos, el ser humano explicaba los fenómenos naturales mediante argumentos mágicos en los que la presencia de espíritus, demonios y fuerzas ocultas era constante. Hoy en día en los albores del siglo XXI, con los grandes avances científicos y tecnológicos, la era de la cibernética con sus computadoras portátiles, los teléfonos celulares y la ingeniería genética entre otros, parece no estar exenta de estos temas.

Nos encontramos paradójicamente con un mundo en donde las entidades cósmicas y sobrenaturales siguen presentes a pesar de la modernidad de las grandes ciudades. No es extraño escuchar que se mueven energías o que existen poderes psíquicos de origen esotérico para descifrar los acontecimientos de la vida cotidiana, en donde como rasgo característico se busca el camino correcto para resolver los problemas de salud, dinero y amor.

Dada la vigencia de estos temas y la nula información bibliográfica del tema nos hemos dado a la tarea de investigar por medio de entrevistas, que permitirán la recopilación de información referente al tema para comprender de cerca cómo el **mundo esotérico** sigue vigente en nuestra sociedad teniendo una gran presencia en la Cultura de Masas, pero sobre todo generando una importante industria que recoge ganancias a quienes difunden estos conocimientos.

La radio es el medio más adecuado para difundir dichas temáticas, pero no sólo eso sino además es el medio donde es posible crear esta industria, por tal razón, es que nos hemos enfocado a explicar como este fenómeno permanece presente en dicho medio.

Pero ¿quiénes son los actores y autores de esta industria? ¿Cómo es que podemos hablar de una industria de la fe? ¿Qué papel juegan los medios de comunicación para promover los temas esotéricos y particularmente la radio del D.F.? ¿Bajo qué lineamientos legales operan los medios al difundir dichos temas? ¿Qué tipo de público escucha y se acerca a estas temáticas?

Y es que el público tiene un papel fundamental en esta industria generada por los esotéricos, sin esta aceptación, no existirían programas de radio, ni cápsulas en la televisión, no habría secciones en periódicos ni revistas relacionadas con horóscopos o recetas mágicas. Parte fundamental es que casi cualquier persona conoce del tema y por lo mismo es fácil involucrarla.

Un ejemplo de ello se refleja en la entrevista realizada a Helena Paz Garro, el dos de febrero del 2001 en el periódico Reforma donde nos señala que es: "*absolutamente sincera, como buena Sagitario*". Y es que nadie cree en la astrología, pero todos conocen su signo zodiacal. La astrología pareciera ser la rama más conocida y difundida del **esoterismo**, un concepto que ha atravesado barreras en el tiempo y en el espacio pasando por un proceso de evolución y que sobrevive hasta nuestros días.

Hablar del término **esoterismo** es remontarse a los inicios de la civilización, es mencionar a Clemente de Alejandría, pagano estoico convertido al cristianismo y nacido hacia 150 a.c. en Atenas a quien se le atribuye el sentido oculto del término **esotérico**.

En su texto **Los Estrómatas** alrededor de 208 a.c. Clemente De Alejandría, escribe por primera vez el término **esotérica** como adjetivo y cuya definición es:

*"Una doctrina que utiliza diversos procedimientos de ocultación y que contiene una enseñanza secreta y regeneradora"*¹

Sin embargo, la consolidación del término "**esoterismo**" data de 1883. En ese año el libro "Budismo Esotérico" de A. P. Sinnett, quien era Presidente de la Sociedad Teosófica Ecléctica Simla, logra que la palabra "**esoterismo**" conquiste el mundo de la cultura.

¹ Riffard, Pierre A. ¿Qué es el esoterismo? Ed. Diana. México 2000 pág. 446.

Es Guénon nacido en Blois en 1886, quien introduce también el término en 1925, en un libro titulado "El Esoterismo de Dante".

Otro autor importante es Henry Corbin (1903-1978) quien fuera director de estudios en la Escuela Práctica de Estudios Avanzados, y empleó el término **esoterismo** como sustantivo con el sentido metafísico, nivel hermenéutico, o más bien, según sus expresiones en tomo al "interior de las cosas", o "sentido espiritual".

Mencionar el término **esoterismo** a través de la historia es involucrarse en distintas filosofías y corrientes, un ejemplo de ello, nos lo ofrece el Siglo II, en donde la posición de las tres corrientes de Alejandría representan distintas posturas y definiciones:

- *"La corriente pitagorizante llama al esoterismo "filosofía" es una tradición - iniciación.*
- *El hermetismo sabio llama al esoterismo "doctrina secreta" es una revelación-regeneración.*
- *El gnosticismo llama al esoterismo "gnosis"; conocimiento liberación."²*

Según Pierre Riffard, en su obra señalada con anterioridad nos menciona:

"La palabra esoterismo la consagraron los teosofistas en particular A. P. Sinnett antes que Helena Petrovna Blavatsky y Annie Besant después que ella."³

Cabe señalar que la corriente teosófica a finales del siglo XIX y fundada en 1875 por Helena Petrovna Bavatsky sigue formando parte de las cuatro corrientes más importantes que se consideran contemporáneamente.

"Para el teosofismo de Helena Petrovna Blavatsky, el esoterismo se llama "doctrina secreta"; es una síntesis de todas las filosofías y religiones en el universo, lo absoluto y el alma cuando trasponen " la puerta del pensamiento", esta síntesis tiene su modelo en la India.

- Para el antroposofismo de R. Steiner el esoterismo se llama "ciencia espiritual" y es una búsqueda de los "mundos suprasensibles", que tiene su modelo en el esoterismo de los cristianos rosacruces.

² Op. Cit.
³ Ibidem

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- Para el tradicionalismo de R. Guénon, el **esoterismo** se llama "tradición" y es una doctrina de los estados superiores del ser, cuyo modelo buscó Guénon primero en el hinduismo (Vedanta) y luego en el islamismo.

- En la *Fraternidad Blanca Universal* de O. M. Aivanhov el **esoterismo** no tiene nombre, sino que se considera como una "enseñanza" transmitida por maestros que lo obtuvieron mediante experiencias iniciáticas leyendo *Los Secretos del libro de la naturaleza*.⁴

Hablar del esoterismo es remontarnos a los inicios de la historia, es buscar en las civilizaciones más antiguas, en donde a ciencia cierta no se tienen referencias exactas del nacimiento del esoterismo. Lo que sí es evidente es su existencia a través de la historia.

Ikram Antaki en su libro titulado *El Banquete de Platón-Espiritualidad*, argumenta:

"El esoterismo aparece en contextos yuxtapuestos: cristiano, judeo-cristiano, pagano...; es un fenómeno general de la historia de las religiones."⁵

Advirtiendo además:

"Transpuesta en los modos modernos de pensamiento, esta forma sigue siendo válida. La gnosis y el esoterismo, en general, son eternos. Más que un sistema, es una forma de pensar tan antigua como nuestro espíritu."⁶

Una de las enciclopedias más completas *Encarta*, define el **esoterismo** como:

"Una serie de conocimientos cerrados y ocultos para la mayoría de las personas, pero accesibles para los ya iniciados."⁷

Mencionando además que:

"Es el conjunto de enseñanzas, doctrinas o técnicas simbólicas destinadas a unos cuantos iniciados que deben buscar lo que hay más allá de lo externo, es decir, lo interno, lo que permanece oculto."⁸

Otra definición es la que ofrece Roberto Bosca en su libro "*New Age: La Utopía Religiosa de Fin de Siglo*", en donde argumenta:

⁴ Ibidem

⁵ Antaki, Ikram en *El Banquete de Platón-Espiritualidad*. 3ª Serie. Ed. Joaquín Mortiz. Primera Reimpresión 2001. México D.F., pág. 160

⁶ Ibidem

⁷ Enciclopedia Encarta Microsoft 2000

⁸ Enciclopedia Encarta Microsoft 2000

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

*"Aunque se ha ensayado distinciones entre esoterismo y ocultismo, no existe de hecho una delimitación claramente trazada, y en el lenguaje común son utilizadas ambas expresiones indistintamente. Con el término ocultismo se ha designado la praxis de esta actitud, reservándose el concepto de esoterismo para los planteamientos, más bien doctrinales, aunque puede considerarse que ambos revisten un significado equivalente y en los hechos ocurre que la generalidad de los autores emplean ambos términos para referirse a las mismas realidades."*⁹

Roberto Bosca define el ocultismo como: *"Un movimiento caracterizado por un contenido mágico que se refiere a poderes o energías naturales y sobrenaturales aún inexploradas por la ciencia oficial"*.¹⁰

Complementando además que: *"El ocultismo es una constante en la historia de la humanidad y revela un intento de utilización del mundo que sobrepasa la experiencia ordinaria"*.¹¹

Tanto en el esoterismo como en el ocultismo el autor señala que:

"Se sostiene la creencia de que hay un saber oculto, reservado sólo a los iniciados, al cual se tiene acceso con unos procedimientos o ritos específicos".¹²

Según el artículo publicado por la Universidad Iberoamericana titulado *El resurgimiento del esoterismo* de la profesora Ruth Albores Gallo en el Verano de 1990 el esoterismo es:

"Un conjunto de sistemas religiosos-filosóficos que ofrecen un mapa de conocimientos para la comprensión y reflexión de la realidad última de la naturaleza y el cosmos".¹³

Y añade:

"Se trata de un conocimiento secreto de la realidad, transmitido únicamente a un pequeño grupo de personas que, generalmente, son iniciadas por aquellos que ya disponen de él".¹⁴

Para la investigadora el conocimiento esotérico provee el fundamento teórico del proceso ocultista aclarando que:

⁹ Bosca, Roberto. New Age: La Utopía religiosa de Fin de Siglo. Ed. Atlántida-Ocsumo. México 1996

¹⁰ Ibidem

¹¹ Ibidem

¹² Ibidem

¹³ Albores Gallo, Ruth. El Resurgimiento del Esoterismo. Revista Umbral XXI Universidad Iberoamericana. 1990. Núm. 3 pág. 22-26

¹⁴ Ibidem

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

"Por ocultismo se entiende el conjunto de prácticas y técnicas que trabajan con las fuerzas ocultas de la naturaleza y del cosmos para la consecución de resultados empíricos".¹⁵

Sin embargo, en el libro *La Enciclopedia de las Religiones* Mircea Eliade una de las investigadoras más reconocidas en el ámbito de los mitos menciona lo siguiente:

"El conocimiento de los principios esotéricos necesarios para el ejercicio de la práctica ocultista es aprendido y transmitido socialmente, aunque no públicamente. Esto tiene que ver con el hecho de que el corazón del conocimiento esotérico debe ser resguardado del dominio público y de los no iniciados, con la finalidad de evitar su vulgarización. De aquí que la organización social donde se estructura la práctica esotérica tienda a adoptar la forma de sociedad secreta".¹⁶

Por otra parte, al remitimos al artículo de la profesora Ruth Albores encontramos que su percepción es distinta a la que maneja Mircea Eliade ya que aclara que a últimas fechas, "la organización social donde es aprendido y transmitido el conocimiento esotérico ha comenzado a perder su carácter sectario".

Es en éste punto donde nuestra investigación toma relevancia pues el esoterismo, al formar parte de los contenidos de la *Cultura de Masas** en la actualidad, no sólo ha perdido o está perdiendo su carácter selectivo de iniciación y su condición "elitista", sino que además se está divulgando a un amplio sector de la población en donde los medios de comunicación son el eje de este fenómeno social.

Es importante señalar que de la gama de definiciones mencionadas en el presente capítulo nos apoyaremos en la proporcionada por la profesora Ruth Albores Gallo, ya que se adecua a las necesidades de la presente investigación.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

¹⁵ Ibidem

¹⁶ Eliade Mircea. *The Enciclopedia of religion*. Mcmillan Publishing Company. Nueva York, 1997.

LOS ESOTERICOS Y SU CONCEPTO DE ESOTERISMO

En la actualidad encontramos que lo esotérico se encuentra presente en diversos medios de comunicación particularmente en la radio. Por tal motivo nos dimos a la tarea de preguntarles a los conocedores del tema ¿qué es el esoterismo?.

Esteban Mayo conocido como el maestro de la astrología y quien difunde conocimientos de dicha ciencia y de esoterismo desde hace 48 años, define el esoterismo en los siguientes términos:

"El esoterismo es la manera de comprender la realidad de la vida, es una filosofía, pero para ello se necesita tener una exquisita y gran sensibilidad, no podemos nosotros comprender el esoterismo a través de la ciencia moderna o común porque se requiere de cualidades y sensibilidades especiales y el desarrollo del espíritu para hacer contacto con la mente suprema, con la mente divina y de esta manera poder contestarnos las preguntas básicas ¿quién soy yo? ¿Por qué estoy aquí? y ¿hacia dónde voy? cosa que la ciencia moderna o la ciencia humana no nos pueden contestar de manera afectiva ni convincente."¹⁷

Para la profesora Soledad Ruiz Catedrática de la Facultad de Filosofía y Letras y quien participó como actriz en la película "Rito Terminal" y quien se considera esotérica menciona que:

"Esoterismo es el estudio de lo oculto de lo que no siempre es tangible, de lo invisible, de una realidad que no siempre podemos ver plenamente los hombres comunes y corrientes pero que bajo determinado proceso de sensibilización uno podría acceder a otra realidad, es decir, a la realidad de lo invisible de hecho la poesía por ejemplo, tiene mucho que ver con esto porque los poetas buenos, tienen una capacidad de detectar detrás de lo visible cosas realmente invisibles, no vistas por todo el mundo. De esto se ocupa, de esa otra realidad que esta detrás del mundo tangible, del aspecto fenoménico de la realidad. Por ejemplo, una mesa, tii la ves ahí pero si tii la vieras con ojos mucho más sensibles, descubrirías que tiene una luminosidad, que todo objeto tiene una luminosidad, pero para eso se requiere un entrenamiento, por eso es lo oculto porque no es de fácil acceso y sobre eso pues imagínate el acercamiento a una realidad que puede ser como prefigurada, que nunca existe y de pronto gracias a la sensibilidad y a la capacidad de percibir puedes ver y cuya idea es acercarse a un conocimiento más profundo del universo."¹⁸

El conductor del programa "La Magia de Tonatiuh", y quien se identifica con tal nombre en la estación Bonita 1590 de AM desde hace cuatro años y cuyas temáticas son referentes al esoterismo menciona que:

¹⁷ Entrevista realizada a Esteban Mayo el 20 de Enero del 2001

¹⁸ Entrevista realizada a la profesora Soledad Ruiz el 27 de Noviembre del 2000

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

"El esoterismo es aquello que se mueve, sin que encuentres explicaciones. La ciencia generalmente se llama así cuando se prueba. El esoterismo no lo puedes probar es un fenómeno subjetivo del cual mucha gente prefiere creer en el esoterismo que en la propia ciencia. Aquí en México por ejemplo, nuestra cultura nos indica que debemos creer más en lo mágico que en lo científico. Tú puedes ver a mucha gente que viene al mercado (Mercado de Sonora) a comprar elementos mágicos, tés mágicos, pastillas mágicas, pieles mágicas, que ir con un doctor a que te quite un problema canceroso por ejemplo, el ramo esotérico es muchísimo más amplio del que te puedes imaginar, cualquier persona lo puede ligar a la ignorancia, si tu hablas con un culto, te va a decir que el esoterismo equivale a ignorancia, pero hablar de esoterismo te obliga a la investigación porque no cualquiera te puede hablar de esoterismo, porque también lo tienes que probar y probar el esoterismo es probar que existen fuerzas externas y fenómenos paranormales esto ya entra en un terreno paranormal que no te explicas cómo, ni por qué, pero funciona. El esoterismo es una suma de creencias y una suma de fenómenos que a veces la ciencia evita explicar."¹⁹

Olga Franco profesora de astrología y quien fuera alumna del también astrólogo Esteban Mayo asegura que el esoterismo es:

" La parte oculta de la vida, lo oculto, lo que no se ve, pero esta ahí, en todas las ramas. Por ejemplo, vamos a suponer que tenemos muchas plantas, para nosotros son plantas de manera general, pero a lo mejor una de ellas es buena para algún remedio entonces su parte oculta es esotérica, su beneficio, que a través de su tallo, sus frutos, sus flores pueda servir."²⁰

Por su parte, **Manuel Temolt-zin** astrólogo profesional desde hace 23 años afirma que:

"El esoterismo con S es una ciencia o un conocimiento que no es conocido por el público y que se imparte a pocas personas, es un conocimiento privado que se comunica de generación en generación, y con X, exotérico es un conocimiento que es del dominio público."²¹

Violeta Macouzet, conocida como "La vidente de América" y profesora de astrología, tarot y rituales en su Centro Astrológico Macouzet ubicado en Plaza Galerías comenta:

"El esoterismo es la ciencia que aunque en la universidad no está registrada, contiene los conocimientos espirituales con los cuales nos podemos defender invocando algún ángel, algún arcángel, si estamos hablando de magia blanca".²²

¹⁹ Entrevista realizada a Tomtitiuh el 17 de Septiembre del 2000

²⁰ Entrevista realizada a la profesora Olga Franco el 28 de Octubre del 2000

²¹ Entrevista realizada a Manuel Temolt-zin el 4 de Noviembre del 2000

²² Entrevista a Violeta Macouzet el 31 de Octubre del 2000

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Víctor Manuel vendedor de objetos esotéricos en la calle de Gutenberg en la Colonia Anzures desde hace más de tres años sostiene:

"El esoterismo es lo que para la mayoría de la gente no es conocido. Son las ciencias que no son del dominio público. El esoterismo tiene que ver con lo místico y con la parapsicología, esta ligada con las ciencias ocultas, con las ciencias herméticas, también tiene que ver con distintas ciencias por ejemplo, puede ser la astrología, que es una ciencia, las ciencias exactas por ejemplo, la numerología, el hipnotismo también es una ciencia esotérica, porque va propiamente a la mente inconsciente."²³

La astróloga **Amira**, quien anteriormente tenía un programa de esoterismo en la radio titulado "Constelaciones políticas" y que posteriormente participo en el programa "Hoy" y "Hasta en las mejores familias" colaborando con su sección de astrología se refiere al esoterismo como:

"Es el estudio de lo oculto, es el arte de lo oculto. El esoterismo es muy amplio pero se refiere más que nada al estudio oculto y oculto no quiere decir que sea malo sino que es un estudio que permaneció muchos años oculto no porque lo escondan, ahora ya no lo esconden pero tiene que ver con una sabiduría que estuvo reservada nada más para los iniciados y ahora aparece el estudio de esas artes diversas, sirve para el conocimiento de sí mismo."²⁴

²³ Entrevista al Sr. Víctor Manuel el 25 de Septiembre del 2000

²⁴ Entrevista con Amira el 11 de Octubre del 2000

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL ESOTERISMO

Esoterismo. Una palabra que a la mayoría pone a temblar, a otros les da risa y al resto les puede causar curiosidad. Desde tiempos añejos las prácticas esotéricas han estado presentes desde los inicios de la humanidad y en la mayoría de las culturas del mundo.

Según la profesora Soledad Ruíz, catedrática de la UNAM en la Facultad de Filosofía menciona:

*"El esoterismo es tan milenario como la humanidad porque efectivamente el conocimiento elevado de las antiguas culturas estuvo limitado a un cierto grupo de estudiosos en el pasado, a ciertos sabios, esto en todas las culturas sucedió. El calendario azteca por ejemplo, es muy esotérico, habla ahí de muchísimos fenómenos y no todo lo del calendario nos es accesible aún ahora porque tiene una simbología que no sabemos interpretar entonces sigue siendo esotérico, sigue siendo oculto por ese hecho. Entonces desde siempre el hombre tuvo y tiene inquietud por conocer lo que le rodea, así que tan antiguo como la humanidad."*²⁵

Pero dado que el esoterismo una realidad innegable y práctica cotidiana en nuestra sociedad, no podía ser un tema ajeno dentro de los medios de comunicación.

En su libro *El Banquete de Platón* Ikram Antaki menciona:

*"La profecía, como la astrología, entró a la era del marketing, se transformó en un asunto comercial, con el esoterismo y lo paranormal, en los programas de gran público en radio y televisión."*²⁶

Según Juan Chia, colaborador de Jaime Maussant durante varios años y director de revistas como *Artes Marciales, Armamento, Tatuajes y Perforaciones* etc. argumenta:

*"La apertura de los medios hacia temas esotéricos surge a partir de que se nota un interés por la gente en estos temas. Como es un buen producto de mercadotecnia, se le empieza a dar más espacio a los charlatanes. Así que se popularizan no porque los conductores sean muy buenos, ni porque el contenido sea muy bueno, sino porque a la gente le gusta la basura."*²⁷

²⁵ Loc. Cit. Entrevista con la profesora Soledad Ruíz pág. 12

²⁶ Antaki Ikram. *El Banquete de Platón- Espiritualidad*. 3ª Serie. Ed. Joaquín Mortiz. México 2001

²⁷ Entrevista con Juan Chia realizada el 5 de abril del 2001

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Admitiendo también que los medios de comunicación tienen una finalidad que es la de "hacer dinero" advierte:

*"Todos los medios de comunicación tienen una finalidad que es informar pero más allá de esa finalidad cumplen con un objetivo, el objetivo de la empresa que es hacer dinero. Como empresas tienen la finalidad de sacar "lana" y en medio es la comunicación, se da a la gente lo que piden, si piden esoterismo, se les da esoterismo. Los medios de comunicación no son más que el producto de lo que la sociedad quiere."*²⁸

Tan es así que regidos por lo que pensaba Voltaire: "la fortuna no es, ni puede ser, más que una causa ignorada de un efecto desconocido", muchas personas acuden a la lectura de su horóscopo en periódico y revistas, o miran el televisor y escuchan la radio con la ilusión de encontrar la receta o en su caso la dirección más atinada al lugar donde les solucionen sus problemas ya sea de salud, dinero o amor.

Juan Chia admite que es un riesgo que estos temas se presenten en los medios de comunicación:

*"Es muy peligroso porque ahora cualquier charlatán, fanático o cualquier persona que tenga un cierto conocimiento en "como curar el cáncer a través de la marihuana" pues va y hace sus exposiciones en la radio y las personas creen que por salir en la radio o en la televisión o escribir en una revista son sinónimos de autoridad, lo cual no es cierto. Nadie que salga en la radio, en la televisión o que escriba es una autoridad, la autoridad se demuestra conforme demuestras los argumentos y conforme van dándole al público tus cartas de presentación, tus antecedentes, entonces si hay un grave riesgo porque cuantos casos no hemos sabido de personas que se han suicidado por estar en una secta o tratar de adelgazar por medicina naturalista o que dan una cantidad de dinero por obtener la solución de su alma, entonces, si hay un grave riesgo. El riesgo es de que los estén manipulando."*²⁹

El esoterismo existe desde que inicio la humanidad y hoy en día el tema se resiste a morir, debido a que los medios de comunicación parecen ser sus mejores aliados. Por tal razón encontramos un resurgimiento del esoterismo en los medios de comunicación, algunos mencionan que sucedió hace una década, otros, que fue sólo hace cuatro años. Periódicos, revistas, libros, internet, radio, cine y televisión, no se escapan al jugoso beneficio económico que ofrecen las temáticas esotéricas en los diversos medios.

Programas de televisión como *Hoy, Aquí entre dos, Con Sello de Mujer, Cada mañana, Tempranito, Vida TV, Primer Impacto, Ocurrió Así* y el noticiero

²⁸ Loc. Cit Entrevista con Juan Chia pág. 15

²⁹ Loc. Cit. Entrevista con Juan Chia pág. 15

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Hechos de la mañana, cuentan con su sección ocasional o fija de horóscopos o manejo de temas esotéricos.

Periódicos como *Novedades*, *El Diario de México*, *Milenio*, *El Metro*, *El Universal*, *La Prensa*, *Excélsior* y *El Economista* cuentan también con su sección de horóscopos y en el caso de *Novedades* y *La Prensa* se incluyen además recetas para realizar rituales.

Según el expendio de periódicos y revistas "Félix Santoyo Alvarez S.A de C.V." ubicado en el Centro de la Ciudad de México, las revistas más vendidas y dedicadas a la mujer, con sección de horóscopos y en donde ocasionalmente aparece alguna sección referente a temas esotéricos tales como recetas mágicas, Feng-shui, etc., durante el mes de marzo del 2001 fueron:

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| 1.- <i>TV Notas</i> | 6.- <i>Teleguía</i> |
| 2.- <i>TV Novelas</i> | 7.- <i>Somos</i> |
| 3.- <i>Tú</i> | 8.- <i>Eres</i> |
| 4.- <i>Vanidades</i> | 9.- <i>Veintitantos</i> |
| 5.- <i>Cosmopolitan</i> | |

Cabe mencionar que en general las revistas dedicadas a la mujer y a los espectáculos contienen su sección fija de horóscopos. Sin embargo, revistas dedicadas por completo a estas temáticas son:

- 1.-Mundo Esotérico
- 2.-Bolsilibros Esotéricos
- 3.-Mundo Esotérico edición de lujo
- 4.-Grandes temas del esoterismo
- 5.-Mundo esotérico edición especial
- 6.-Los Grandes Misterios del Hombre
- 7.-*Aprende a conocer la astrología
- 8.-*El libro mágico del Tarot

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Según una encuesta publicada el 19 de abril del 2001 sobre el **Consumo Cultural de Medios Impresos**, por el grupo **Reforma** sobre las preferencias de lectura de periódicos, libros y revistas, coincide con los datos proporcionados por el expendio, pero además menciona que en la industria editorial, entre los temas favoritos que prefiere la gente en el DF están los referentes a la superación personal, rubro al que pertenecen los libros dedicados al esoterismo con un 30% durante el año 2000, 5% más que el año

anterior lo cual nos indica que la gente cada vez se interesa más por estos temas.

“Un medio más abierto” octava entrega del **Consumo Cultural y los Medios**, dedicada a la radio y publicada también por el equipo de investigación del grupo **Reforma** el 20 de abril del 2001, menciona que en el DF 6 de cada 10 entrevistados son asiduos radioescuchas, en donde se escucha un promedio de 4 horas y media diarias, y con un porcentaje del 75% de público que escucha la radio diariamente durante el año 2000.

Estas cifras nos hace pensar en la importancia y en los alcances que representa la radio para el público en general. Particularmente este medio es en el más fructífero y donde se percibe de una manera más clara el beneficio económico que generan los temas esotéricos.

Debido a ello, nuestra investigación se encuentra enfocada a la radio y en ella encontramos que los programas que contienen una sección dedicada a temas esotéricos y de horóscopos son:

Programa	Estación	Horario
1.-Janet Arceo...y lo mejor de la mujer	103.3 Radio Fórmula	11:00 a 12:00 Dom
2.-Irene al medio día	1290Radio Trece	12:00 a 13:00 Lun-Sáb
3.-Todo para la mujer	970Radio Fórmula	11:00 a 13:00 Lun-Vier
4.-Intimidaciones con las Estrellas	1290Radio Trece	13:00 a 14:00 Lun-Sáb
5.-Talinistma	1110Radio Red	12:00 a 13:00 L- V
6.-La Mujer Actual	1470 Metrópoli	9:00 a 11:00 Lun-Dom

Pero en la radio existen además cinco programas cuya temática total se encuentra enfocada al esoterismo. Dichos programas son:

PROGRAMAS	ESTACION	HORARIO
1.-El Círculo Mágico de Esteban Mayo	1440 Radio Noticias	11:00 a 12:00 hrs L-V
2.-El ABC de la Magia	ABC Radio	11:00 a 12:00 hrs. L-V
3.-La Magia de Tonatiuh	Bonita 1590	11:00 a 12:00 hrs.L-V
4.-Violeta Maconzet	Radio Chapultepec	Martes 20:00 a 21.00 hrs
5.-Presagios de Eloina Moreno	Radio Centro	21:00 a 22:00 hrs L-V

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Los programas radiofónicos esotéricos representan la muestra más clara de los beneficios económicos que obtienen los esotéricos, ya que cada uno de estos programas son patrocinados por sus conductores que difunden a través de ellos sus productos y por supuesto los lugares donde puede adquirirlos el público radioescucha.

Cabe mencionar que el único programa que no entra en este esquema es el transmitido en Radio Centro titulado **Presagios**.

Pero ¿Cómo es que iniciaron las transmisiones de estas temáticas en la radio? ¿Quiénes fueron los que iniciaron con la idea de difundir los temas esotéricos? ¿Quiénes son los dueños y creadores de esta industria de la fe? ¿Qué piensan los productores de dichos programas? ¿Qué tipo de público tienen los programas?, estas son sólo algunas de las dudas que se esclarecen en el siguiente capítulo en donde pretendemos hacer un panorama general de los programas radiofónicos de esoterismo, su formato, sus antecedentes y características.

INICIOS DE LOS PROGRAMAS RADIOFÓNICOS DE ESOTERISMO

El mundo esotérico llegó a los medios de comunicación y en general al público como un fenómeno mundial. Así lo afirma Karen Lara conocida estudiosa del tema y periodista quien publica su primer libro de magia blanca en 1981 y al que les seguirían muchos más, titulado *Moderno Formulario de Hechicería*, aclarando que se tituló así ya que los hechizos no sólo son negativos sino también positivos:

"Mi formulario aparece en 1981 y en el 82 un bailarín que estuvo en L1 ESTRASBER también estudiando actuación se va al esoterismo y escribe otro libro, su nombre es POLKOLINJAM; pero él muere hace dos o tres años y después en Inglaterra en ese mismo año surge una periodista que se llama SIBER LICK, ella es maga de familia y que trabajaba para la BBC de Londres y luego un periodista de la NBC, STERREIMON BLOCKMAN se dedica también a estudiar lo esotérico, empezamos a hacer un movimiento sin querer porque ninguno de nosotros teníamos contacto y a la vez cada uno empieza a publicar y a dejar lo que estaba haciendo para publicar libros de esoterismo."³⁰

Tal y como lo menciona Karen Lara, el astrólogo Esteban Mayo argumenta que el interés por estos temas se desató en todo el mundo y con distintas personas:

"Se dice que cuando el maestro está listo, los discípulos aparecen y cuando los discípulos están listos el maestro aparece, tan es así que al hablar de estos temas en la radio se desató un gran interés, estoy hablando de México, pero esto sucedió en todo el mundo con distintas personas, así que como hongos florecieron por todos lados y nacieron tanto gentes que hablaran de esto como gentes que se interesaran en el esoterismo."³¹

En la actualidad en los medios de comunicación se ha generado una mayor apertura en cuanto a los temas esotéricos y astrológicos pero ¿cómo fue el panorama para los propulsores de estas temáticas en la radio y televisión del país?

El astrólogo Manuel Temolt-zin menciona que los esotéricos y astrólogos soportaron muchos insultos y ofensas, pero quien los ayudó mucho fue el presidente norteamericano Ronald Reagan:

"Él no daba paso sin consultar a sus astrólogos, y decía yo hago y tomo mis decisiones con base en lo que me dicen mis astrólogos, abrió un mundo tremendo, la máxima autoridad de

³⁰ Entrevista con Karen Lara el 14 de Noviembre del 2000

³¹ Entrevista realizada a Esteban Mayo Loc. Cit. Pág.12

las E.U. nos abrió a los astrólogos un camino diferente, nos abrió las puertas de la popularidad".³²

Karen Lara, quien se considera iniciadora de estos temas en la radio coincide con el astrólogo Manuel Temolt-zin y asegura que era muy difícil hacer un programa radiofónico y televisivo con estas temáticas:

"En 1982 empezamos a hablar de magia blanca a la una o dos de la mañana. En la NEW Doña Amalia Gómez (q.e.p.d) era Vicepresidenta de Televisa y nos daba la oportunidad a Rubén López Córdoba y a mí para hablar de estos temas y en televisión fue Guillermo Ochoa quien rompe con el tabú que existía contra las recetas mágicas, pues él me invita a su programa y le dicen que no podía yo hablar de recetas, pero Guillermo se hace el "gracioso" y dijo vamos a hablar de recetas porque a la gente le encantan y empezamos a hablar de recetas".³³

El astrólogo Esteban Mayo, quien es reconocido por astrólogos y esotéricos como uno de los iniciadores en México de estos temas dentro de los medios de difusión, argumenta que no tuvo mayor problema para incursionar en los medios, por el contrario:

"Sin quererlo y sin buscarlo se me abrieron las puertas. Como que era una necesidad, yo venía a llenar una necesidad que tiene el público de conocer respuesta a sus problemas".³⁴

Para Mayo, el ser humano no se conoce y constantemente se cuestiona sobre sí mismo, por lo que el surgimiento de los programas de esoterismo se debió a esa necesidad de responder a la gente preguntas que parecieran sin respuesta:

"¿Quién soy yo?, ¿Por qué estoy aquí? ¿Hacia dónde voy? Esas preguntas son trascendentes. Estoy hablando de nuestra parte mental, emocional, espiritual, que es lo que importa, hacia dónde vamos, que finalidad tiene la vida, esas preguntas se las ha hecho el hombre desde que tiene uso y razón, desde que ha nacido, desde que existe la tierra, han sido las preguntas obligadas de la humanidad y el esoterismo si puede contestarles de alguna manera estas preguntas tan inquietantes que tanto ocupan la atención y el interés de la gente".³⁵

En la actualidad, astrólogos y esotéricos coinciden en que la actual apertura de estos temas en los medios de comunicación es un fenómeno que astrológicamente tenía que suceder, pues según ellos estamos viviendo la Era

³² Entrevista realizada a Manuel Temolt-zin Loc. Cit. pág. 13

³³ Entrevista a Karen Lara Loc. Cit. pág. 20

³⁴ Entrevista realizada a Esteban Mayo Loc. Cit. pág. 12

³⁵ Ibidem

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

de Acuario, que se caracteriza por el privilegio de las comunicaciones y la difusión de todos los conocimientos a la luz pública.

La profesora Soledad Ruiz habla al respecto:

"Entramos en algo que los místicos habían estado diciendo desde la Posguerra. No sé si porque veían el mundo tan negro, era la Posguerra, había tanta desilusión, tanto desencanto, que se inventaron una nueva era, que vendría una nueva era, una nueva era justa en donde entre los hombres no habría la violencia que hubo en el siglo XX. El hecho es que muchos grupos empezaron a hablar de una nueva era y no dejaba de ser para muchos el sueño de unos cuantos enloquecidos o de unos cuantos idealistas, pero resulta que no, que efectivamente está entrando una nueva era, en el 2000, la nueva era que consiste en un cambio de vibración cósmica total, usted misma empieza a cambiar sin que haya ninguna figura que la esté a usted impulsando a cambiar sus ideas, no, es la energía que usted respira, las fuerzas de la vida que están cambiando de vibración; por lo tanto, nos cambian la forma de pensar y la actual apertura de los medios de comunicación a estos temas se debe a este fenómeno absolutamente universal y cósmico que la gente va a empezar a cambiar, ya no es el sueño idealista de los cincuenta o de la Posguerra".³⁶

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

³⁶ Entrevista realizada a la profesora Soledad Ruiz Loc. Cit. pág. 12

LOS MERCADERES ESOTERICOS DE LA RADIO EN LA ACTUALIDAD

Mary no tiene las uñas largas, pero comenzará a dejárselas crecer porque dice estar dispuesta a todo para conseguir al hombre de su vida. La receta para conseguirlo es muy fácil, según ella: apenas limarse las uñas y del polvo que obtenga poner media pizca en café o vino que dará a beber al ser amado.³⁷

El problema es que lo crea de veras. Mary escuchó esto en la radio, tomó nota y está segura de que ahora sí “caerá” Hugo. Ella encontró en uno de los diversos programas que ofrece la radio con tópicos esotéricos la solución al problema que le quitaba el sueño.

Pero ¿quiénes son los creadores y realizadores de estos programas que ofrecen al “por mayor” la solución a los problemas de miles de radio escuchas?

Es conocido como el *Maestro* por sus seguidores y discípulos y también como el *Padre de la Astrología*. Él, Esteban Mayo, de 75 años, de profesión médico cirujano y quien no ejerció su profesión porque se inició en la actuación, en donde afirma filmó más de 45 películas en papeles secundarios, pero fue en “*Subida al Cielo*” dirigida por Luis Buñuel en donde interpretó un papel estelar al lado de Lilia Prado, obteniendo premios internacionales.

También incursionó exitosamente como diseñador de modas a lo largo de 20 años de manera internacional y vistiendo a figuras como Jacqueline Kennedy, Gloria Guinness y Grace Kelly.

Pero fue su interés por la astrología, las ciencias ocultas, la parapsicología, filosofía y la antropología lo que realmente lo cautivó para siempre, desde que tenía 21 años y era estudiante universitario en la Facultad de Medicina:

“Tres compañeros míos, se acercaron a mí y me pidieron mi fecha, hora y lugar de nacimiento porque querían hacer un estudio astrológico, o sea, una carta natal. En mi tiempo la astrología era prácticamente desconocida para el público en general, no había quien utilizara de manera práctica o comercial estos conocimientos. En aquel entonces, cuando me pidieron mis datos me costó trabajo localizar la hora en la que yo había nacido, ya que este dato carece de importancia, en general a casi nadie le interesa. Ellos días después me dijeron: “¡tú vas a ser un maestro”. Andando el tiempo esta predicción astrológica se cumplió y el público me comenzó a llamar maestro una vez que yo empecé a

³⁷ Entrevista realizada a radioescucha María Elena Gómez el 17 de Septiembre del 2001

*dar predicciones astrológicas en la radio. Yo me inicié en la astrología por curiosidad, porque quería rebatir aquello que en la Universidad nos habían dicho que 'como era posible que en la antigüedad los hombres creyeran que los planetas influyeran en sus vidas y que además adoraran a los planetas como dioses'. El maestro que nos dijo eso además nos añadió: " Hoy en día la ciencia tiene respuesta a cualquier pregunta de la índole que sea" y nosotros le creímos y hoy puedo decir que la ciencia cada cincuenta años tiene que cambiar sus postulados porque sigue creciendo y evolucionando como sigue creciendo y evolucionando el hombre."*³⁸

Cautivado por la astrología y el esoterismo, Esteban Mayo ha estudiado, enseñado y divulgado estos conocimientos a lo largo de cinco décadas.

Creador de *El Libro de tu Vida*, en donde a través de sus páginas, realiza un estudio personalizado de las cualidades, defectos, vocación, relación con sus semejantes y destino de cualquier persona, afirma que con estos conocimientos se puede dar una verdadera guía a la vida de un individuo.

Perteneciente a la *Federación Americana de Astrólogos*, Esteban Mayo ha creado su propio Instituto que lleva su nombre, ubicado en Gutember #39 en la colonia Anzures, en donde ha formado a más de 5000 astrólogos y 6000 tarotistas en el ámbito profesional.

En los últimos 35 años ha tenido una actividad intensa dentro de la radio y la televisión. Desde 1970 hasta septiembre de 1997, estuvo transmitiendo programas diarios en diversas estaciones del grupo ACIR:

*"Esto me permitió estar en contacto directo con el público y además de presentarles mis predicciones astrológicas transmití meditaciones. Con esto he creado un nuevo estilo de programas que han gustado mucho al público por la ayuda psicológica y moral que les produce al escuchar."*³⁹

Anteriormente formó parte de los conductores de Radiópolis, desde 1997 hasta fines de diciembre de 1998 donde transmitió 29 programas radiofónicos a la semana, tanto en la XEW como en XEX.

Trabajó en la XEX de lunes a viernes de 11:00 a 12:00 horas, en el programa *"El Círculo Mágico de Esteban Mayo"*, todos los días de 00:00 a 00.30 hrs. *"Esteban Mayo, los Astros y Tú."*

³⁸ Entrevista realizada a Esteban Mayo Loc. Cit. pág. 12

³⁹ Ibidem

En la XEW de lunes a viernes de 5:30 a 6:00 hrs. se transmitía "*Esteban Mayo, los Astros y Tú*" y los sábados y domingos de 5:30 a 8:00 "*El Universo de Esteban Mayo*," también en la XEW los sábados de 22:30 hrs. y domingos 23.30 hrs. "*La Isla de la Meditación*."

También participa en el programa *Con Sello de Mujer* que se transmite de lunes a viernes por el canal 13 de las 10:45 a.m. a las 12:30 p.m. en donde interviene en siete bloques a lo largo de una hora con 45 minutos, ofreciendo las predicciones astrológicas del día.

En la actualidad colabora también en un programa radiofónico en la estación 1020 AM, *La Radio que Habla* de 8:00 a 10:00hrs de los Ángeles California, cuyo programa es diario y es enviado de México a Estados Unidos.

De forma mensual viaja a Los Ángeles para grabar dos series de televisivas: una con el Canal 34 UNIVISION y otra con el CANAL 52 TELEMUNDO, que se retransmite a varias estaciones de habla hispana en los E.U. y a otros países de Latinoamérica, además de presentarse también cada mes en auditorios de Hollywood con capacidad de 1000 a 2000 personas, impartiendo conferencias motivacionales de desarrollo humano, astrología y esoterismo.

Actualmente y desde el 1 de enero de 1999 forma parte del Grupo Siete en la estación Radio Noticias 1440, en donde transmite:

"*Predicciones de Esteban Mayo*" de lunes a viernes de 5:30 a 6:00 hrs. , "*El Círculo Mágico de Esteban Mayo*" de lunes a viernes de 11:00 a 12:00 hrs. Y los sábados de 8:00 a 10:00 hrs. "*Entre Amigos con Esteban Mayo*" de lunes a Viernes de 22:00 a 23.00 hrs.

Siendo uno de los de mayor éxito "*El Círculo Mágico de Esteban Mayo*" cuyo significado, según él mismo Esteban, es crear un círculo de amigos que tengan intereses comunes en escuchar temas de esoterismo y astrología y en el que también se integran temas de psicología, ciencia, historia, y tradiciones, ya que como él asevera no sólo es de esoterismo.

Esteban Mayo reconocido por muchos como el iniciador de los programas de esoterismo en la radio mexicana menciona que efectivamente fue él quien se inició en la aventura de crear esta forma de hacer programas en la radio, ya que nadie se había atrevido a eso y reconoce además que:

"Puedo pensar que el 90% de las personas que se dedican a la astrología en México han sido egresados o han estado en contacto con el Instituto Mayo, en donde yo soy el director."⁴⁰

Fue en 1970 cuando el maestro Mayo comienza con la idea de crear programas radiofónicos de esoterismo ya que al ser entrevistado en un programa de radio y posteriormente en un programa de televisión a hablar de estos temas se desató según su opinión un gran interés por parte del público:

"Se dieron las circunstancias yo hable de aquello y comenzó a despertarse un gran interés, la gente comenzó a buscarme y cuando me vi involucrado en eso tuve que dejar mi profesión de diseñador de modas y todas las actividades a las cuales me dedicaba y de las cuales vivía y de pronto ya me vi envuelto en todo esto."⁴¹

Siendo la finalidad principal según él, la ayuda a la gente a través de sus conocimientos de astrología y esoterismo por medio de sus programas, Esteban Mayo reconoce que uno de los objetivos del programa es abarcar a todo tipo de público.

El éxito de un programa radiofónico depende en gran medida del productor del programa, por lo que *El Círculo Mágico de Esteban Mayo* no fue la excepción.

Pedro Manzano, un hombre con una experiencia en los medios de comunicación y en el trabajo periodístico, y quien se define como una persona creativa menciona que desde hace más de un año decidió aceptar la invitación del maestro Mayo para ser el productor de sus tres emisiones diarias en la radio:

"Estando en Radio Trece surge la invitación de Esteban Mayo para producir sus programas de esoterismo y astrología en la radio, un programa diferente a lo que yo había hecho, me gusta el reto, yo acepto trabajar con él, por una cuestión de explorar un ámbito diferente a lo que yo había hecho y además por una alternativa de trabajo."⁴²

Hablar del programa de Esteban Mayo es hablar también de la experiencia de su conductor, un hombre que tiene más de 20 años de hablar frente a un micrófono y que sabe abordar los temas que forman parte de una de sus máximas pasiones, "la astrología y el esoterismo".

⁴⁰ Ibidem

⁴¹ Ibidem

⁴² Entrevista realizada a Pedro Manzano el 10 de Septiembre del 2000

Sin embargo, hablar de la estructura de su programa es hablar de su productor Pedro Manzano quien afirma que fue él el responsable de la estructura básica de uno de los programas más escuchados por los radioescuchas:

"El concepto del programa ya estaba hecho, Esteban es una gente que tiene mucho "callo" en esto, pero lo que no tenía era una estructura, una organización. Estoy hablando de que se producen 16 programas a la semana, debes de tener una organización y como productor debes tener la "mesa puesta" para que llegue la persona que va a conducir, que se siente y salga todo bien."⁴³

Al respecto Pedro opina que en *El Círculo Mágico de Esteban Mayo* no existe un guión específico, pues asegura que cuando un programa sale al aire se necesita un guión pero ese guión con el paso de las transmisiones se vuelve estructura:

"La estructura del programa son cuatro bloques, tu estructura te la manda primero los cortes que tiene la estación, aquí la estación los tiene al 15, 30, 45 minutos, que son cortes que forzosamente tú tienes que hacer porque la estación tiene derecho a 2 minutos. De comercialización se tienen 15, 30, 45 minutos automáticamente te quedan a ti cuatro bloques de aproximadamente 10 minutos. Tú teniendo esa estructura básica elaboras tu guión de trabajo. En este caso el primer bloque es de presentación y luego nos ligamos a sección de horóscopos, luego entramos a un segundo bloque que regularmente siempre metemos una entrevista de contenido que va a ser semanal y la vamos a dividir en 5 bloques para cada día de la semana, debido a que tenemos 16 programas a la semana y de acuerdo a las necesidades de producción de cada programa es como se arma, no puedes hacer una estructura para todos pero básicamente para cualquier programa es lo mismo es de acuerdo a tus objetivos como vas a organizarlo. Por ejemplo aquí nosotros ya nos llevamos hasta el 30 entonces nos quedan dos bloques de 10 y 8 minutos. Uno lo dejamos para el invitado en cabina y el último lo dejamos a la gente que llama. Esa es básicamente la estructura del programa y es muy importante no perder tus objetivos, si quieres entretener, dar contenido promocionar, con base en eso armas tu programa."⁴⁴

Pedro Manzano asegura que Esteban Mayo es el director del programa y que él sólo opina, comenta o sugiere pero quien toma las decisiones del programa es el maestro Mayo:

"Cuando yo ingresé al programa, a mí no me gustaba la rúbrica del programa, pero él no la quiso cambiar porque pagó una cantidad muy fuerte por esa composición musical especial, él pago su música, la entrada del programa."⁴⁵

⁴³ Ibidem

⁴⁴ Ibidem

⁴⁵ Ibidem

Sin embargo, Manzano dice que sus aportaciones al programa se han hecho poco a poco, según él, en el programa no existía la disciplina de mencionar los números telefónicos en cabina o se entraba al aire de "golpe" sin romper el "turrón" con la gente:

"Yo le decía a Esteban ¿por qué entrar con horóscopos si se podía entrar con tres minutos en vivo 'rompiendo el 'turrón' con la gente?. Entonces son detalles que él no tenía y que en la radio son muy importantes, hicimos ese cambio entra saludando al público, 'estamos en vivo, hablemos'... se les contesta una llamada, en fin, es una forma de comunicarse con el público que él en su estructura no tenía."⁴⁶

Para el productor el programa es una oferta concreta de entretenimiento y de promoción de los cursos y productos con la firma de *Esteban Mayo* y de temática esotérica y de desarrollo humano, aseverando además que también *"el programa ofrece a la gente un rato agradable, ameno, entretenido, manejando contenidos esotéricos."*⁴⁷

Entre los temas que se tratan en el programa están los de astrología, ángeles, tarot, karma y darma, fen-chui, voz y personalidad, tai Chi, programación neurolingüística, autoestima e inteligencia emocional, y cuyo objetivo según Pedro es siempre tratar de ayudar al radioescucha.

Al preguntarle sobre lo difícil de producir 16 programas a la semana y el reto que representa organizarse para ello, Pedro asegura que ésta es una producción especial debido a que se graban los horóscopos y las entrevistas con una semana de anticipación debido a las múltiples actividades de Esteban Mayo.

"Todo se hace por partes por la cuestión de tiempo, los jueves anteriores a cada semana se graban los horóscopos que éstas escuchando esta semana, ese mismo jueves se graban las entrevistas que vas a escuchar durante la próxima semana en cinco partes y los martes se graba el contenido para los demás bloques, ya que únicamente el programa que es en vivo es el de las 11:00a.m. y las cápsulas comerciales para todos los programas son grabadas."⁴⁸

En cuanto a las llamadas del público, el productor asegura que también se contestan una semana después, en dónde el promedio es de 25 llamadas como mínimo 15, pero asevera que se ha tenido hasta un tope de 80 llamadas en un día teniendo un promedio diario de llamadas de 25:

⁴⁶ Ibidem

⁴⁷ Ibidem

⁴⁸ Ibidem

*"En la noche recibimos de 12 a 10 llamadas en la mañana siempre son más porque estamos en vivo, pues es el único programa en vivo los demás incluyendo el sábado son grabados, ya la gente sabe; te deja su llamada para que las contestes la próxima semana, al menos no mentimos en ese sentido."*⁴⁹

Según Manzano, él es el encargado de llevar un registro de todas las llamadas que entran a la cabina durante las tres emisiones y cuando no se reciben muchas llamadas es porque no hablan al programa sino al Instituto Mayo:

*"Cuando no recibimos muchas llamadas generalmente es porque la gente llama a Casa Mayo, pues en ocasiones se regalan talismanes, conferencias o cursos y la gente llama allá y no a la estación."*⁵⁰

Al respecto Pedro Manzano opina:

*"La respuesta de la gente siempre ha sido grande, Esteban Mayo de por sí tiene poder de convocatoria, tú ¿cómo mides cuanta gente te escucha? Una prueba real es que da conferencias gratuitas y hace poco dio una para 2100 gentes en tres conferencias y todavía hubo gente que no alcanzó lugar; entonces ahí mides el poder de convocatoria que tiene."*⁵¹

EL ABC DE LA MAGIA

Con una preparación de periodismo en la Universidad de Navarra y con una experiencia profesional en radio y televisión, tanto en Televisa como en Imevisión cuando todavía TV. Azteca pertenecía al Estado, Karen Lara menciona que su experiencia es amplia. Sabe escribir para prensa, radio, televisión, revistas y sabe hacer libros.

Karen Lara es una de las periodistas que pueden presumir el haber abarcado casi todos los géneros del periodismo, como son: el de espectáculo, nota roja, sociales y política.

Al cuestionarle el cómo una periodista incursionó en los temas esotéricos, Karen, conocida como *La Reina de la Magia Blanca*, argumenta que su interés surgió casi por casualidad:

⁴⁹ Ibidem

⁵⁰ Ibidem

⁵¹ Ibidem

*"Cuando yo viajaba con algún artista o con alguien dentro de las investigaciones que yo realizaba me decían: "oye vamos a que nos hagan una limpia, nos hagan esto", entonces yo fui aprendiendo con las personas que se dedicaban a eso y tuve la oportunidad de conocer y tratar a mucha gente dedicada al esoterismo y a través de los chamanes al ir a la sierra y a diferentes partes de la república y de E.U., pues vas conociendo gente y te van diciendo."*⁵²

La inquietud de crear un programa radiofónico de esoterismo, según Karen Lara surgió porque la gente lo pedía, pues como menciona:

*"La gente no nada más quería escuchar la receta, sino querían saber el ¿Cuándo? ¿Cómo? y ¿Por qué?. Tú no puedes decir algo si tú no explicas el ¿Por qué funciona? Entonces surgió la idea de hacer un programa bien estructurado y como periodista eso te da una técnica y te ayuda mucho para poder saber que es lo que quiere la gente, haces sondeos de opinión y tú ya sabes qué es lo que la gente quiere."*⁵³

Para la **Reina de la Magia Blanca** todo inició con un experimento en 1982, que se transmitió en la XEW de la una a las tres de la mañana. Después estuvo en Radio Fórmula muchos años, posteriormente incursionó en Radio Mil provincia y en Cadena Raza, para llegar a su actual programa de radio titulado "**El ABC de la Magia**", en donde ha permanecido en el gusto del público durante los últimos cinco años.

La preparación de Karen en cuanto al terreno esotérico, según ella, es amplia y costosa, ya que ha sido asesorada por esotéricos famosos del mundo como Esteban Mayo y Linda Wodman entre otros, ya que le han aportado sus conocimientos.

*"Yo estuve estudiando en la India con un Braman, también en Rusia y en E.U. con Linda Wodman que ya murió, pero cursé seminarios con ella. En Estados Unidos los cursos te cuestan 1200 dólares la hora, más aviones, hospedajes, pero todo por estar aportando y haciendo cada vez las cosas mejor, mi reto es hacer cada año las cosas mejor."*⁵⁴

Al preguntarle sobre la finalidad de su programa, Karen argumenta:

"Yo considero que, como dijo un amigo mío que se llama Jorge Ortiz de Pinedo él dijo: "el que tú le des una esperanza y paz espiritual a la gente, pero con un conocimiento estudiado", con conocimiento es otra cosa, hay veces que la gente dice: "es que inventan las recetas" y no es cierto, yo no puedo inventar nada, yo he tenido mucho estudio como

⁵² Entrevista realizada a Karen Lara Loc. Cit. pág. 20

⁵³ Ibidem

⁵⁴ Ibidem

para inventar una cosa. Yo nunca he inventado nada porque siempre estamos consultando con la gente que sabe."⁵⁵

Al hablar de la aportación que le hace su programa al público Karen manifiesta que sobre todo es "darle paz y esperanza":

*"Que las personas sepan que existe otra dimensión, por así decirlo, en la cual nosotros somos dueños de muchas cosas, tenemos los poderes pero no estamos acostumbrados a utilizarlos. Por ejemplo, el poder de la oración y que a través de la oración podemos lograr muchas cosas porque es un poder mágico, estamos atrayendo energía positiva a nuestra vida."*⁵⁶

El productor del programa **El ABC de la Magia** Miguel Ángel Robles quien llegó por azares del destino a producir el programa, pues como nos comenta:

*"A mí me contrataron para estar en el turno de 6:00 AM a 15:00 horas y en ese lapso estaba incluido el programa de Karen y me tocó estar de productor."*⁵⁷

Él inició con un programa de esoterismo y astrología en la estación 1530 con una astróloga que leía el tarot llamada *Celeste* y posteriormente en la misma estación estuvo con *Amira*, también astróloga en un programa titulado **Constelación Política**, por lo que prácticamente entendió a la perfección toda la logística del programa de Karen Lara.

Ya son dos años desde que Miguel Ángel llegó al programa y entre las dificultades a las que tuvo que enfrentarse fueron las de mantener el programa con el más alto rating de la estación. Y en cuanto a la estructura el licenciado Robles argumenta:

"Primero se inicia con una bienvenida, un saludo al público, después los horóscopos que están divididos en tres secciones, al inicio del primer corte, en el segundo y otro en el tercero divididos por bloques. Después se reciben llamadas durante el programa y se les da respuesta. No hay guión. El guión lo conoce muy bien el operador y Karen, primero la bienvenida, horóscopos, después la receta mágica del día, ella va dando una receta diferente cada día para solucionar determinada situación, después lectura de llamadas, si en sus investigaciones ella encuentra alguna actualización sobre una receta o una receta nueva la da, continúa con llamadas, de repente tiene algún invitado, los jueves viene Juan Braulio el terapeuta que tiene su sección y responde a las preguntas del público. Todo el programa es en vivo salvo alguna ocasión que tenga que salir de viaje Karen, a prepararse sobre sus cursos de esoterismo, graba sus programas por adelantado, pues hay mucho

⁵⁵ Ibidem

⁵⁶ Ibidem

⁵⁷ Entrevista realizada a Miguel Ángel Robles el 14 de Noviembre del 2000

*material de sobra ya que recibimos de 100 a 150 llamadas diarias y no todas se alcanzan a contestar y son esas mismas llamadas las que determinan los temas del programa, el cual es el que más llamadas recibe de la estación.*¹⁵⁸

Robles atribuye el alto rating del programa a la preparación que tiene Karen, pues como nos comenta, ella tiene contacto en todo el mundo con gente especializada en el esoterismo y la astrología, además de que según él:

*"Karen no es como todas las damas conductoras de esoterismo, que notas falsedad en sus palabras y no son personas que se preparan. Karen mes con mes da a su público recetas nuevas y modifica las que ya tenía al año siguiente."*⁵⁹

Al cuestionarlo sobre la finalidad del programa, Miguel Robles asegura que es la fusión social, y *"el tratar de darle a la gente un poco más de confianza y de que se valore más como persona, ése es el beneficio que aporta este programa a la sociedad."*⁶⁰

Pero ¿cuándo es el momento en el que estos temas llegan a los medios de comunicación?. Para el productor el auge se dio hace cuatro años y cuya apertura se dio según él por la complejidad de vivir en una ciudad como la nuestra en donde el tráfico, el estrés y los problemas hacen que la gente se olvide de ellos mismos y entonces surge la necesidad de buscar salidas; pero principalmente la apertura es mental:

*"Estos temas se dan desde los aztecas, que hacían ritos esotéricos y todo eso, más bien creo que es una reapertura de la gente hacia estos temas."*⁶¹

LA MAGIA DE TONATIUH

*"Transmito mis conocimientos mágicos, heredados por mis hermanos mexicas que me guían con su luz"... Así inicia uno de los programas que se transmiten en la barra de programación de la estación Bonita 1590 AM, **La Magia de Tonatiuh** de 9:30 a 10.00 y cuya especialidad es la de magia blanca, al igual que el programa de Karen Lara.*

Tonatiuh conductor y dueño del concepto del programa, asegura que inició éste en Juchitán y Catemaco, Veracruz, para posteriormente transmitirlo en la Ciudad de México:

⁵⁸ Ibidem

⁵⁹ Ibidem

⁶⁰ Ibidem

⁶¹ Ibidem

"Llegué a la radio como una necesidad. Si tú utilizas un medio masivo donde exprese conocimientos o alternativas de ayuda, la gente se interesa y te busca y el detalle importante es que todos nos movemos igual, yo tengo muchos problemas pero no tengo dinero para pagar para que alguien me los resuelva, yo ese problema lo salvo haciendo mi trabajo sin cobrar."⁶²

La idea de crear un programa sobre temas esotéricos, opina, fue porque había pocos en el cuadrante, y afirma que la dificultad consiste en cómo lo planteas y cómo quieres que la gente lo entienda:

"Un programa de este tipo no sólo se saca al aire y ya, sino que el reto es que la gente lo crea, la forma en como te conduces tú, de esa forma puede o no tener éxito tu programa. Yo en lo particular, lo manejo de esta manera y la forma en como lo expongo le puedo crear la duda a la gente y cuando vienen y me buscan y funciona lo que ellos quieren, te ven de una manera diferente."⁶³

De profesión contador Tonatiuh se define como una "persona normal" que sólo quiere ayudar a la gente:

"Yo en lo particular no tengo ningún poder sobrenatural, el poder que tengo es el que tú tienes. Aquí lo más sobresaliente es que mis deseos soportan o apoyan mucho el deseo de la gente."⁶⁴

Dueño de la firma **Veladoras San Marcos**, Tonatiuh atiende personalmente a la gente que acude a consultarlo para resolver sus problemas.

"Yo quiero ayudar y le pido a quien nos da la vida que tengo mucha fe en lo que digo y no tengo poderes, ni soy adivino, simplemente tengo mucha fuerza personal y espiritual que me ayuda en esto y si tú lo requieres y también me ayudas con ese gran deseo va a funcionar, el problema es que tú lo creas."⁶⁵

En cuanto a los contenidos, Tonatiuh menciona que los va determinando conforme a las llamadas, aclarando que se tocan temas sobre todo sociales y culturales:

"Básicamente me enfoco a problemas sociales y comportamientos de la gente. Nosotros damos puntos de vista, mucha gente se ubica dentro del tema y muchos se ponen el traje

⁶² Entrevista realizada a Tonatiuh Loc. Cit. pág. 12

⁶³ Ibidem

⁶⁴ Ibidem

⁶⁵ Ibidem

*conforme la necesidad de la gente, yo hablo de los temas que me piden siempre investigando.*¹⁶⁶

Para Tonatiuh, el éxito de su programa consiste en que él conoce el comportamiento, aptitudes y defectos humanos, por lo que al ser tocados dichos temas en la radio la gente se identifica:

*"La gente se ubica rápidamente y te toma como verdadero, y eso es lo que yo busco crear, la duda, el interés y me meto mucho al razonamiento, al análisis, al sentido común."*¹⁶⁷

Tonatiuh asevera que la finalidad de su programa es: *"Nosotros sólo procuramos el lado bueno, simplemente creemos en las buenas acciones."*¹⁶⁸

Su productor, desde hace tres años que tiene el programa al aire, es Carlos Pimentel quien afirma que inició como muchos por curiosidad, pero su profesión de licenciado en Informática no fue un impedimento para dedicarse a lo que siempre le interesó: la producción de un programa de radio.

*"Siempre me llamó la atención la producción y un primo que era colaborador de Tonatiuh me invitó a colaborar con ellos y después Tonatiuh me invita en la cuestión de la producción del programa y como su colaborador general en sus tiendas."*¹⁶⁹

En su opinión, a lo largo de tres años el programa a pasado por varios procesos desde su estructura hasta el cambio de estación:

*"Cuando empezamos lo hicimos en Radiópolis, comenzamos con una sección de 15 minutos en un programa que se transmitía a las 11:00 a.m. después preferimos tener nuestro propio programa en la misma estación a las 6:00 a.m. con un horario un poco difícil porque la gente apenas se acababa de levantar, después nos pasamos al horario de las 12:45 p.m. en Radiópolis en la X 730, posteriormente la estación cambió su formato, se hizo gruperá y decidimos buscar otra estación y llegamos a ACIR, teníamos un programa que se transmitía en 260 AM que se llamaba "Tonatiuh, Magia y Leyendas", un programa no igual al actual porque en ese programa se manejaban leyendas, se contaban cuestiones anormales, pero también era de ayuda a la gente. También 2 o 3 meses estuvimos en ABC Radio y finalmente llegamos a Bonita 1590 AM."*¹⁷⁰

En cuanto a los temas del programa el productor coincide con Tonatiuh en cuanto a que es la misma gente quien determina con sus llamadas el tema, pero además sostiene:

¹⁶⁶ Ibidem

¹⁶⁷ Ibidem

¹⁶⁸ Ibidem

¹⁶⁹ Entrevista realizada a Carlos Pimentel el 28 de Noviembre del 2000

¹⁷⁰ Ibidem

*"Se buscan temas sociales, temas de ayuda, de orientación profunda hacia la solución de los problemas de la gente, nosotros nos basamos en temas que le interesan a la gente, temas que le pasan a todo el mundo, yo creo que esa es la cuestión de que la gente nos escucha y esta al pendiente de todos los programas que hemos hecho."*⁷¹

La Magia de Tonatiuh, según el productor es un programa de 30 minutos y cuya estructura esta determinada por la entrada, saludo a la gente, Tonatiuh dice el tema de lo que va a hablar en un espacio de 5 a 8 minutos y de ahí se va a llamadas o hay días en que si hay muchas llamadas atrasadas entran con el saludo y se van directamente con las llamadas hasta desahogarlas todas, se tienen dos bloques de comerciales, primero a los 10 minutos y otro a los 20 minutos del programa que son previamente grabados primero la voz y posteriormente musicalizándolos, en los cuales se promueven los lugares en donde Tonatiuh vende los productos que llevan su nombre y que anuncian en el programa y 2 minutos o minuto y medio de que finalice el programa se da una invitación al público para que escuchen el programa al día siguiente.

Para Carlos Pimentel el programa es uno de los más escuchados en la estación 1590 AM, que aunque no tiene mucha potencia, afirma, recibe en promedio de 25 a 30 llamadas en promedio diariamente.

Carlos Pimentel afirma que la finalidad del programa es la de ayudar a la gente, y asegura que éste es un programa de orientación social y en donde la dificultad principal a sido la de hacer llamativo el programa:

*"No es fácil meterte al mundo esotérico y vaciarlo al radio, la gente ya no se cree tan fácil las cosas, le tienes que ir llamando la atención, buscando cuestiones que a la gente le puedan ayudar, más que nada beneficios, la cuestión de ayudar a la gente ese es el punto fijo del programa."*⁷²

VIOLETA MACOUZET

Violeta Macouzet, creadora del *Tarot Astrológico*, es también fundadora del Centro Astrológico Macouzet, ubicado en Plaza Galerías en Melchor Ocampo y Marina Nacional en la Colonia Anzures, lugar donde se imparten cursos en el ámbito profesional de astrología, rituales, tarot, magia blanca, hipnosis y meditación, desde el 29 de septiembre del 2000.

⁷¹ Ibidem

⁷² Ibidem

También conocida como "La Vidente de América", Violeta asegura que sus conocimientos de esoterismo y astrología los tiene desde niña y su misión es difundirlos:

*"Cuando era niña tuve a mi lado a un niño que para los demás era imaginario, que se llama Jorge y él me decía lo que iba a ocurrir. Jorge se retiró momentáneamente a los siete años y regresó cuando cumplí 15 y él ha sido mi guía desde ese tiempo y también la virgen María. Mi abuela me heredó sus manuscritos, que he podido recrear uno por uno para dar servicio de amor a la humanidad y cumplir con la misión que el creador me encargo."*⁷³

Para ella la oportunidad de ingresar a la radio surgió sin que ella lo buscara, y en uno de los grupos más fuertes del cuadrante ... Radio ACIR:

*"Un productor de Radio ACIR me escuchó, me dijo que si no me interesaba un programa de esoterismo en la radio. Yo le dije '¿sabes qué?'. De momento no estoy preparada, déjame prepararme y con todo gusto' y así lo hice, estuve preparando mis temas y ahí inicié con Radio ACIR Morelia Michoacán."*⁷⁴

Al cuestionarla cómo surgió la idea de crear su programa, Violeta argumenta que fue por la necesidad de transmitir lo que ella llama "cultura espiritual".

Sin embargo, la vidente menciona que su incursión a Radio ACIR Morelia le dio la seguridad para crear su programa en la Ciudad de México, y aseguró que fue también en Morelia donde "consagra" sus rituales que ofrece a su público en su Centro Astrológico, el cual según ella fue creado en ese sitio por ser un punto de energía en la capital.

*"Plaza Galerías, igual que Tepoztlán es un punto energético en el Distrito Federal, por eso elegí poner en este lugar el Centro Astrológico Macouzet."*⁷⁵

Al hablar sobre las temáticas del programa Violeta menciona que se determinan con las llamadas:

*"Son llamadas al aire de ¿Cómo me va a ir en el amor? ¿Me estoy divorciando que va a pasar conmigo? Con todo eso no necesitas guión, lo que necesitas es un mazo de tarot de su signo zodiacal para interpretar en una forma gratuita" y asevera "porque no estamos cobrándole nada estamos dando este servicio con todo amor."*⁷⁶

⁷³ Entrevista realizada a Violeta Macouzet Loc. Cit. 13

⁷⁴ Ibidem

⁷⁵ Ibidem

⁷⁶ Ibidem

Su esposo y productor del programa, José Luis Montaña, quien inició como productor por primera vez en el programa de Violeta, afirma que la intención de llegar a la radio fue la de dar a conocer las aptitudes, capacidad, experiencia y conocimientos de la maestra Violeta Macouzet.

"Sólo por medio de la radio es como podíamos darla a conocer (refiriéndose a su esposa), ella tiene ya más de 4 o 5 años que es conocida por los medios de comunicación y específicamente en radio. Estuvo en la XEW, en Radiópolis, en ACIR y en ACIR Morelia ya lleva tres años."⁷⁷

Para el productor los logros han sido grandes sobre todo, por la oportunidad de estar en contacto con el público y el poder servir al público, además de dar a conocer los conocimientos de la maestra.

José Luis Montaña menciona que la respuesta del público ha sido favorable, pues reciben de 25 a 30 llamadas en cada programa y con respecto a la estructura dice:

"Las llamadas nos dan la pauta a seguir, ése es el guión. Nosotros vamos buscando la forma de atender la llamada de manera muy personal, sin embargo, a veces la gente piensa "se lo está diciendo a esta persona", pero hay muchas más personas que tienen el mismo problema y retoman lo que se le dijo a esa gente."⁷⁸

Según el productor, las emisiones siempre son en vivo y lo único que se graba son las cápsulas de identificación del programa y el reconocimiento de la estación.

En cuanto al público que desean captar con el programa, Montaña asegura que su intención es abarcar a todos los niveles y afirma que la gente que acude al Centro Astrológico es:

"En un curso de tarot por ejemplo, vienen médico, abogados, enfermeras, ingenieros, licenciados, amas de casa, estudiantes, de todo tipo de niveles," afirmando que la finalidad principal tanto del programa como del Centro Astrológico es la de dar a conocer los conocimientos de Violeta Macouzet y servir a la humanidad."⁷⁹

⁷⁷ Entrevista realizada a José Luis Montaña el 9 de Diciembre del 2000

⁷⁸ Ibidem

⁷⁹ Ibidem

LOS PRESAGIOS DE ELOÍNA MORENO

De profesión periodista y de vocación astróloga Eloína Moreno, menciona que se fue involucrando con los temas esotéricos a partir de que su profesión que fue la que le permitió acercarse a ellos en entrevistas. Sin embargo menciona que:

"Había muchos charlatanes y ahora más, me fui metiendo. Conoci gente muy auténtica que tenía dotes paranormales, estuve viendo a unos investigadores que trabajaban con gente que tenía arritmia cerebral, que tenían dotes paranormales y psíquicos, estudié también filosofía oriental, pero también hay muchos charlatanes. Hay mucho conocimiento esotérico y para que no me platicaran, me metí a estudiar de todo. Me metí a estudiar de tarot, astrología, conocí a una astróloga, nunca me dio clases, pero platicábamos tanto que era verdaderamente una clase. Después estudié con Lupita Leal, que pienso que es una de las mejores astrólogas que ha habido en México, ya con ella estudié formalmente la astrología."⁸⁰

Cabe mencionar que para Eloína Moreno, conductora del programa radiofónico **Presagios**, su programa no es exactamente de esoterismo, sino más bien de superación personal, sin embargo, al cuestionarle que el esoterismo es un ámbito que no todos conocemos, Eloína responde.

"En eso sí tienes razón, es lo que está oculto, lo que no está muy difundido, que no es claro, que no es una ciencia que puedes comprobar diez veces, ahí sí tienes toda la razón. Por eso, decimos que la astrología es ciencia y es arte porque nos basamos en matemáticas, en la astronomía, pero por ejemplo, la astronomía, ya es considerada como ciencia, al final de cuentas nos apoyamos en aspectos científicos y en la intuición, te lo digo con veintitantos años de experiencia para poder interpretar, por eso es arte y ciencia, mientras más experiencia tengas, tu intuición esté más desarrollada vas a poder apoyar y orientar a esa persona."⁸¹

Eloína Moreno argumenta que inició su programa en una estación hablada que fue expresión 7.90 titulado "Mundos desconocidos" durante dos años para posteriormente incursionar en Radio Red:

"En Radio Red con una participación en el programa de medio día que es hasta ahora en el programa de 'Talinísima' y también incursión con el programa de 'Presagios'. Cuando llegué a Radio Centro ingresé con esa propuesta y se quedó hasta el mismo nombre, a pesar de que yo entregué varias propuestas."⁸²

⁸⁰ Entrevista realizada a Eloína Moreno el 21 de Enero del 2001

⁸¹ Ibidem

⁸² Ibidem

La idea de crear un programa de temas esotéricos y superación personal para Eloina Moreno fue más bien por labor social, y no con el fin de lucrar:

*"Yo creo que todos debemos hacer labor social de acuerdo a nuestras circunstancias, a nuestra situación, medios, posibilidades, entonces, a través de la radio creo que si se puede ayudar a mucha gente. Si en el momento crítico de la vida de una persona que se siente confusa, hundida, que no sabe que hacer, y habla al programa y le doy una orientación y en ese momento me dice que vio más claro, la saqué del hoyo, como me dicen, y en ese momento me dicen 'es que yo sentía que todo era oscuro y que no quedaba nada más que hacer y usted me ayudó'. Eso para mí es lo que no tiene precio."*⁸³

Para Eloina Moreno, la finalidad del programa es ayudar a la gente y acercarla a conocimientos a los que en muchas ocasiones, según menciona, la gente no podría tener acceso:

*"Yo consigo entrevistar en el programa a gente muy reconocida que viene de diversos países y que la gente que no podría pagar la entrada a alguna conferencia, pero a través de la radio logran transmitir su mensaje y eso a las personas les permite superarse interiormente."*⁸⁴

La apertura de los medios de comunicación a los temas esotéricos, para la astróloga, representa un arma de doble filo, ya que hablar frente a un micrófono representa la posibilidad de orientar a la gente a través de la astrología y del esoterismo, pero además argumenta:

*"En la actualidad hay mucha inquietud y ese deseo de saber, hay gente que ya está siguiendo a maestros falsos. Alguien toma un curso y al rato se independizan, y dan cursos. Yo diría que un curso si te deja algún conocimiento pero no para enseñar. Sin embargo, ves que están dando cursos, formando grupos y orientando. Yo lo que recomiendo es que la gente sepa discriminar hasta en cuestiones espirituales, que discriminen, que observen a su maestro y ver si es auténtico, porque el verdadero maestro predica con el ejemplo, y en la radio hay mucha gente así."*⁸⁵

Y es que la astróloga Eloina Moreno incursionó a la radio con su propuesta propia, pero sin ser patrocinadora de su espacio, a diferencia de otros programas esotéricos, además de que no promociona ningún tipo de cursos, o productos esotéricos:

"No tengo tienda, no vendo nada, no doy clases, no tengo escuela, no anuncio nada, no doy direcciones de nada, porque si no me las cobrarían y yo estoy en la estación por

⁸³ Ibidem

⁸⁴ Ibidem

⁸⁵ Ibidem

*honorarios, con la finalidad de ayudar a la gente a través del programa y que la gente encuentre una amiga sincera.*⁸⁶

Contrario a lo que pudiera pensarse, Eloina Moreno asegura no ser partidaria de los rituales y eso se ve reflejado en su programa, lo cual también representa una diferencia importante con los demás programas con estas temáticas:

*"No soy partidaria de hacer recetas mágicas, pero sí prender una vela con aroma, si fenchui, si buscar la armonía, pero de repente se convierte en el eje de tu vida. El límite de la magia blanca y de la negra es muy sutil, porque en la medida en que tú haces un ritual para que vuelva una persona a tu vida, empiezas a manipular y se convierte en magia negra, entonces yo evito hacer recetas."*⁸⁷

Al cuestionar a la astróloga sobre por qué considera que entran las llamadas a su programa, ella menciona:

*"Creo que más que nunca hay mucha necesidad de crecimiento espiritual, la gente quiere saber qué le va a ocurrir y además tiene muchos conflictos personales, sentimentales, familiares, recordemos que vivimos en una ciudad de por sí conflictiva y además hay mucha violencia familiar, de pareja y el ser humano de por sí es complicado."*⁸⁸

Sobre la apertura de los medios de comunicación hacia estos temas Eloina considera que se da sobre todo en la radio y al respecto comenta:

*"En la radio hay mayor espacio, además de que lo bueno que tiene la radio es que profundizas mucho en el mensaje y en la voz y no te fijas en la imagen, como en la televisión por ejemplo."*⁸⁹

En cuanto al por qué de unos años a la fecha surgen estos temas, Eloina comenta que fue más bien por autocensura, y no por la legalidad que implicaba hablar de estas temáticas:

*"Era una autocensura, 'mejor no tratamos estos temas porque nos van a tratar de brujos' y como eso en otros temas y ahora como ves, hay más apertura en todos los campos."*⁹⁰

Alejandro Juárez es el productor de *Presagios*, el programa de tipo esotérico que conforma la barra de programación del grupo Radio Centro desde hace cuatro años. Sin embargo, para él no es un programa de esoterismo:

⁸⁶ Ibidem

⁸⁷ Ibidem

⁸⁸ Ibidem

⁸⁹ Ibidem

⁹⁰ Ibidem

*"No es un programa de esoterismo. Un programa de esoterismo implica adivinación y ese tipo de cuestiones y nosotros hacemos un alto, un énfasis en el programa de que Eloina no adivina y el concepto del programa no adivina, ni tenemos una bola de cristal."*⁹¹

Sin embargo para el productor **Presagios** tampoco es un programa de astrología, aunque el contenido del mismo está basado en dicha ciencia, y a pesar de que frases como "los astros sí nos inducen, sí nos influyen, pero quien tiene la última palabra, somos nosotros a través de nuestra voluntad" y aún más el mismo nombre, nos remite a creer que el programa es de tipo esotérico.

Para Alejandro el programa es de tipo naturista y de medicina alternativa, y al preguntarle sobre cómo se involucra en un programa con temáticas esotéricas, responde:

*"Eloina llega ofrece un programa, tiene una oferta y a mí me dicen Alejandro desarrolla la logística, entonces de ahí nació el programa como lo tenemos hoy."*⁹²

La finalidad de la emisión, según Alejandro Juárez, es hacer un programa atractivo e informativo para el radioescucha, además de fomentar el desarrollo y la superación en su público:

*"Lograr el desarrollo y superación de las personas, entretenimiento y dar información, que la información que te dé sea información, no chismes, ni cuentos mala onda, ésa es nuestra finalidad."*⁹³

Para el productor Juárez, éste no es un programa que engaña al radioescucha, pues argumenta que la respuesta del público es de credibilidad:

*"No ven a Eloina como un dios, ni como una charlatana, ni como una bruja, es un programa de credibilidad, no engañamos a nadie, no te dice: 'Si compra este amuleto y te vas a llevar esto'."*⁹⁴

Y ésa es quizá la única diferencia que el programa tiene en comparación con los demás programas de tipo esotérico, pues como el productor afirma:

⁹¹ Entrevista realizada a Alejandro Juárez 18 de Enero del 2001

⁹² Ibidem

⁹³ Ibidem

⁹⁴ Ibidem

*"Los esotéricos hacen mucho negocio, nosotros no, no ofrecemos: 'llama, te hacemos tu carta astral por una lana', no, no hacemos eso, ni es un programa patrocinado por Eloina como muchos otros. Tan no es charlatán el programa que no tenemos patrocinio."*¹⁹⁵

En cuanto a la aportación del programa, el productor sostiene:

*"Este es un programa de radio verdaderamente armado, pensado y producido que contempla muchos elementos, le aporta tranquilidad, seguridad y una respuesta al público. El sentirse escuchado ¿con qué me encuentro? Con soledad ¿Qué busca encontrar? Y lo que encuentra con nosotros es atención, seguimiento, compañía, respuesta y despeje de dudas."*¹⁹⁶

Presagios, según su productor, es un programa que está determinado por las llamadas de su público y que maneja una continuidad en cuanto a los temas y uno de cuyos objetivos es el de captar un público joven:

*"Tenemos un público fuerte que son las amas de casa, pero también nos queremos abocar a las personas que están con esas amas de casa, como son los hijos por ejemplo, el público que deseamos captar es el público joven."*¹⁹⁷

En los últimos cinco años han surgido en la radio diversos programas de tipo esotérico. Al cuestionar al productor sobre ésta mayor apertura, menciona:

*"Porque tú y yo y todos los demás tenemos broncas y tú y yo y muchos otros, muchas veces no tenemos quien nos escuche y la radio cuando se concibió, allá por los 20's se creó como radio hablada. La radio, el concepto como tal, es de acompañamiento, de compañía, de no sentirse sólo, si se da ese tipo de apertura más que nada es por necesidad de la gente, no tanto del medio. Los medios no creo que tengan necesidad de crear estos elementos esotéricos. Esta apertura surgió por la necesidad del auditorio."*¹⁹⁸

Sin embargo, a pesar de que productores y conductores coinciden en que el manejo de estos temas en la radio llegaron como una necesidad del radioescucha, Gabriel Sosa Plata especialista de radio, señala en su artículo titulado *Panorama estable para la radio mexicana en 1996*, que la incursión de estos temas llegaron a la radio por la necesidad económica de las estaciones radiofónicas ya que después de la crisis del 94, la inversión publicitaria durante 1995 en radio fue muy poca.

¹⁹⁵ Ibidem

¹⁹⁶ Ibidem

¹⁹⁷ Ibidem

¹⁹⁸ Ibidem

En el artículo, Gabriel afirma:

*"Durante el año pasado fuimos testigos de la aparición de un número cada vez más elevado de programas de esoterismo, brujería y religión con el ánimo de captar, a cualquier costo, ingresos adicionales."*⁹⁹

La afirmación de Gabriel Sosa resulta mucho más coherente y real, ya que los temas esotéricos en la radio si bien resultan un tema atractivo para el radioescucha, no se habrían incrementado en la radio sino representarían un negocio jugoso tanto para las estaciones, como para los conductores y dueños del concepto.

En el capítulo cuatro indagaremos con mayor profundidad en el negocio *redondo* que estos programas realizan, obteniendo cantidades de dinero que no son fácil de despreciar para las estaciones radiofónicas y para los esotéricos. Además conoceremos la ilegalidad que se realiza con la transmisión de dichos programas.

⁹⁹ Sosa Plata Gabriel, "Panorama Estable para la Radio Mexicana en 1996". Revista Mexicana de Comunicación. Número 47. México D.F. Febrero-Marzo 1997

EL ESOTERISMO: UNA LUCRATIVA INDUSTRIA

"Una cucharada de suerte vale más que un barril de sabiduría", asegura un proverbio chino. Lo cierto es que durante siglos la humanidad ha tratado de descubrir los mecanismos y causas que le propicien la buena suerte, le alejen las "malas vibras", atraigan a su vida el amor y le den la oportunidad de gozar de buena salud.

En la actualidad el tema de lo *esotérico*, constituye uno de los productos de más venta y consumo dentro de la población. Según un artículo publicado en el periódico *El Universal* el 1 de febrero del 2001, titulado *Cambio de Siglo y literatura de Fe*, se menciona:

"Para algunos la proliferación de libros con temas religiosos mezclados con esoterismo, New Age y enseñanzas orientales, comenzó en México hace una década; para otros, el fenómeno es más reciente, de un par de años a la fecha, ante la incertidumbre y temor por el fin del siglo y comienzo de un nuevo milenio."¹⁰⁰

Lo cierto es que la proliferación de libros con temas esotéricos va en aumento. Según dicho artículo, durante 1999 la editorial Grijalbo Mondadori "sacó a la luz pública una colección llamada internamente 'mística', dentro de la cual aparecen uno o dos títulos al mes."¹⁰¹

La editora Miriam Hernández comenta en el artículo: *"en los últimos años ha funcionado mucho muy bien, notamos que cada vez hay más lectores interesados en estos temas."¹⁰²*

En el mismo artículo se argumenta que el auge de estas publicaciones durante 1999 alcanzó *"661 títulos, con cerca de 4 millones 597 mil ejemplares."¹⁰³*

Otras editoriales, además de Grijalbo, que manejan en sus libros temas esotéricos y que menciona dicho artículo son: *"Orientalia", la cual nació hace una década y cuenta con 70 títulos, y 'Orígenes', que con tres años de vida tiene 15 títulos."¹⁰⁴*

¹⁰⁰ Palacios Cinthia. Cambio de Siglo y Literatura de Fe. El Universal. Jueves 1 de Febrero de 2001. Sección Cultural pág. F1

¹⁰¹ Ibidem

¹⁰² Ibidem

¹⁰³ Ibidem

¹⁰⁴ Ibidem

Pero sin duda, una de las editoriales que más comercializa con estas temáticas es **Editorial Mina**, la cual es dueña de casi todas las revistas sobre temas esotéricos que hay en el mercado.

La principal revista que editan es la titulada *Grandes Temas del Esoterismo* publicación mensual y de la cual se desprenden **Mundo Esotérico**, **Bolsilibros Esotéricos**, además de sacar a la luz pública **Mundo Esotérico edición de Lujo**, con temas diversos relacionados con el esoterismo, como la correspondiente al mes de abril de 2001 cuyo título fue **Las Pirámides y su Poder**, o la edición subtitulada **Virgenes Milagrosas y Santas**, o **Mundo Esotérico Edición Especial**, cuyo título fue **Formas, Símbolos y Objetos de Poder**.

Según el señor Jorge Pérez Carrasco, jefe del taller de impresión de la editorial, las revistas se venden en toda la república y tan sólo de la Revista *Grandes Temas del Esoterismo* edición mensual, se venden alrededor de 30,000 ejemplares, de la revista *Grandes Temas del Esoterismo edición de lujo*, 25,000 mensuales, de la revista **Mundo Esotérico** 40,000 y de **Bolsilibros Esotéricos** 23,000 mensuales. Lo cual, nos da una idea de las ganancias que obtiene la editorial además del incremento de estos temas en la industria editorial.

Comparadas estas cifras con las estadísticas proporcionadas por la encuesta realizada del periódico Reforma sobre medios impresos, en el que se afirma que:

*"México está en los últimos niveles de lectura per capita a nivel mundial y que muchos mexicanos, no llegan a leer un solo libro completo en toda su vida."*¹⁰⁴

La encuesta, realizada entre el 20 de enero y el 4 de febrero del 2001, señala que en el Distrito Federal 6 de cada 10 capitalinos dicen que con alguna frecuencia dedican algo de tiempo a leer libros que no sean de la escuela o del trabajo, leyendo en promedio de 1 a 2 libros al año. El descenso de la lectura de novelas en comparación con años anteriores, fue notable sobre todo porque las cifras fueron rebasadas por los libros de superación personal, rubro al que se adscriben los libros de esoterismo, afirmando el artículo que en el D.F. son el tema más buscado.

¹⁰⁴ Schultz, Marisol. Consumo Cultural y los Medios Impresos. Sección 4 C Cultura. Encuesta publicada el 19 de abril del 2001

Dadas las cifras de la encuesta realizada por el periódico *Reforma*, podemos pensar de manera alarmante que en México además de que se lee poco, se lleva a cabo con contenido que distan mucho de enriquecer la cultura y la educación de la gente.

Sin embargo, diversos medios de comunicación se han empeñado en hacer de las temáticas esotéricas un tema que no falta en su agenda y no sólo eso, sino que además se ha convertido en un negocio que deja a sus dueños múltiples ganancias.

Manuel Temolt-zin astrólogo de profesión asegura ser el primer astrólogo que introdujo a México los famosos *horóscopos por teléfono*:

"Fui el primer astrólogo que a través del capital de unos coreanos introducimos en México mensajes telefónicos, un año tuvimos funcionando lo que se llamaba HORVITEL, horóscopos por teléfono. Un amigo, Dany King, me mandó buscar y me dijo, quiero hacer negocio contigo, entonces ese negocio ya existía en EE.UU. y lo abrimos en México y en América Latina, Puerto Rico y Cuba."¹⁰⁶

Asegura que el éxito fue impresionante, que se anunciaron en todos los periódicos y revistas y obtuvieron mucha popularidad:

"Yo ideé de tal manera los horóscopos, que tú marcabas Libra y decía: 'Libra en el amor, Libra en el dinero, Libra en la salud,' y se le daban 3 min., uno para cada espacio. Eso multiplicado, cada minuto costaba 3 pesos. ¿Sabes cuántas llamadas recibíamos?: 90 mil diarias, en toda América Latina, haz cuentas y ve si mi amigo no se hizo rico. A mi me pagaba un 0.7% que era bastante, pero él lo multiplicó millones de veces."¹⁰⁷

Tanto la industria editorial como el negocio telefónico, son sólo dos de las muchas ramas en las que la industria de los temas esotéricos ha incursionado. Una muestra clara en donde se puede ver el éxito de esta industria es en los centros específicos de productos esotéricos, los cuales en su mayoría están íntimamente relacionados con la gente que difunde estas temáticas en diversos medios de difusión.

¹⁰⁶ Entrevista a Manuel Temol-zin el 14 de Noviembre del 2000

¹⁰⁷ *Ibidem*

UN NEGOCIO NADA OCULTO

Leer el horóscopo en un periódico es inofensivo. Poner nuestra vida en manos de un astrólogo, adivino o curandero no lo es. Sobre todo si consideramos que mucha de esa gente que se dice conocedora del tema sólo se dedica a manipular emociones, haciendo su "agosto" con el sentimiento de desesperanza de la sociedad actual.

Muestra de lo anterior son los negocios que brotan por los alrededores sin control y que con palabras enérgicas y promesas de una vida o un futuro mejor cautivan atrayendo un público necesitado de escuchar un aliento de esperanza.

No es necesario ser muy observador para darse cuenta del incremento de los centros esotéricos de consumo, prácticamente no hay un sólo centro comercial que no tenga un local dedicado a la venta de estos productos, y si se visita el Centro Histórico de la Ciudad de México, es seguro encontrar muchos lugares.

El incremento de lugares dedicados a la práctica y consumo de productos esotéricos se observa cada vez con mayor frecuencia, ofreciendo a los consumidores "promesas" alejadas de la realidad y generando para sus dueños grandes ganancias.

Uno de los centros comerciales de productos y cursos esotéricos además de ofrecer servicios como lectura de cartas de tarot, realización de cartas astrales, lectura de aura, entre otros, es el **Pasaje Esotérico**, lugar que forma parte del Centro Comercial Plaza Galerías, ubicado en Melchor Ocampo y Marina Nacional.

Dicho pasaje fue inaugurado el 13 de junio de 1997 por el maestro Esteban Mayo y la doctora Raquel Levinsteing. Creado por la señora Gloria Funtanet, actual directora General de dicha plaza y por Sebastián Verti, quien es el Presidente del Comité Organizador, cuenta con más de 300 locales.

Según Sebastián Verti ambos se pusieron en contacto con el astrólogo Esteban Mayo y organizaron una Expo-Esotérica, en la cual afirma, tuvieron mucho éxito, por lo que surgió la idea de dejarlo fijo.

*"El pasaje esotérico surge debido a la demanda, porque se necesitaba un lugar que tuviera seriedad, que hubiera alguien que lo controlara, aquí no permitimos ningún trabajo que no sea adecuado, ni en las mismas 'limpias'."*¹⁰⁸

Sebastián Verti sostiene que el pasaje esotérico tiene mucho éxito y que su única publicidad es la que se da "de boca en boca":

*"Nos buscan no sólo de México, de todos los estados de la república, nos están visitando de Sudamérica, Argentina, Paraguay, Perú, Uruguay, recibimos también muchos visitantes de EU. Eso quiere decir que ya se ha dado a conocer en el ámbito internacional."*¹⁰⁹

Verti, afirma que el pasaje esotérico es el único en América Latina estructurado como pasaje, en el que no sólo se manejan las "ciencias ocultas"

*"La finalidad del pasaje esotérico es la superación personal, la sanación, las 'limpias', damos conferencias, manejamos naturismo, ciencias ocultas y esoterismo."*¹¹⁰

Sin embargo, *el pasaje esotérico*, contrario a lo que su presidente asegura, es promovido por uno de sus fundadores...Esteban Mayo.

Cabe mencionar que dicho pasaje también es conocido como el **Pasaje Esotérico de Esteban Mayo**, el cual es patrocinado dentro del programa radiofónico "**El Círculo de Esteban Mayo**", en sus tres emisiones ya mencionadas con anterioridad

Esteban Mayo vende sus productos en lo que se conoce como el **Instituto Mayo** o **Casa Mayo** en Gutemberg #39 en la Col. Anzures, lugar en donde ofrece conferencias, cursos de astrología, tarot, superación personal, magia y rituales y en donde por supuesto vende sus exclusivas veladoras, talismanes, cassettes, rituales, libros y fórmulas egipcias para el embellecimiento personal y complementos alimenticios, realiza sus cartas astrológicas, lectura de cartas, objetos esotéricos, al igual que en la **Boutique Esotérica de Esteban Mayo** ubicada en el Pasaje Esotérico en el interior de Plaza Galerías.

Como Esteban Mayo, cada uno de los programas radiofónicos de esoterismo cuenta con sus propias tiendas, que por supuesto son patrocinadas y difundidas durante los programas.

¹⁰⁸ Entrevista realizada a Sebastián Verti el 11 de Octubre del 2000

¹⁰⁹ Ibidem

¹¹⁰ Ibidem

Tan es así que el programa de Tonatiuh **La Magia de Tonatiuh** cuenta con siete tiendas en diversas partes de la ciudad de México y el Estado de México, en donde vende sus productos, entre ellos rituales, velas, amuletos, talismanes y ofrece lecturas de tarot y “limpias”, todo ello difundido durante su programa.

Tales tiendas se encuentran ubicadas en: Naucalpan, Cuautitlán Izcalli, Iztapalapa, Nezahualcoyotl, Chalco, Azcapotzalco y un local a espaldas del Mercado de Sonora en donde personalmente Tonatiuh atiende a su clientela.

Es importante mencionar que el 16 de abril del año 2001, Tonatiuh comienza a realizar transmisiones en TVI, empresa que pertenece a ACIR y cuyo concepto es conocido como TELE NEZA, televisora que funciona por medio de un sistema de cable y el cual abarca diversas zonas del Estado de México como Izcalli, Orizaba, y por supuesto el Estado de México, y cuya ampliación se pretende hacer a los demás estados de la República sin dejar de lado el Distrito Federal.

Según el productor del programa radiofónico de Tonatiuh, Carlos Pimentel, TELENEZA funciona como el Canal Mexiquense, en el que se cuenta con producciones propias pero también con la transmisión de programas como Discovery Chanel, Cartón Network, entre otros, para tener un total de 68 canales aproximadamente.

Según el productor, las transmisiones del programa de Tonatiuh por TELE NEZA se están transmitiendo como un “programa piloto” únicamente, no descartando que si éste funciona se llegará a un acuerdo económico con la empresa.

Para el productor, la estructura del programa de Tonatiuh ahora llevado a la pantalla es muy similar a la que tienen en la radio, por lo que se cuenta con media hora de entrevista a diversos especialistas como odontólogos, abogados naturistas y por supuesto esotéricos, y la otra media hora está dedicada a contestar las llamadas del público.

“En el programa de la “Magia de Tonatiuh” se le proporciona la receta mágica, pero también se le da una ayuda jurídica porque en Ciudad Neza hay un alto índice de personas que las dejó su esposo, o situaciones similares que requieren la ayuda de un abogado y por

eso lo incluímos en el programa. Sin embargo, los martes están dedicados a realizar demostraciones prácticas de como se realizan las recetas mágicas."¹¹¹

Para Carlos Pimentel la contratación del sistema de cable es muy barato, tan sólo \$214.00 mensuales, por lo que su éxito señala, será sin duda seguro.

Como se puede apreciar el negocio ha crecido para Tonatiuh quien además de tener sus siete tiendas e incursionar en la radio también ha comenzado a involucrarse en televisión por cable, al igual que Esteban Mayo con sus cápsulas a través del Canal 13 en el programa *Con Sello de Mujer*.

Otro espacio importante es el programa **El ABC de la Magia**, cuya conductora y patrocinadora es Karen Lara, difunde la venta de sus cassettes, libros, amuletos, talismanes, objetos esotéricos de decoración y de "protección" y rituales, muchos rituales, la "reina de la magia blanca", como la llaman en el programa cuenta con cuatro tiendas que se encuentran ubicadas en:

- * Quintana Roo # 35 Letra C esquina con Manzanillo
 - * Tonalá # 36 Col. Roma
 - * Nápoles # 79 Local 2 casi esquina Chapultepec
- y en Baja California #164

Por otra parte, la astróloga Violeta Macouzet cuenta con su **Centro Astrológico Macouzet**, ubicado en el interior de Plaza Galerías en donde ofrece cursos de tarot, rituales, limpiezas, etc. y en donde vende sus rituales, amuletos, talismanes y objetos esotéricos además de ser el lugar donde transmite vía control remoto con Radio Chapultepec su programa *La Voz del Milenio* todos los martes en un horario de 20:00 a 21:00 horas.

Además de ello, Violeta cuenta con una Boutique que lleva su nombre ubicada en Calle Ochoa de Miranda #14 Col. Vallejo, entre Misterios y Río Consulado.

El hecho de que cada uno de los programas esotéricos cuente con sus propios espacios esotéricos de consumo nos habla del negocio "redondo" que los esotéricos hacen al transmitir sus temáticas, sobre todo si consideramos que la transmisión de cada uno de estos programas fluctúa entre los diez mil y los quince mil pesos diarios, según informa el productor del "*ABC de la Magia*"

¹¹¹ Entrevista realizada a Carlos Pimentel Loc. Cit. pág. 34

Miguel Ángel Robles, y si consideramos que para sobrevivir al aire y mantener las tiendas con las que cuentan los esotéricos se requiere de grandes cantidades de dinero, lo cual nos muestra que los programas son autosuficientes en términos financieros.

La venta de productos esotéricos patrocinados y promovidos durante los programas radiofónicos representa un importante ingreso para los esotéricos, ya que de ello depende que su programa sobreviva al aire y sobre todo se den a conocer sus productos. Pero además esa actitud representa la oportunidad de continuar creciendo, gracias a que la radio alcanza un público que deseoso de mejorar su vida y resolver sus problemas escucha y acude a los centros de consumo que se le muestran como un abanico de soluciones y opciones en la radio.

De acuerdo con Gabriel Sosa Plata especialista de radio el gran negocio según argumenta es:

"Ellos (los empresarios de la radio) venden el espacio, como a cualquier anunciante, pero en ocasiones con beneficios adicionales: renta de equipo o producción de los mismos programas. Y para los compradores el negocio está en la venta de sus pseudoproductos a los radioescuchas y en el engrandecimiento de las agendas para las citas en sus clínicas o espacios espirituales para solucionar 'todos' sus problemas. Desde los relacionados con el amor hasta los relativos a enfermedades incurables."¹¹²

¹¹² Entrevista realizada a Gabriel Sosa Plata 10 de Octubre del 2001

LOS MAESTROS DEL ENGAÑO Y LA LEGALIDAD

La ley en nuestro país siempre ha sido tema de discusiones innumerables en las que ha quedado al descubierto la falta de atención por parte de las autoridades hacia los temas de relevancia y que afectan a la sociedad.

El marco legal en el que se encuentran ubicados los programas radiofónicos de esoterismo no debe dejarse olvidado, sobre todo si consideramos que la radio representa un medio de difusión que abarca sectores importantes de la sociedad, y sobre todo si tomamos en cuenta que la irresponsabilidad en la que los productores, conductores y jefes de las estaciones incurren al transmitir este tipo de temáticas, ya que puede acentuar las problemáticas de tipo social y psicológico.

Es importante mencionar que la divulgación de temas esotéricos en sí mismo constituye un delito, ya que se incurre en el engaño para involucrar a la gente en las temáticas que estos programas difunden.

Es a través de la radio, como el público queda literalmente "enganchado" gracias a los promocionales en donde se anuncian productos que ofrecen la solución a los problemas de los radioescuchas, soluciones que distan mucho de la realidad.

Por ejemplo uno de los promocionales del programa *La Magia de Tonatiuh* menciona:

"Si usted nos escucha en el interior de la república y desea conocer los productos mágicos de Tonatiuh, llámenos al teléfono 0157925370. Recuerde que ahí habrá una persona siempre dispuesta a atenderle, 'Veladoras San Marcos', 0157925370".

Lo anterior nos revela una distribución masiva de los productos no sólo en la ciudad, sino en el interior de la república.

Otros promocionales que se realizan durante el programa son:

"¿Quiere una consulta con Tonatiuh?. Visítelo en 'Veladoras San Marcos' calle Canal esquina San Nicolás a espaldas del Mercado Sonora. Ahí encontrará sus productos mágicos. Recuerde que Tonatiuh no cobra la consulta."

“¿No conoce la magia de Tonatiuh?. Acuda a una consulta gratuita, a cualquiera de los espacios de ‘La Magia de Tonatiuh’. Recuerde, ‘Veladoras San Marcos’ siempre cerca de usted. Para mayor información llame al teléfono 53431600 lo esperamos”

Sin embargo, los promocionales del programa de Tonatiuh sólo anuncian los lugares en donde se puede acudir a consultas o compra de productos, pero quizá lo más grave y cuestionable son los mensajes que anuncian productos que prometen cambiar el destino o el porvenir de las personas.

Los casos recurrentes se dan en los programas *El ABC de la magia* de Karen Lara y *El círculo mágico de Esteban Mayo*.

En el caso de *El ABC de la Magia* su conductora Karen Lara argumenta que con anterioridad la legalidad prohibía hablar de estos temas y la apertura real la propició el ex presidente Ernesto Zedillo. Sin embargo, la legalidad a pesar de lo que comenta la conductora aún sigue prohibiendo la transmisión de dichas temáticas como se mostrará posteriormente.

En dicho programa encontramos que la estructura de los promocionales está basado bajo las siguientes especificaciones:

I

“¿Sabes cómo atraer el amor a tu vida, retener a tu esposo o a tu novio?. Encuentra la respuesta en el libro ‘Poderosos Secretos de Magia Blanca’, en donde hallarás recetas fáciles de practicar, lo encuentras en librerías y tiendas de autoservicio y desde luego en la calle de Tonala número 36 Col. Roma, cerca del metro Insurgentes o al número telefónico 5207009962.”

II

“¿Sabías que hay recetas que no se pueden escribir porque anulan su energía cuando se materializan?. En el libro-cassette ‘Karen Lara y su magia blanca’ te revelamos una serie de recetas ultra poderosas que te ayudarán a inmunizarte contra las energías negativas, desterrar fantasmas y atraer salud, amor y dinero. Esto puede ser muy fácil, solamente te pedimos escuchar con atención tu libro- cassette ‘Karen Lara y su magia blanca’, de venta en la calle de Nápoles número 79 local 2 casi esquina avenida Chapultepec.”

III

"¿Te gustaría saber cuál es la diferencia entre el hombre y la mujer de cualquier signo? Encuéntralo en el libro 'Zodiamágico'. ¿Existen afinidades entre los signos zodiacales?. Nuevamente en 'Zodiamágico'. Consúltalo si deseas saber, más, acércate a la astrología muy fácilmente con el libro 'Zodiamágico', pídelo por favor al teléfono 55-84-5672"

IV

"La mejor forma de conocerse a sí mismo es con la carta astral. Informes en 55250680 o visítanos en la calle de Nápoles # 79 local 2 esquina con Av. Chapultepec, los horarios son de lunes a sábado de las 11.00a.m. a las 19:00 hrs."

V

"Nuestra casa es el centro de nuestra vida... así que vamos a mantenerla en armonía, y si tú quieres encontrar todos los artículos mágicos ritualizados de reconocido prestigio para que te ayuden a mantener tu hogar en armonía, tú puedes tener tu casa mágica, así es que por favor visítanos en Baja California # 164 de 10 a 6 de la tarde, teléfono 526486632."

VI

"Encuentra los mejores productos mágicos y de una gran calidad en 'Karen Lara, Línea Mágica'. Visítanos hoy mismo en Tonalá #36 Col. Roma. Abrimos de las 11:30 de la mañana a las 7:00 de la noche, si es el local que da a la calle o llámanos al teléfono 52670996 y por favor no te dejes sorprender con las imitaciones."

VII

"Ahuyenta para siempre las brujerías, la envidia y a los enemigos, la solución está en tus manos. Consulta tus recetas en el libro 'Poderosos Secretos de Magia Blanca' de tu amiga Karen Lara cómpralo por favor en tiendas de autoservicio y librerías o en la calle de Quintana Roo 35 letra C: cerca del metro Chilpancingo o llama al teléfono 55-74-72-18."

VIII

"¿Hay fantasmas en tu casa?. Aléjalos para siempre. Descubre fórmulas súper poderosas en el libro-cassette 'Karen Lara y su magia blanca'. De venta en librerías y tiendas de autoservicio o en la calle de Quintana Roo 35 letra C, cerca del metro Chilpancingo o llama al teléfono 55-74-72-18"

Esteban Mayo también promociona productos durante su programa *El Círculo Mágico de Esteban Mayo*. Un ejemplo de ello son los promocionales, en donde anuncia sus veladoras, fórmulas egipcias para embellecerse y cursos:

I

"Espejo, espejito, ¿quien tiene el cutis más fresco, suave y juvenil?"

- *Tu comadre la güera*
- *¿La oxigenada de mi comadre?. Ésa hasta la edad se quita, dice que es más chica que yo, pero está bien, si la quitamos, quién queda, ¿verdad que yo?*
- *Tu amiga la Beha*
- *La beba González, cómo no, si lleva dos cirugías, con decirle que un lunar que tenía en el cuello ya lo tiene en la mejilla.*

No pierdas el tiempo preguntando quién luce mejor.

Esteban Mayo y Carmen Coharrubias ponen en tus manos la loción y aceite egipcios.

Son dos valiosos secretos para que luzcas un cutis suave y juvenil

Loción y aceite egipcios de Esteban Mayo, los mejores aliados de tu piel y de tu vanidad.

Adquiérelos en Gutenberg 39 Col. Anzures o solicita informes al 52601222

También puedes esperar el contacto de uno de nuestros vendedores autorizados, ellos llegarán a ti."

II

"¿Te gustaría convertir tus aspiraciones en logros?. El maestro Enrique Zamora en la Casa Mayo nos va a brindar un curso extraordinario con un gran contenido. En ocho sesiones semanales, vamos a transformar lo intangible en tangible, negar el infortunio, autosugestión práctica, imaginación aplicada, transmutación energética, taller del innombrable,

hacer a un lado lo negativo que ensombrece nuestra vida, conocernos a nosotros mismos que es una tarea maravillosa y descubrir nuestra misión y cumplirla. Convierte tus aspiraciones en logros a través de este curso del maestro Enrique Zamora, la Casa Mayo te lo ofrece, se inicia el miércoles 2 de mayo de las 6:30 a las 8:00 de la noche. y hay otro grupo para tu mayor comodidad el sábado 5 de mayo de la 1:00 a las 2:30 de la tarde. Ocho semanas costo \$250.00 quincenales. ¿Quieres mayores informes de este extraordinario curso?. Marca el 52601222."

III

"Desde siempre se ha dicho que el oro representa la riqueza material

- *-Por eso Esteban Mayo ha creado la fragancia Oro de Tutankamón, es un perfume que en su interior lleva pequeños trozos de laminillas de oro de 22 quilates para simbolizar el poder y la riqueza.*
- *-Esta fragancia no sólo es para que la uses en ti, sino para que la puedas rociar en tu cartera, bolsa, monedero, caja registradora o donde tú quieras.*
- *-Fragancia 'Oro de Tutankamón', de venta en Casa Mayo en Gutemberg 39 Col. Anzures.*
- *- También en la boutique esotérica de Esteban Mayo de Plaza Galerias Circuito Interior y Marina Nacional o llama al teléfono 52601222"*

IV

"He diseñado cuatro tipos de veladoras para simbolizar ese bello sentimiento que todo ser humano lleva consigo... el amor.

-La veladora de corazones dedicada a San Antonio, quien como dice la fe popular nos ayuda a encontrar la pareja ideal.

-Te ofrezco también la veladora del amarre, que según una tradición milenaria puede ser encendida en los momentos difíciles de la relación con la pareja.

-Hay además la veladora del amor apasionado, toda en un brillante color rojo, color que nos dice el esoterismo es el símbolo del intenso deseo entre dos.

-Y para manifestar el amor y la amistad puedes obsequiar la preciosa veladora de dos corazones unidos, el rojo intenso para los novios y los colores del arco iris para los buenos amigos.

-Veladoras Esteban Mayo son tan bonitas que una vez que las tengas dudarás en encenderlas.

*-Te invito a que compres todas estas originales y exclusivas veladoras en Casa Mayo Gutemberg 39 Col. Anzures
-Y en la Boutique 'Esotérica Esteban Mayo de plaza Galerías Circuito Interior y Marina Nacional teléfono 52601222"*

Cabe mencionar que, a pesar de que tanto productores como conductores se defienden al manejar las temáticas de sus programas, en el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, cuya finalidad ésta en regular el contenido que se transmite en ambos medios.

De acuerdo con el Título Cuarto Tercero de la **Ley Federal de Radio y Televisión**, se estipula, en el apartado dedicado a programación:

Artículo 67.- La propaganda comercial que se transmite por la radio y la televisión se ajustará a las siguientes bases:

III.- No transmitirá propaganda o anuncios de productos industriales, comerciales o de actividades que engañen al público o le causen algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades;

IV.- No deberá hacer, en la programación referida por el artículo 59 his, publicidad que incite a la violencia, así como aquella relativa a productos alimenticios que distorsionen los hábitos de la buena nutrición.

Artículo 69.- Las difusoras comerciales exigirán que toda propaganda de instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamientos y artículos de higiene y embellecimiento, prevención o curación de enfermedades, esté autorizada por la Secretaría de Salubridad y Asistencia.¹¹³

Es importante reiterar que la transmisión de los promocionales de los programas radiofónicos de esoterismo no respetan lo mencionado por los artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión, ni tampoco por el reglamento, en el entendido de que engañan a los radioescuchas con los productos que anuncian y que aparentemente darán solución a sus problemas.

En cuanto al contenido de los programas, de acuerdo con el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión en su artículo 3 manifiesta:

¹¹³ Ley Federal de Radio y Televisión. Sitio en Internet www.cirt.com.mx

*"La radio y la televisión orientarán preferentemente sus actitudes a la ampliación de la educación popular, la difusión de la cultura, la extensión de los conocimientos, la propagación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones; el estímulo a nuestra capacidad para el progreso; a la facultad creadora del mexicano para las artes, y el análisis de los asuntos del país desde un punto de vista objetivo a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional."*¹¹⁴

Por otra parte la **Ley Federal de Protección al Consumidor** en su artículo 1 menciona: *"La presente ley es de orden público e interés social y de observancia en toda la República. Sus disposiciones son irrenunciables y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas o estipulaciones en contrario."*¹¹⁵

Aclarando además que:

*"El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores."*¹¹⁶

Es importante resaltar que los promocionales mencionados de los programas incurren en el agravio de dos importantes puntos que menciona la Ley del Consumidor. Por un lado, establece el Artículo 12:

*"Sin perjuicio de lo dispuesto por la legislación fiscal, el proveedor, tiene obligación de entregar al consumidor factura, recibo o comprobante, en el que consten los datos específicos de la compraventa, servicio prestado u operación realizada."*¹¹⁷

Cabe mencionar que ninguna de las tiendas promovidas por los programas radiofónicos de esoterismo, en las que se venden desde rituales, velas, objetos decorativos, talismanes, amuletos o lociones y productos diversos, ofrecen a su público ningún comprobante de compra, ni mucho menos una garantía.

Lo más cercano a ello y que no representa una garantía que pueda avalar la compra del consumidor en forma legal es la que se encuentra impresa en los productos de Violeta Macouzet, en la que aparece el logotipo:

"Esta creación ha sido consagrada en un ritual especial pidiéndole al padre creador ilumine tu vida".

¹¹⁴ Reglamento de Radio y Televisión. Sitio en Internet. www.cirt.com.mx

¹¹⁵ Ley Federal de Radio y Televisión. Sitio en Internet. www.cirt.com.mx

¹¹⁶ Ibidem

¹¹⁷ Ibidem

Para la astróloga Violeta Macouzet, el anterior logotipo es su “sello de garantía”, con el cual promete cambiarle la vida a cualquiera que compre sus productos. Sin embargo, tal parece que se ha olvidado de la realidad terrenal y no se compromete, al igual que los demás esotéricos, a garantizar sus productos de forma convincente ni mucho menos legal.

En el capítulo III de Ley Federal de Protección al Consumidor referente a la información y publicidad en el Artículo 32 se menciona:

“Artículo 32.-La información o publicidad relativa a bienes o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes y otras descripciones que induzcan o pueden inducir a error o confusión, por inexactitud.”¹¹⁸

El Artículo 37 menciona además:

“ La falta de veracidad en los informes, instrucciones, datos y condiciones prometidas o sugeridas, además de las sanciones que se apliquen conforme a esta ley, dará lugar al cumplimiento de lo ofrecido o, cuando esto no sea posible, a la reposición de los gastos necesarios que pruebe haber efectuado el adquirente y, en su caso, al pago de daños y perjuicios.”¹¹⁹

Sin embargo, para los conductores y productores de los programas radiofónicos no existe ningún tipo de ilegalidad en el manejo de los temas esotéricos, ni tampoco incurren en faltar a su ética profesional al manejar estos temas en los medios de comunicación.

Pedro Manzano, productor de “El Círculo Mágico de Esteban Mayo” admite que el programa es patrocinado por Esteban Mayo y argumenta que tiene que ser así debido a las exigencias que el medio pide:

“En 620, 1440, ABC Radio o incluso Radio Trece, si no tiene patrocinadores no entra tu propuesta. Porque son estaciones que no comercializan mucho. Las grandes radiodifusoras tienen acaparado todo el mercado. En estas estaciones es muy difícil entrar si no tienes patrocinadores y si entras no te pagan nada. Estaciones como éstas tienen que vender sus espacios, tienen que garantizar que su propuesta tenga patrocinador.”¹²⁰

¹¹⁸ Ibidem

¹¹⁹ Ibidem

¹²⁰ Entrevista realizada a Pedro Manzano el 17 de Septiembre del 2000

Para Pedro el programa y en general la radio representa la oportunidad de hacer un negocio al transmitir temáticas esotéricas en donde la publicidad que se paga reditúa ganancias económicas:

*"Esteban Mayo tiene imagen, personalidad, tiene todo, pero también tiene publicidad, también tiene que anunciar sus cosas. Él es un empresario de la radio, en 1440 igual te dan el espacio y los horarios, pero ya si tu quieres meter algún tipo de publicidad, obviamente tienes que pagar y eso es lo que paga en 1440. No ha habido problemas de manejar estas temáticas, a 1440 le interesa tenerlo porque Esteban Mayo garantiza un auditorio, un rating y de presencia ante el auditorio por su imagen. Eso es lo que le interesa a una estación, también la oferta esotérica, además de ser un programa de entretenimiento, pero obviamente a la estación le interesa tenerlo. Esteban Mayo, como todo empresario esotérico, también necesita difundir lo que él vende, entonces en ese caso se vuelve patrocinador de su espacio y su publicidad se la cobran."*¹²¹

Sin embargo, Pedro argumenta que se tiene necesariamente que comercializar y pagar su espacio para "sobrevivir" en la radio, sin importar lo perjudicial que sea transmitir estas temáticas en un medio masivo de comunicación como lo es la radio:

*"Si no equilibramos la parte comercial, adiós proyecto. Es un binomio contenido y comercialización. Esteban Mayo tiene una empresa, tiene más de cien gentes que dependen de él, es básico patrocinarse y que le dejen meter su publicidad. Ahora es importante que no sólo quieras tener un programa, sino que tengas quién te patrocine. Él por lo menos puede pagar su patrocinio, otros no."*¹²²

El beneficio para los productores y también para los esotéricos de la radio es "ayudar" a la gente, darles algo para que finalmente regresen a escuchar el programa o acudan a alguna de sus tiendas.

*"Y aquí de lo que se trata es de equilibrar, si les estoy vendiendo mis productos yo también les tengo que dar algo, tienes que dar también. La lectura de cartas de tarot y las predicciones son los servicios que se dan en el programa. Tienes que dar a los que te escuchan, a la gente que te compra las velas, etc. Lo que da Esteban son sus cursos gratuitos o se les da la lectura de tarot o los angelitos que regala o los talismanes. Tienes que dar, como empresarios ellos lo ven como una inversión. No estás en radio, no vendes, entonces tienes que comercializar bien tu formato para que sobrevivas al aire."*¹²³

¹²¹ Ibidem

¹²² Ibidem

¹²³ Ibidem

Para ellos no existe problema alguno en la transmisión de estas temáticas ni en la ejecución de los promocionales, lo importante es que te dejen hacer lo que tú quieras con libertad.

Como lo menciona Miguel Ángel Robles, productor de Karen Lara:

*"Promocionales propias de Karen que sólo se anuncian en el programa, que son precisamente de sus tiendas, sus productos, sus libros, todo eso y eso los hace más atractivo. Karen Lara paga su tiempo dentro de la estación y hay más oportunidad de ser más libres en cuanto a la ejecución de los promocionales."*¹²⁴

Todo es negocio, pero el eje real es **la radio**, pues sin ella, admite Carlos Pimentel productor del programa "La Magia de Tonatiuh" no podrían hacer de los temas esotéricos un negocio:

*"La gente que va a todas las sucursales que manejamos se han enterado de las tiendas por el radio. Este es un programa comercial durante todo el año tienes que hablar de novedades, de cosas que sacas al mercado, ahorita en estas fechas (diciembre) se está lanzando todo lo que son preparaciones para el año 2001, veladoras, etc."*¹²⁵

Carlos Pimentel asegura que al igual que los demás programas el programa "La Magia de Tonatiuh" es patrocinado por su conductor Tonatiuh o como dice él, por **Veladoras San Marcos**, negocio de Tonatiuh:

*"El programa siempre ha sido patrocinado por 'Veladoras San Marcos'. Problemas no tuvimos nunca por manejar estas temáticas. Es un programa patrocinado por ellos, así que la media hora es de Tonatiuh, es para ayudar a la gente y patrocinar los productos que manejamos."*¹²⁶

Lo difícil para los esotéricos es tener el dinero para pagar el espacio radiofónico, pero el problema nunca consiste en "lo que se diga" en la radio, tal y como lo menciona el productor de Tonatiuh:

*"La apertura en los medios de comunicación es más en el sentido comercial. Tú puedes ir con un grupo X de radio, tú puedes comprar tu hora si quieres y puedes hablar de lo que tú quieras porque tú eres el dueño de ese tiempo, obviamente no todas las estaciones te van a dar la oportunidad."*¹²⁷

¹²⁴ Entrevista realizada a Miguel Ángel Robles el 14 de Noviembre del 2000

¹²⁵ Entrevista realizada a Carlos Pimentel el 28 de Noviembre del 2000

¹²⁶ Ibidem

¹²⁷ Ibidem

Para los productores no es nuevo el pagar un espacio en la radio, lo difícil como menciona el productor Carlos Pimentel, es encontrar las estaciones que te den la “oportunidad”:

“Radio Fórmula es una de las estaciones que te brindan la oportunidad. Uno de los grupos radiofónicos que yo creo que no te darían la oportunidad sería Radio Red, Radio Centro, Radio Fórmula. Hay programas pagados como no pagados. En Radio Fórmula pasan cápsulas de una persona que tiene su consultorio en la Torre Latinoamericana piso cuarenta y tantos, pertenece a lo que era Radio Fórmula. No hay un programa concreto de esoterismo pagado en Radio Fórmula, pero sí cápsulas. En la estación ‘Bonita’ si se nos brindó la oportunidad.”¹²⁸

Lo mismo coincide el productor de Violeta Macouzet, José Luis Montaña:

*“Ya no hay dificultades, nada más es cuestión de si hay condiciones de pagar el radio. No es un programa que nos paguen por hacerlo, sino que nosotros pagamos el espacio, los comerciales son de nosotros.”*¹²⁹

Para Tonatiuh patrocinador y conductor del programa que lleva su nombre, el manejar estas temáticas no es más que para el beneficio de la gente:

*“Si tú utilizas un medio masivo donde expreses conocimientos o alternativas de ayuda, la gente se interesa y te busca. Yo hago mi trabajo sin cobrar, tú me dirías ¿cómo le hace, porque la radio cuesta y usted no cobra?. Entonces nosotros vendemos productos, yo doy soluciones, un problema yo te lo traduzco a un producto y te funciona.”*¹³⁰

Para Tonatiuh no hubo dificultades en cuanto al manejo de los temas esotéricos; por el contrario, según él, existe una mayor libertad de expresión:

*“Hay un reglamento dentro de Gobernación y dentro de RTC en donde se especifica qué puedes hablar y qué no, y aquello que pueda dañar a la sociedad te lo impiden. Antes de entrar a la radio sabes qué puedes manejar y qué no. Las subjetividades son las que no te permiten hablar y yo procuro cuidar lo que manejo.”*¹³¹

Sin embargo, existen contradicciones en lo que argumenta Tonatiuh, quien luego afirma:

“Aquí en este país hay poca cultura, es mucho más fácil el manejo de estos temas. Tú me preguntas si me costó trabajo entrar a la radio. Yo te diría que no, porque mucha gente de la radio no saben ni de lo que vas a hablar, estoy hablando de las autoridades. Si hay

¹²⁸ Ibidem

¹²⁹ Entrevista a José Luis Montaña el 9 de Diciembre del 2000

¹³⁰ Entrevista a Tonatiuh el 17 de Septiembre del 2000

¹³¹ Ibidem

lineamientos y reglamentos que te impiden hablar de ciertas cosas, y yo sigo el patrón nada más."¹³²

Para después comentar:

*"Nosotros platicamos mucho de la fe y de creer en otras fuerzas para solucionar problemas."*¹³³

Los productores y los esotéricos afirman que son "indispensables", ya que como ellos mencionan sólo quieren "ayudar a la gente". Sin embargo, los intereses tanto para los productores como para los esotéricos son más bien económicos.

Según Tonatiuh él y sus colaboradores son prácticamente "indispensables" en la radio:

"La gente tiene necesidades, realmente yo creo que en ningún país existen orientadores de tipo espiritual que abarquen soluciones probables, y te mandan con el sexólogo, con el psicólogo y hasta con el psiquiatra y "nosotros" somos esas tres cosas y mucho más, y si tú tienes como consigna ayudar a la gente, puedes comprender muchas cosas."¹³⁴

Sin embargo, Tonatiuh reconoce que debe haber una "necesidad de la gente", necesidad que ellos saben aprovechar muy bien:

*"Es importante que haya primero una necesidad de las personas. Hay personas que están escuchando la radio y de pronto buscando en el cuadrante te encuentras una voz que te llama la atención. Conozco de comportamientos y de actitudes humanas, defectos que tenemos y cuando tú lo manejas en la radio la gente se ubica yo busco crear, la chuda, el interés y me meto mucho al razonamiento, al análisis, al sentido común y la gente se ubica rápido y dice este programa no es común."*¹³⁵

Lo difícil es creer que Tonatiuh después comente:

*"Yo no creo en la brujería. No existe. No engaño a la gente, yo doy verdades y por eso es difícil que me etiquen de mago o hechicero, porque además cuando me hablan de eso, yo soy el primer escéptico."*¹³⁶

¹³² Ibidem

¹³³ Ibidem

¹³⁴ Ibidem

¹³⁵ Ibidem

¹³⁶ Ibidem

Juan Chia menciona al respecto:

"La ignorancia es el producto de muchas cosas, entre las cuales se encuentra el aceptar "argumentos irracionales" como son las estrellas, el tarot, el alma, el karma, y se da por el desconocimiento de lo que es la ciencia, además de que la gente que cree en eso es muy ignorante porque siguen aceptando cosas que desde hace muchas décadas se ha demostrado que son falsas."¹³⁷

Como ya se mencionó con anterioridad, el único programa no patrocinado y que tampoco vende nada durante su programa es el de *Presajios de Eloína Moreno*.

Su productor, Alejandro Juárez, comenta:

"Hay quien compra tiempos y eso no sucede con nosotros y sé de quien lo hace en donde tú por equis capital compras un espacio y te descoses y dices "que tú eres dios casi y venga con nosotros y te vamos a dar una pócima y no sé que tanto rollo". Yo no sé qué tan regulado o no esté todo eso por la Ley Federal de Radio y Televisión. Te limita a vocabulario, anteriormente para obtener un certificado de locución los requerimientos eran sobre todo en cuanto a conocimientos; actualmente cualquiera puede hacerlo. Hoy la SEP lo único que te pide para poder estar frente a un micrófono es que la empresa lo solicite porque requieren de tus servicios, ya no hay ese examen. Entonces la empresa se va a ganar "una lana"; lo manda, lo autoriza y va Juanito Pérez y se pone a hablar que él es "el yerbero mayor" y las pócimas y de más y creo que eso es peligroso. Si continúas en una situación de juego sano y no sé hasta dónde pueda ser un juego sano, en un medio de comunicación masivo, pero bueno, es importante que quede claro."¹³⁸

Al hablar de la conductora Eloína y de la estructura del programa, menciona:

"Eloína no te dice: 'Si compra este boleto y te vas a llevar esto', no lo hace, puedo hablarte de muchas que si lo hacen, no sé si eso les reditúe dinero. Los esotéricos hacen mucho negocio, nosotros no, no ofrecemos 'llama te hacemos tu carta astral por una lana', no, nosotros no hacemos eso."¹³⁹

Para la profesora Soledad Ruiz lo que los programas radiofónicos de esoterismo hacen es aprovecharse de la ingenuidad de la gente:

"Se aprovechan de la ingenuidad, de la buena fe de mucha gente, que se acerca para averiguar un poquito de todo ese misterio que le rodea, esa es gente que desvía el propósito realmente del conocimiento porque finalmente ¿qué busca el esoterismo al develar lo oculto? Pues conocer, ésa es su finalidad. Claro, les atrae y como hay mucha

¹³⁷ Entrevista realizada a Juan Chia el 5 de abril del 2001

¹³⁸ Entrevista realizada a Alejandro Juárez el 8 de Enero del 2001

¹³⁹ Ibidem

*ignorancia sobre esto, pues caen en manos de gente que se aprovecha de esta ingenuidad.*¹⁴⁰

Para Juan Chia, se lucra mucho con estas temáticas porque la gente lo permite:

*"Si la sociedad pidiera programas de contenido político en donde hubiera una convergencia de opiniones, si pidieran programas en donde los partidos políticos pudieran expresar sus proyectos o campañas, pues se les darían. Sin embargo, lo que piden es p... entonces la radio se los da."*¹⁴¹

En el **Código Penal Federal**, Título Vigésimo Segundo Capítulo III en la Sección de Fraudes, cuyo **Artículo** es el **387**, en el inciso XV se menciona que tal delito se configura cuando se cumplen las situaciones siguientes:

"Al que explote las preocupaciones, la superstición o la ignorancia del pueblo, por medio de supuesta evocación de espíritus, adivinaciones o curaciones.

Las personas impuestas ante dicho delito son:

- 1.-Con prisión de 3 días a 6 meses o de 30 a 180 días de multa, cuando el valor de lo defraudado no exceda de diez veces el salario;*
- 2.-Con prisión de tres a seis años y multa de diez a cien veces el salario, cuando el valor de lo defraudado excediera de cien, pero no de quinientas veces el salario.*
- 3.-Con prisión de tres a doce años y multa hasta de ciento veinte veces el salario. Si el valor de lo defraudado fuere mayor de quinientas veces el salario. Cuando el sujeto pasivo del delito entregue la cosa de que se trata a virtud no sólo de engaño, sino de maquinaciones o artificios que para obtener esa entrega se hayan empleado, la pena señalada en los incisos anteriores, se aumentara con prisión de tres días a dos años.*¹⁴²

Sin embargo, a pesar de ser un delito federal, tanto conductores, como productores y estaciones de radio siguen realizando sus transmisiones sin ningún tipo de revisión legal, ni mucho menos con ética profesional.

El engaño que los programas hacen a un amplio público cautivo incurre en delitos graves como se señala en la Ley Federal de Radio y Televisión, La Ley del Consumidor y el Código Penal, sin que a nadie parezca interesarle.

¹⁴⁰ Entrevista a Soledad Ruiz el 27 de Noviembre del 2000

¹⁴¹ Entrevista a Juan Chia el 5 de abril del 2001

¹⁴² Código Penal del Distrito Federal

Lo cierto es que se incurren en delitos graves, al utilizar un medio de difusión tan importante como la radio para generar grandes ganancias a unos cuantos, pero ¿qué sucede con la gente que recurre a los esotéricos?. El problema no es sólo ése, sino que las personas depositan su confianza en un ritual, en un amuleto, en un programa de radio, con la ilusión de resolver sus carencias ya sean económicas, amorosas o de salud.

¿Es posible pensar que la crisis social que vivimos ha llevado a un sector importante de la población a creer en los temas esotéricos? ¿Quiénes son las personas con mayor predisposición a acudir al manejo de estas temáticas?. En el próximo capítulo intentaremos conocer el *rating* de los programas y el perfil del radioescucha promedio de estas emisiones, para aproximarnos a los factores sociales, psicológicos y hasta económicos que han desencadenado el auge de los programas esotéricos en la radio.

LAS FÓRMULAS MÁGICAS Y EL RATING

Los medios electrónicos se encuentran sujetos a la medición del término conocido como *rating*, el cual, determina la amplitud del auditorio de un programa televisivo o radiofónico.

Un estudio como el nuestro requiere un análisis del *rating* de los programas radiofónicos de esoterismo, por lo que en el presente capítulo identificaremos los *rating* de dichos programas para conocer su impacto en los radioescuchas.

Además descubriremos los factores económicos y sociales que intervinieron en la apertura de los temas esotéricos en la radio, de acuerdo con especialistas de radio y el sociólogo Daniel Hernández Rosete.

La influencia y repercusiones que éste tipo de programas tiene en el radioescucha es primordial por lo que decidimos recurrir al Dr. Giuseppe Amara quien nos menciona los riesgos que se corren al transmitir las temáticas esotéricas además de sus repercusiones en el auditorio.

Hablar de *rating* es mencionar una de las empresas más importante a nivel nacional que realiza el estudio de los programas radiofónicos con mayor audiencia; la International Research Associates en México, conocida como INRA, que realiza constantemente investigaciones para determinar el gusto y los intereses de los radioescuchas.

Norteamericana de origen y fundada en México en 1947, INRA, tiene como finalidad hacer estudios de mercado para informar a las radiodifusoras sobre el mejor horario, predilección y gusto de los radioescuchas hacia las diversas estaciones que existen en el cuadrante, con la finalidad de mejorar la calidad de su programación y por lo tanto incrementar su *rating*.

El "Mediómetro de INRA" es un estudio de carácter cuantitativo que investiga las audiencias de la radio, con ayuda de un detallado análisis de los estratos socioeconómicos y su distribución geográfica en el área metropolitana del Valle de México.

Los datos obtenidos en el "Mediómetro INRA", están basados en diversas entrevistas personales, aplicadas de acuerdo a una selección de perfiles sociodemográficos en una ubicación geográfica determinada.

En cuanto a la entrevista, ésta se encuentra diseñada para que la persona reporte su exposición a la radio durante un periodo de 24 horas previas a la aplicación de la encuesta.

El objetivo general del mediómetro INRA es determinar el *rating* de las distintas estaciones y programas de radio, mediante la medición permanente y secuencial. Este periodo de medición está comprendido por un periodo de cuatro semanas, 28 días continuos de un mismo mes.

El universo del Mediómetro, esta conformado por personas mayores de ocho años que viven en el D.F y en treinta municipios conurbados del Estado de México.

El *rating* resulta de alta significación para los medios electrónicos, ya que permite orientar sus programaciones para conocer cuáles son los programas que más gustan a los radioescuchas, además de representar una herramienta básica para la venta del tiempo, debido a que sus valores influyen en la determinación de las tarifas, pues mientras más alto es el *rating*, mayor es la demanda de tiempos en la emisión.

Pero ¿qué significa *rating*? Dicho término " *Es una medida de potencia, se utiliza en el mercado radiofónico para medir el alcance de las emisoras y así saber con cuantos radioescuchas cuenta. El número de oyentes es uno de los puntos más importantes para que continúe al aire cualquier estación radiofónica.*"¹⁴³

De acuerdo con la información proporcionada por INRA el *rating* es el porcentaje que mide el tamaño proporcional del auditorio, tanto de radio como de televisión.

Para INRA existen diversos tipos de *rating*, pero los más importantes son los de televisión.

Para INRA existen diversos tipos de *rating*, pero los más importantes son los *ratings* de hogares y de personas.

¹⁴³ Castro Cortina, Claudia. Metropolitano, resumen de información (alternativa para estar bien informado) Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. UNAM 2000

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Ratings de hogares. Los *ratings* de hogares están calculados sobre la base de una muestra representativa de hogares y significan el porcentaje del total de los telehogares o radiohogares de la población que están sintonizados en una emisora en un periodo de tiempo específico.

Ratings de personas. Se presentan bajo diversas clasificaciones: sexo, edades y niveles socioeconómicos, y que permiten al planeador de medios determinar las emisoras, los días y los horarios más adecuados para el grupo meta de la campaña.

El porcentaje total ya sea de los hogares o personas que tienen encendidos sus aparatos se denomina encendido. En el caso de la radio, el "pico" mayor de audiencia ocurre en los horarios matutinos.

Tanto el *rating* como el *encendido* reflejan el tamaño de la audiencia en términos de porcentaje. La fórmula para calcular el tamaño de aquella se encuentra determinada por operaciones matemáticas, en donde el tamaño de audiencia, la población y el *rating* se encuentran íntimamente involucrados.

La fórmula para calcular el tamaño de la audiencia es:

$$\text{TAMAÑO AUDIENCIA} = \frac{\text{POBLACION} \times \text{RATING}}{100}$$

De acuerdo a las características de **INRA** y acorde a las necesidades de la presente investigación, decidimos acudir a dicha empresa con la finalidad de adquirir de manera significativa muestras claras de la audiencia representativa de los programas radiofónicos de esoterismo en las diversas radiodifusoras, para conocer el *rating* que tienen dichos programas.

Según los datos obtenidos por **INRA** descubrimos que en durante el mes de Junio del año 2001 los niveles de audiencia por horarios, edades, sexo y niveles socioeconómicos se presentan a continuación.

TABLA I

RATING POR HORARIOS

FRECUENCIA	PROGRAMA HORARIO	RATING
XEQR	Presagios 21:00 a 22:00	6803

XEVOZ	La Magia de Tonatiuh	9:00 a 10:00	27445
XEABC	El ABC de la Magia	11:00 a 12:00	7035
XEOC	La Voz del Milenio	19:00 a 20:00	1701
XEEST	El Círculo Mágico de Esteban Mayo		
	Emisión Matutina de 11:00 a 12:00		4948
	Emisión Nocturna de 22:00 a 23:00		8968
			*Fuente

De acuerdo con la información sobre edades las personas mayores de 35 años en los horarios y estaciones proporcionados con anterioridad representan la mayor audiencia en dichos horarios.

TABLA II
RATING POR EDADES

	8-12	13-17	18-24	25-34	35-44	45 o más
XEQR	432	206	274	1967	4292	13036
XEVOZ	0	0	103	725	1712	...14244
XEABC	0	172	480	86	462	4501
XEOC	0	0	360	9	300	1512
XEEST	725	721	891	1122	1198	2741
						*Fuente

* Fuente. International Reseach- México
Estudio: Mediómetro Radio Cd. De México-Junio 2001
Tabla Acumulada del Tamaño de la Audiencia por Horarios.

* Fuente. International Reseach- México
Estudio: Mediómetro Radio Cd. De México-Junio 2001
Tabla Acumulada del Tamaño de la Audiencia por Edades.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

En la tabla por niveles es importante mencionar que el nivel socioeconómico **AB** abarca personas que habitan en lugares residenciales y tienen un nivel adquisitivo alto, además de que frecuentan centros comerciales exclusivos. En el nivel **C** se encuentra la clase media en la que está considerada la gente que tiene casas construidas con cemento y una situación económica estable. El nivel **D** comprende individuos de muy bajos recursos que tienen casas de lámina y no cuentan con una situación económica estable.

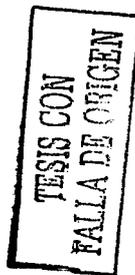
En dicha tabla se observa que el nivel bajo es el que con mayor insistencia recurre a los programas radiofónicos de esoterismo. Cabe mencionar que de acuerdo al total de personas mayores de ocho años estimadas en el universo del Mediómetro **INRA** de la Ciudad de México el *valor por punto de rating* es decir, el valor que representa el 1% del universo de la variable a analizar y para obtener el valor por punto de *rating* se puede dividir dicho universo entre 100 o multiplicarlo por 0.1. De acuerdo con lo anterior **INRA** presenta la siguiente información.

TABLA III
AUDIENCIA POR NIVELES
NIVELES SOCIOECONOMICOS

	AB	C	D
	ALTO	MEDIO	BAJO
XEQR	424	2973	16820
XEVOZ	283	3837	12692
XEABC	681	2351	2689
XEOC	587	726	874
XEEST	0	1590	5807

*Fuente

*Fuente. International Research- México
Estudio: Mediómetro Radio Cd. De México-Junio 2001
Tabla Acumulada del Tamaño de la Audiencia por Niveles.



Nivel Socioeconómico

A/B	989,842	7%
C	4,665,959	33%
D	8,484,795	60%
TOTAL	14,140,596	100%

En cuanto a las tablas proporcionadas por categoría referente al sexo, es importante señalar que la audiencia femenina sobresa le de manera relevante en cuanto al sexo masculino como se muestra en las tablas siguientes:

TABLA IV

AUDIENCIA POR SEXOS

	HOMBRES	MUJERES
XEQR	8688	11563
XEVOZ	6643	10185
XEABC	3235	2482
XEOC	2595	4809
XEEST	743	1443*Fuente

TABLA DE AUDIENCIA POR SEXOS

	MENORES 13	MUJERES 13
XEQR	432	19807
XEVOZ	0	16816
XEABC	0	5713
XEEST	725	6678
XEOC	0	2185*Fuente

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

TABLA DE AUDIENCIA POR SEXOS

	HOMBRES 13	MUJERES 13
XEQR	8688	11118
XEVOZ	6643	10170
XEABC	3235	2478
XEEST	2595	4082
XEOC	743	1441*Fuente

De acuerdo con la información proporcionada por INRA los programas con mayor *rating* son:

- 1.- "La Magia de Tonatiuh"
- 2.- "El Círculo Mágico de Esteban Mayo" (emisión nocturna)
- 3.- "Presagios"
- 4.- "El ABC de la Magia"
- 5.- "El Círculo Mágico de Esteban Mayo" (emisión matutina)
- 6.- "La voz del Milenio"

Cabe mencionar que otra de las empresas de mayor relevancia en nuestro país es El Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística cuyas siglas son **IBOPE** y de acuerdo a la nota publicada en Junio del 2001 titulado *Para entender los ratings* la medición de esta empresa es muy similar a la realizada en **INRA** ya que se realizaba en un principio la medición por medio de encuestas en lugares de afluencia, que consistía en visitas diarias a hogares seleccionados y a través de llamadas telefónicas la información era procesada.

*Fuente. International Reseach- México
 Estudio: Mediómetro Radio Cd. De México-Junio 2001
 Tabla Acumulada del Tamaño de la Audiencia por Sexos.

**TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN**

Sin embargo, este método de acuerdo con el artículo, fue rebasado por el de *método diario*, en el cual se proporcionaba a cada hogar previamente seleccionado, una libreta donde constaba el día y hora para que la familia seleccionara los datos de sus programas favoritos durante la semana.

Ambos métodos según comenta en dicho artículo Adolfo Ramírez Corona director general de la empresa Matemática Aplicada y Tecnología fueron remplazados finalmente por un equipo electrónico llamado *people meter* "aparato que consiste en *una microcomputadora conectada a la televisión que registra, minuto a minuto, si la TV está encendida, qué canal se ésta viendo, cambio de canales y qué persona o personas de la familia están viendo el programa de televisión, entre otros indicadores.*"¹⁴⁴

De acuerdo con el artículo cada *people meter* "posee un control remoto donde hay una serie de números y a cada integrante de la familia se le asigna el suyo, el cual, para identificación y registro, debe oprimir cada que comience a ver televisión, y si no lo hace, la pantalla hace la indicación."¹⁴⁵

Como podemos observar, la medición del *rating* representa todo un proceso para ambas empresas, sin embargo, es importante señalar que **IBOPE** se encuentra mucho más enfocada a la medición de audiencia por Televisión con la microcomputadora *people meter* y la empresa **INRA** realiza la medición de radio con encuestas por lo que consideramos necesario recurrir a ella para una mayor veracidad en la información proporcionada en el presente capítulo.

Dada la información proporcionada por **INRA** y al observar el *rating* de los programas, decidimos entrevistar a uno de los gerentes de radio en una de las estaciones que cuentan con un programa de esoterismo como lo es el Grupo Radio Centro el Lic. Vicente Atamoros quien argumenta que el público el *rating* de estos programas se debe a que el público pide las temáticas esotéricas y además agrega:

*"El público lo convierte en una necesidad, éste tipo de programas tienen un público cautivo, tienen rating y hay gente interesada en estos temas. Nosotros definimos el programa como desarrollo humano aunque sea esotérico, pero no lo vendemos como tal. Dentro de la temática esotérica lo que estamos haciendo es dar cierta ayuda y digo cierta ayuda porque nunca nos comprometemos a dar consejos, ni recetas, ni vendemos nada, además no nos comprometemos a resolver o cambiar la vida a las personas".*¹⁴⁶

¹⁴⁴ Fuente : www.ctcetera.com.mx

¹⁴⁵ Idem.

¹⁴⁶ Entrevista con el Lic. Vicente Atamoros el 13 de Diciembre del 2001

En cuanto al rating menciona:

"El punto de rating de nuestro programa Presagios debe generar 9 decimas de punto y digo debe porque es el promedio, a veces cae y llega hasta 5 decimas te estoy hablando de lo que genera este programa, en este horario, con esta conductora, en esta estación. Pero hay emisoras, empresas, que ofrecen más que nosotros que ofrecen cambiarte la vida, salvarte la vida, nosotros no lo hacemos, esos muy probablemente tengan más rating que nosotros, por el horario en la mañana que hay más radios encendidos. Nosotros no ponemos un programa esotérico en la mañana porque nos define como estación y lo tenemos porque la gente lo pide".¹⁴⁷

Al cuestionarlo sobre el público que tiene el programa Presagios de corte esotérico que maneja la estación comenta:

"El público que tenemos es principalmente mujeres un 80% contra 30% de hombres. Gente adulta y de clase C y D en su mayoría aunque también hay AB. Pero estoy definiéndolo en su mayoría el perfil primario".¹⁴⁸

De acuerdo con las tablas proporcionadas por INRA y con la información del Lic. Vicente Atamoros en cuanto a los grupos de edades de las audiencias sobresalen en las tablas los que son mayores de 35 años, con un índice de radioescuchas. El nivel socioeconómico es algo que también se pudo detectar e identificamos que los niveles socioeconómicos medio, pero sobre todo el bajo, son los que tienen mayor penetración en este tipo de programas. En cuanto al sexo de los radioescuchas las mujeres sobresalen, con un mayor índice con relación a los hombres.

Por otra parte el gerente de INRA Ing. Jorge Mercader comenta que los programas radiofónicos de esoterismo tienen éxito debido a la incertidumbre que se vive en sociedades como la nuestra:

"Estamos indecisos ante nuestro futuro y el que programa estos temas en la radio también está inmerso en nuestra sociedad y también es influenciado por eventos genéricos. Tu vez que tienen éxito en la medida en que hay crisis, en las épocas de no crisis suceden dos elementos importantes, uno es que no necesitamos tantos elementos irracionales porque hay riqueza y abundancia que hay que administrar, pero al momento de crisis uno busca soporte irracional porque si uno es tremendamente racional, no soporta la vida cotidiana. Es curioso como tienen éxito en los momentos de crisis. Te voy a poner un ejemplo, en la época de la Depresión en Estados Unidos todos los espiritistas tenían un gran auge, en la Revolución Mexicana gentes como Venustiano Carranza tenían mediums, porque si sólo se

¹⁴⁷ Loc. Cit. pág. 72

¹⁴⁸ Loc. Cit. pág. 72

*atenían a la estrategia de cuántos soldados tengo, no podían vencer. Tenían que tener una guía superior ¿cuál es esa guía superior?...el esoterismo, le puedes llamar esoterismo, magia, religión o espiritismo."*¹⁴⁹

Para el Ing. Mercader el público que escucha estos programas abarca los tres niveles socioeconómicos y al respecto menciona:

*"El nivel de información para los programas radiofónicos de esoterismo lo comparten como estructura del subconsciente humano de cualquier nivel socioeconómico. Se supone que el nivel AB sería el más racional pero le da la vuelta a este asunto evocando otro tipo de cuestiones, cursos, artículos, etc. que son exclusivos de su nivel socioeconómico."*¹⁵⁰

Es importante señalar que hasta donde se sabe no se ha realizado un estudio sobre los públicos que no sea la de medición de audiencia o *rating* en el análisis de los programas esotéricos. Por lo que la información referente a las inquietudes y el impacto en las radioescuchas es tema interesante que puede ser abordado de manera cualitativa en otra investigación.

Sin embargo, al recurrir a especialistas de la radio y al sociólogo Daniel Hernández Rossette conoceremos los factores determinantes que repercutieron en la apertura de los temas esotéricos en la radio y los riesgos que se corren al transmitirlos en éste medio de comunicación.

¹⁴⁹ Entrevista realizada al Ing. Jorge Mercader el 14 de Enero del 2002

¹⁵⁰ Loc. Cit.

PRINCIPALES FACTORES QUE DESENCADENARON EL SURGIMIENTO DE LOS PROGRAMAS RADIOFÓNICOS DE ESOTERISMO

Abrir los micrófonos para hablar a un público radioescucha representa la posibilidad de informar y entretener pero también la oportunidad de formar opiniones.

La responsabilidad que se adquiere al dirigirse a un auditorio en un medio de comunicación como lo es la radio, significa también el analizar a conciencia lo que se dice y cómo se dice ya que de ello dependerá incluso la opinión que el radioescucha se forme de un tema determinado.

Tratar temas esotéricos para muchos es la posibilidad de acercarse a un público radioescucha, pero si además estos temas le generan grandes ganancias, entonces el radioescucha adquiere el carácter de "cliente" y no de auditorio, sin considerar el aspecto social y aportativo que debería tener la radio.

Para los especialistas los motivos que generaron el auge de éste tipo de programas adquiere diversas vertientes. Como nos menciona Gabriel Sosa Plata, los factores económicos aportados por las diversas crisis por las que ha atravesado el país afectaron a la radio hasta la actualidad y esto tuvo gran relevancia en la aparición en el cuadrante de los programas radiofónicos de esoterismo.

"Varias estaciones radiodifusoras, principalmente las que operan en la banda de AM, de la Ciudad de México y de otros estados de la República Mexicana, se han visto en aprietos económicos durante los últimos años, debido al reparto cada vez más fragmentado de los recursos destinados a la publicidad en medios de comunicación derivado del surgimiento y fortalecimiento de otras tecnologías de la información y el entretenimiento, como son los video juegos y renta de películas, televisión por cable, televisión abierta, Internet, etc. Esta competencia también ha significado para la radio disminución de audiencias y, en consecuencia, de anunciantes. Es por estos factores que los empresarios de la industria han aceptado vender los espacios de sus estaciones a prácticamente cualquier cliente, algo impensable en años anteriores. Esto explica las razones de la aparición de programas de esoterismo, medicina naturista y de proselitismo religioso, cuyos productores son, en muchos de los casos, empresas u organizaciones que deciden comprar tiempos en las estaciones más frágiles de la industria. Las estaciones pequeñas de AM han sido las más afectadas por la crisis y la competencia. Bonita, Radio ABC y Radio Chapultepec son una muestra clara. A falta de programas de calidad, de la posibilidad de contratar a los 'grandes' periodistas, de

recursos para producción, aceptan transmitir los programas de esoterismo."¹⁵¹

Sin embargo, Claudia Segura columnista del diario *Milenio* y también especialista en radio asegura que éste tipo de programas han existido siempre:

*"La radio trabaja el esoterismo desde el inicio de la radiodifusión como resultado de los mensajes y la intimidación que genera. En la radio actual es sin duda el esoterismo una de las fuentes más claras de ganancia para el radiodifusor, sin mayor inversión. Más aún es como rentar un local para que se ponga a trabajar un vendedor ambulante."*¹⁵²

Al cuestionar a Gabriel Sosa sobre el por qué se dan este tipo de programas exclusivamente en banda AM responde:

*"La radio es un medio útil para transmitir todo tipo de contenidos. Ahora, si me preguntas qué banda es mejor para transmitir estos programas, te diría que la de AM, debido a su calidad de sonido. Las producciones de estos programas son por lo general de muy baja calidad; imagínate qué pasaría si se transmitieran en una frecuencia de FM."*¹⁵³

Además Gabriel nos explica que detrás del interés económico también existe la tendencia en algunas estaciones a producir y dar acceso a programas cuyos contenidos sean polémicos, sensacionalistas, llamativos o de morbo y que llamen la atención del público.

Susceptibles ante la aparición de dichos programas, Gabriel Sosa argumenta que los más perjudicados son los radioescuchas:

*"Desafortunadamente, los radioescuchas más susceptibles de 'caer' en estas transmisiones son los que cuentan con índices de educación formal muy bajos y, con estos programas, sólo se reproduce y hasta se fomenta la ignorancia o los malos hábitos de la automedicación. El problema, sin embargo, no es de los radioescuchas ni totalmente de los medios, sino de un Estado que no ha podido contar con una infraestructura amplia para atender las necesidades de educación y salud de la sociedad."*¹⁵⁴

La especialista Claudia Segura coincide con Gabriel y opina:

"En lo social pasan muchas cosas: las personas substituyen a los médicos verdaderos; a los especialistas y encuentran falsas respuestas; aunque en lo social también los programas esotéricos dan fe a la gente, le confieren certezas ciertas o falsas, pero les dan

¹⁵¹ Entrevista realizada a Gabriel Sosa Plata el 10 de Octubre del 2001

¹⁵² Entrevista a Claudia Segura el 21 de Octubre del 2001

¹⁵³ Entrevista a Gabriel Sosa Plata 10 de Octubre del 2001

¹⁵⁴ *Ibidem*

caminos. Es triste decirlo, pero es más fácil creerle al Dr. Cardini que al Dr. Lammoglia, y eso es un asunto de educación."¹⁵⁵

Para Gabriel Sosa, la falta de una legalidad real y verdaderamente vigente, así como también los riesgos que se corren radican en ofrecer a un público radioescucha temáticas alejadas de la realidad:

"Se reproduce la ignorancia y se fomentan prácticas sin ninguna base científica, pero es evidente que se engaña y se defrauda al público. Y esto, por supuesto, no es ético ni legal. La radio y sus concesionarios y permisionarios tienen una función social y deben, entre otras acciones, "contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo", tal como lo precisa la Ley Federal de Radio y Televisión. En la Ley Federal de Radio y Televisión también se garantiza la libertad de expresión y, por lo mismo, es en ocasiones difícil tipificar algún incumplimiento de la legislación, si no está plenamente argumentada la o las faltas. De ahí que RTC actúe en pocas ocasiones en estos programas. Bajo tal circunstancia, y tal como está ahora el marco legal, el Consejo de Autorregulación de la CIRT podría jugar aquí un papel muy importante, pero hasta la fecha no sabemos nada sobre su trabajo."¹⁵⁶

Por otra parte, Claudia Segura afirma:

"En lo legal, la radio mexicana y los medios de comunicación prohíben y regulan que no se fomente el falso culto o sobre religiones que no sean las generales, pero pese a que esto la ley no se cumple. La radio esotérica, cae muy frecuentemente en el engaño y la desinformación. Es decir, no se cumple la ley y menos se sigue. Es además una falta a la estabilidad de terceros y un modo de alteración del orden público pero en verdad nada de esto se regula, o difícilmente se castiga". La especialista además asegura: "¿Quién ataca a las fuentes de financiamiento de la radio?... nadie. Pueden haber cientos de estos programas y lo único que hace el radiodifusor es poner un cintillo advirtiendo: 'el siguiente programa y sus contenidos son responsabilidad del autor'..."¹⁵⁷

Por su parte, el sociólogo Daniel Hernández Rossette sostiene que este tipo de programas pueden crear una dependencia y además resalta:

"Los auditorios de estos espacios radiofónicos están compuestos por personajes sumamente vulnerables (pobreza, enfermedad crónica, violencia, etc.) en ese sentido la posibilidad de dominarles a través del discurso esotérico es sumamente grande."¹⁵⁸

Al cuestionar al especialista sobre si debe o no existir una crisis en el individuo para creer en estas temáticas, asegura:

¹⁵⁵ Entrevista a Claudia Segura el 21 de Octubre del 2001

¹⁵⁶ Entrevista realizada a Gabriel Sosa Plata el 10 de Octubre del 2001

¹⁵⁷ Entrevista realizada a Claudia Segura el 21 de Octubre del 2001

¹⁵⁸ Entrevista realizada a Daniel Hernández Rossette el 27 de Octubre del 2001

*"Necesariamente, el pensamiento mágico es una forma de vida. Te estoy hablando de mentalidad indígena, que ante todo, se estructura con base en representaciones mágico-religiosas. Tu hipótesis es válida en el caso de contextos urbanos, donde la identidad es construida sobre la base de una visión bastante más secularizada. Lo interesante es que en contextos de crisis por cuestiones económicas, de salud, desastre o desempleo, por ejemplo comunidades enteras de tipo urbano, incluso individuos con formación profesional a nivel de posgrado pueden llegar a caer en prácticas de fetichismo como una forma de respuesta adaptativa ante la situación de crisis."*¹⁵⁹

Para Daniel Hernández Rosette, el pensamiento esotérico tiene que ver mucho con la cultura de nuestro país:

*"Estoy hablando de contextos urbanos. No de la gente. Hay que ser muy específicos al hablar sociológicamente. En ámbitos urbanos, incluso en México, donde un alto porcentaje de la población es de origen católico, podría decirte que son además practicantes de actos mágicos y religiosos en un contexto tan cotidiano que no lo reconocen como tal: es el caso del bautismo, donde el agua es tenida como un elemento de purificación y el proceso del bautismo es en sí un ritual de paso cuyo fin es la limpieza de un espíritu que es tenido como impuro. Si te das cuenta, estás prácticas no modifican concretamente la realidad, tan sólo generan sentimientos de confianza ontológica. Es una forma de obtener sentimiento de seguridad y, en algunos casos, hasta de status social."*¹⁶⁰

De acuerdo con lo anterior, no sería desatinado pensar que más de la mitad de la población mexicana cree que su destino esta escrito en alguna parte y confía ciegamente en los temas esotéricos.

En la visión actual mexicana podemos descubrir un legado de creencias precortesianas, llenas de influencias cristianas, en donde el mexicano involucra el concepto de religiosidad a la par del científico dando como resultado una asociación con lo sobrenatural que se evidencia en las manifestaciones cotidianas.

En México, es incontable la gente que aún cree en la existencia de seres sobrenaturales capaces de cambiar de lugar los cuchillos y tenedores colocados en su mesa en forma de cruz, por ver en ello presagios de mal agüero; gente que acude con los adivinos para hacerse decir la buena ventura o curarse.

Así, no es de extrañar que en nuestro país surjan y se multipliquen día con día los adivinos y esotéricos.

¹⁵⁹ Loc. Cit. pág.77

¹⁶⁰ Loc. Cit. pág.77

Las creencias de estos espiritualistas, curanderos o esotéricos con respecto a las enfermedades derivan tanto de la tradición hispano-católica así como de la herencia indígena y constituyen una amalgama de experiencias mágicas, folklóricas, empíricas y gran parte de las actividades rituales se dedicaban a escudriñar el pasado buscando claves para el futuro.

Lo cierto es que los temas esotéricos siempre han estado presentes en la cultura de nuestro país, desde la época prehispánica en la que se llevaban a cabo grandes ceremonias para limpiar el cuerpo de los “ espíritus malignos” y gran parte de la población en nuestro país ha aceptado los temas esotéricos con gran facilidad debido a la cultura que llevamos arraigada desde nuestros antepasados.

Hablar de los temas esotéricos forma parte de la vida de muchos mexicanos y la agenda de los medios de comunicación no ha escapado de la apertura y el lucro que se ha hecho sobre estos temas.

Al hablar de la apertura de los medios hacia estos temas el sociólogo Hernández Rossete nos comenta:

*"Creo que los medios, ante todo, ponderan sus decisiones con base en una racionalidad económica. Venden y comercian con lo que es noticia. Al menos en México no veo un interés ético por la información concreta como un fin en sí mismo, sino como un recurso para conseguir fines políticos y económicos."*¹⁶¹

Además, afirma:

*"Las prácticas mágicas, enmarcadas en un contexto de fanatismo religioso, como es el caso de los años ochenta cuando había sectas denominadas narcosatánicas, son fácilmente vendibles. Es una noticia de primera plana. Lo interesante aquí es entonces configurar hipótesis sobre el papel de los medios como principales actores en la propagación de miedos colectivos ante contextos de crisis."*¹⁶²

Como manifiesta el sociólogo los medios son el motor principal que mueve los temas esotéricos y los vende como mercancía al mejor postor sin importar los riesgos que corra el radioescucha.

¹⁶¹ Loc. Cit. pág. 77

¹⁶² Loc. Cit. pág. 77

En el siguiente apartado el Dr. Giuseppe Amara nos explica cuáles son las repercusiones que éste tipo de programas puede generar en los radioescuchas y con ello conoceremos el impacto social y la trascendencia de los temas esotéricos en el público.

EL DOMINIO PSICOLOGICO

El interior de color blanco me dio tranquilidad. Pareciera como si estuviera diseñado para ello y terminé por confirmarlo al notar la redondez de las esquinas de aquella habitación. En esa sala de espera estuve sólo algunos minutos, pero justo al cruzar la puerta de espera del apartamento el lugar parecía estar creado para generar también un ambiente distinto. Casi podría afirmar que los adornos, en su mayoría figuras hindúes, aunado a los acabados de madera en su totalidad o la majestuosidad de la biblioteca, estaban diseñados para brindarla un ambiente místico.

Pero sin lugar a dudas, lo mejor era la pared de vidrio que cubría un muro completo. Aquel panorama rodeado de vegetación que daba justamente hacia el Parque Hundido de Insurgentes y en donde por momentos daba la impresión de estar en medio de un bosque. Aquel lugar en donde conocería al Doctor Giuseppe Amara.

Y es que dada la magnitud de la audiencia que tienen los programas radiofónicos de esoterismo, decidimos acudir al Doctor Giuseppe Amara conductor del programa *¿Parejas Disparejas?* del Grupo Radio Centro para encontrar respuesta a preguntas como las siguientes: ¿De qué manera influyen éste tipo de programas en los radioescuchas? ¿Por qué acuden a espacios radiofónicos como éste? Y ¿Cuáles pueden ser las repercusiones en el auditorio?

Ubicado a un costado del Parque Hundido se encuentra su consultorio, donde todas las tardes atiende a sus pacientes y lugar en el que el Doctor asegura tener conocimiento del incremento de éste tipo de espacios en la radio.

"Existe un auge real de programas esotéricos en la radio y surgen porque hay mucha depresión, mucha poca fe (sic) en la realidad, mucha poca fe que las cuestiones reales cambien, mucha poca fe que yo aumente mi sueldo, en que encuentre trabajo. Si yo escucho estos programas me levantan el ánimo, me levantan la esperanza, me dan un deleite. Es como un espacio, cuando más complicada la sociedad, cuanto más desempleo, cuanto más dificultad para dominar la realidad, la gente empieza a sufrir lo que es el desamparo perdido: 'no puedo con la realidad', de manera inconsciente me abandono a un mundo irreal, lleno de esperanzas, de fuerzas extraordinarias, de poderes, de ángeles que me puedan salvar o guiar, es algo natural, es un auge compensatorio ante una crisis mundial muy fuerte."¹⁶³

¹⁶³ Entrevista realizada a Giuseppe Amara el 22 de Junio del 2001

Al hablar de la falta de ética y legalidad en la transmisión de los programas radiofónicos de esoterismo, el Doctor comenta que mucho influye el país donde se transmitan estas temáticas, ya que hay países donde hay cierta revisión de lo que se dice y otros en los que las leyes son más laxas y permiten cualquier cosa.

Para el especialista, mucho tiene que ver la situación económica y falta de oportunidades para que el manejo de estas temáticas tenga gran influencia y auge en la población de un país como el nuestro:

*"En países con un enorme desempleo, hay personas que si no encuentran trabajo tienen que recurrir a lo que sea incluyendo la astrología y el engaño que es lo más frecuente, entonces, también tienen esa política que se tienen que ganar la vida, a como dé lugar y hay poco control, se deja a la voluntad del individuo. Hay grandes esperanzas de la población que vive en un nivel de educación muy primario. Usted puede ver que entre el yo del sujeto y el mundo íntimo de su propia vida y la realidad que es un campo muy vasto. Hay un campo a nivel médico que se llama 'campo de transición'. Son unas áreas indecisas, inciertas entre lo que sé de mí y lo que sé del mundo, porque puedo proyectar mis fantasías a la realidad y creer que la realidad es como yo creo que es."*¹⁶⁴

Al entrevistar al Dr. Giuseppe Amara y preguntarle qué es el esoterismo nos responde:

*"El esoterismo sería una idealización de la realidad; sería como esquivarla cuando la conozco. Si pensamos en el concepto esoterismo, en el concepto de infierno y paraíso, sobre todo el de paraíso lo estamos haciendo a un nivel imaginario, porque si no, ¿de dónde sacamos el paraíso? Cuando uno era pequeño uno podía pensar que el paraíso está más allá del cielo, pero si uno lo ve científicamente, uno toma un cuete y no encuentra el cielo sagrado. El infierno se pensaba que estaba en el centro de la tierra, ¿dónde quedó el infierno ahora?. Sin embargo, mucha gente cree en el infierno y en el demonio. Quiero decir que proyectas al exterior estas fantasías internas cultivadas por la tradición e incluso inspiradas culturalmente. Se proyecta hacia la realidad lo que uno se imagina de ella y que está compartido con la cultura, mientras está compartido con la cultura no enloqueces, si yo creo en los espíritus, en la astrología y cuestiones esotéricas, no llego a alterarme porque sé que otros lo comparten."*¹⁶⁵

Para el doctor la falta de autoestima y las carencias personales tienen mucho que ver para recurrir a estas temáticas, además de que representa un grave riesgo para el individuo, ya que puede provocar la posibilidad de no volver a creer en sí mismo:

¹⁶⁴ Loc. Cit, pág. 80

¹⁶⁵ Loc. Cit, pág. 80

"El creer que existen poderes que pueden guiarme, que me van a salvar, que me van a premiar. Si tengo una baja autoestima me siento vigilado, me están observando para ver si me porto bien o si 'choco' y me va mal, es la mala suerte, el 'karma'; si me va bien, son los ángeles. Aquí lo que se paga caro es que no se premia la voluntad porque el pensamiento esotérico es un pensamiento fácil, de que yo puedo decir, se apareció un ente, pero no me pongo a pensar qué implicaría lo que sería la aparición de un ente, reviví de la muerte, vi un fantasma, hay una fuerza en Venus que me augura un cambio en mi vida. Lo que no se piensa es ¿cómo puedo aceptar algo tan extraordinario, sin ningún esfuerzo y sin colocarme en la realidad?".¹⁶⁶

Para el Dr. Giuseppe Amara, las cuestiones esotéricas no sólo crean falsas esperanzas en el individuo, sino además representan un pensamiento que logra que el individuo esquive su propia realidad.

"El concepto esotérico es de crear milagros, de crear cuestiones fáciles porque todo en la vida te cuesta trabajo, pero esto compensa la falta de autoestima, la falta de raciocinio; me pongo a pensar lo difícil que es conseguir algo. Nosotros creemos que estirando la mano nos va a llegar todo de la nada, es un pensamiento ficticio, falso, facilón y que tiene auge cuando surgen crisis económicas, cuando el individuo esta mal, porque si hubiera un dominio holgado de la realidad, a gusto, no se requeriría."¹⁶⁷

Y añade:

"La fantasía de que se puede manejar la realidad con supuestos poderes, con el poder del pensamiento, con el deseo simple, sin el esfuerzo, la fantasía de poder crear cuestiones difíciles de resolver problemas, sin aprender a pensar con pensamiento realista que resuelve la realidad del mundo que existe, la realidad material visible. Si yo tengo esas fantasías creo que para componer el mundo debo acabar con el mal, entonces me puedo ilusionar. Puedo ilusionarme en cuanto a que los demás piensen lo que yo quiero pensar, puedo ilusionarme de que tengo cierto poderío. Llevo una doble vida, y tengo contacto continuo con mis fantasías, pero otra cosa es la realidad."¹⁶⁸

Además el especialista argumenta que aferrarse a tener un pensamiento de este tipo puede llevar a un individuo incluso hasta su propia muerte:

"Si yo no tengo control y me imagino y espero los beneficios de la vida, termino decepcionándome de la vida porque estoy imaginando favorecimientos mágicos, como si en la vida hubiera una madre o un padre que me cuida y que me premia; entonces, puede llevar a caídas abruptas y suicidas."¹⁶⁹

¹⁶⁶ Loc. Cit. pág. 80

¹⁶⁷ Loc. Cit. pág. 80

¹⁶⁸ Loc. Cit. pág. 80

¹⁶⁹ Loc. Cit. pág. 80

Para el Dr. Giuseppe, la situación económica de un individuo es un factor que no determina exclusivamente la inclinación o indiferencia en estas temáticas ya que tanto personas de estratos sociales altos, como bajos creen en dichas temáticas:

*"Una cosa es cierta: a medida que avanzan las circunstancias económicas desfavorables que determinan nuestra realidad, aumenta la depresión. Un escape a la depresión es querer apoyarse en las cuestiones esotéricas, como si fueran un recurso antidepressivo. Pero como terminan siendo ficticias, como una parte de mí sabe que no van a ser ciertas, entonces aumenta la depresión, aumenta el sentimiento de tender en falsedades, de caer en fraudes. Lo importante es que no me lleve a errores de conducta graves, que no pretenda manipular la realidad. Porque también hay un nexo entre los que manifiestan mucha adhesión al esoterismo, a las creencias sobrenaturales, paradójicamente son menos productivos y tienen más tendencia al fraude que la gente independiente del esoterismo."*¹⁷⁰

El especialista añade además:

*"El ansia de poder es casi de todas las clases sociales. Se da en todas las clases pobres, porque necesitan creer en alguien superior, y se da en clases adineradas porque la falta de poder es muy grande, el que tiene poder y dinero necesita defenderse de los pobres, de los ladrones, entonces, hay fantasías de buscar poder, sea a través de la religión oficial, sea a través de estos poderes fantásticos porque todos lo necesitamos de alguna manera. El que tiene mucho teme perderlo, entonces busca poderes mágicos para poder sostenerlo."*¹⁷¹

Al cuestionar al Dr. sobre la posibilidad de que cierta gente sea la que más se incline hacia estos temas argumenta:

*"Sí, hay un perfil. Hay un patrón de conducta, de personalidad que se llama trastorno de personalidad. El 'esquisofrénico típico', son personas con factores genéticos para creer en cosas que en la realidad no pueden ser. Creer en la telepatía, en lo invisible, en lo imaginario, más que en lo real. Este tipo de individuo tiende a creer en seres superiores sobrenaturales, creer que lo que acontece es provocado por conexiones y no por accidentes, creer que todo son coincidencias que los hechos tienen una intencionalidad, ésos son los trastornos de personalidad del 'esquisofrénico típico', además los paranoicos que tienen facilidad para esto y que son los que se sienten perseguidos."*¹⁷²

Además agrega:

¹⁷⁰ Loc. Cit. pág. 80

¹⁷¹ Loc. Cit. pág. 80

¹⁷² Loc. Cit. pág. 80

*"Luego hay otra gente propensa que son los que padecen crisis disociativas, son personas que tienen trastornos de personalidad. Ellos piensan que en algún momento dado por algún estrés, trauma o lo que fuera cambian, cubren la realidad y su mente proyecta otra realidad. Eso se hace por patrones culturales que a nivel periódico como especie de ritual fue dando lugar a lo que es una especie de trance disociativo, que es la experiencia de tener fantasías agradables para darle sentido a su vida y para no vivir en carne propia las situaciones desagradables. Otro tipo de personas no tienen nada de esto. Son personas comunes y corrientes pero tienen un nivel cultural bajo, poca educación, poca exigencia consigo mismos en cuanto a tolerar la realidad, pocas posibilidades de vida de la realidad, mucha impotencia, quizá quienes crean más son quienes menos pueden soportar o explorar la realidad. Los grandes creadores del esoterismo son engañosos, son inteligentes y saben dirigir y manipular masas. A nivel inferior tienen poco conocimiento, tienen que crear un poder superior de fantasías, que venga a salvarlos y es por medio de esta ayuda como se compensan."*¹⁷³

Al cuestionar al Doctor sobre la influencia de la autosugestión y la fe argumenta:

*"Uno cree muchas cosas gracias a la autosugestión, al autoengaño y la fe. Pero son armas de doble filo, porque sin fe no se puede vivir, pero el que tiene poca fe no se quita la depresión; prefiere creer en cuestiones inexistentes, con tal de no definirse y no sentir una vida vacía. Ellos dirían: si la vida se va en cuestiones políticas, económicas, etc. la vida se vuelve vacía, hueca, plana. Es como un condimento, necesito tener un ser superior para que me rescate y le dé sentido a la vida y luego está la fascinación por el misterio y eso suena interesante."*¹⁷⁴

Además advierte:

*"La sugestión diríamos es un arma de doble filo, porque si mi única fe en la vida es creer en cosas así, cuando me derrumbo me va a ir muy mal, pero cuando tengo fe en la realidad, y aparte me doy el lujo de creer en lo que me da la gana. Si pierdo mi fe en el esoterismo todavía tengo fe en la vida real, pero si no la tengo en ninguna de las dos, estoy perdido."*¹⁷⁵

Con relación a los riesgos emocionales que se corren al recurrir a estas temáticas, el doctor argumenta:

"El esoterismo es un falso antidepressivo, es un placebo. A la larga me deprimó doble porque me cuestiono, y es una mentira pensar que la depresión se puede curar con esoterismo. A la larga que me deprimó me doy cuenta que me mintieron: tenía una carta astral maravillosa, tenía los ángeles de mi lado, hay duendes que me apoyan, hay

¹⁷³ Loc. Cit. pág.80

¹⁷⁴ Loc. Cit. pág.80

¹⁷⁵ Loc. Cit. pág.80

numerología, hay planetas que están atentos a mí', entonces me deprimó más porque ¡mi el cosmos puede con mi depresión! Creo que de verdad el cosmos no está conmigo."¹⁷⁶

Al hablar del supuesto autoconocimiento que como muchos astrólogos y esotéricos, surge al acercarse a estas temáticas, el doctor advierte:

*"Si recorro al esoterismo para conocerme, voy a encubrir mi autoconocimiento con esperanza. El esoterismo es lo contrario al autoconocimiento, porque está esperando que un poder superior externo salve al individuo interno que se autodesconoce. Las sesiones psicológicas son de autoconocimiento y aunque sean dolorosas, por lo menos lo enfrentan a la realidad. Con prender una vela no se soluciona nada, lo único que estoy apostando es la esperanza. El esoterismo es una muleta para tolerar la dureza de la realidad y el desenlace de la muerte."*¹⁷⁷

¹⁷⁶ Loc. Cit. pág.80

¹⁷⁷ Loc. Cit. pág.80

CONCLUSIONES

En la época prehistórica, el ser humano explicaba los fenómenos naturales mediante argumentos mágicos en los que la presencia de espíritus, demonios y fuerzas ocultas era constante.

Hoy en pleno Siglo XXI, con los avances científicos y tecnológicos que han hecho posible la era del Internet, los teléfonos celulares, las máquinas microscópicas y la ingeniería genética, parecería descabellado pensar en seres sobrenaturales, energías extrañas o “poderes psíquicos”.

Sin embargo, la crisis cultural, económica y social por la que atraviesa la humanidad en el nuevo siglo, la ha llevado a aferrarse a la esperanza de encontrar alternativas espirituales que puedan proporcionarle una mejoría en los diversos aspectos de su vida. Para responder esta necesidad surgen sacerdotes, médicos brujos, magos y literatura especializada.

En la era moderna, tales esperanzas han sido fomentadas en gran medida por los medios de comunicación, en donde los temas esotéricos han resurgido con intensidad, ofreciendo a su público no sólo nuevas esperanzas, sino opciones que consideran viables para sobrellevar su vida.

Esta posibilidad de encontrar temas esotéricos en los medios representa también la oportunidad de lucrar con ellos y un claro ejemplo son los programas radiofónicos de esoterismo.

Es preciso reconocer que este auge de lo esotérico no tendría mayores implicaciones sociales si se presentara como diversión o entretenimiento, pero el asunto se complica cuando ante el despliegue de dichos temas ha surgido una industria que año con año genera enormes ganancias explotando la credulidad disfrazada de fe, de una parte importante de la población.

Hablar del consumismo en los medios de comunicación y específicamente en la radio es un fenómeno particular del que poco se ha comentado. Dicho fenómeno ofreció la oportunidad de hablar de temas que hasta ese momento habían permanecido ajenos a los medios, o simplemente se habían tratado poco, pero no sólo eso, sino también representó la posibilidad de hacer un negocio “redondo” en donde amplios grupos se beneficiaban, con excepción del público radioescucha, o mejor dicho, a sus costillas.

Y es que con la llegada de los programas de esoterismo a la radio se dio la posibilidad de incrementar las ganancias a las estaciones radiofónicas que permitiendo la programación de este tipo de programas, aumentaron sus ganancias económicas en un momento en que la publicidad en radio estaba por debajo de lo esperado, problema que se agudiza a mediados de la década de los 90.

Con la apertura del esoterismo en la radio también se dio pauta para que la gente supuestamente conocedora del tema pudiera abordarlos masivamente. Fue así como comenzó a generarse lo que se convertiría en una industria en la que sus conductores se convirtieron de la noche a la mañana en *guías espirituales* de multitudes que escuchan diariamente sus programas con la firme convicción de encontrar solución a sus problemas, generalmente relacionadas con la salud, el dinero o el amor.

No conformes con esto, los esotéricos descubrieron que no sólo se podían hacer transmisiones de corte esotérico, sino que además podían a su vez crear una empresa con sus espacios, por lo que los programas hablados se convirtieron además en programas con abiertos fines comerciales. Claro ejemplo de ello es que cada uno de los programas anuncian sus productos y durante toda la emisión promueven los "beneficios" que estos ofrecen a su público.

Fue en ese momento cuando los conductores y patrocinadores comenzaron a elaborar sus productos y crear "recetas mágicas" para resolverle la vida a todo aquel incauto que no sólo lo escuchara por la radio, sino que además quisiera conocer ese "método efectivo" para acabar con sus problemas y que únicamente podría conseguir en la tienda esotérica, misma que los programas de esoterismo promocionan.

La cuestión es vender a través de uno de los medios de comunicación más importantes como lo es la radio, a cualquier precio y a toda costa, desde aparatos electrónicos que ayudan a la meditación, figuras simbólicas talladas en diversos materiales hasta cristales de cuarzo, imanes con poderes terapéuticos, velas, amuletos metálicos y pulseras magnéticas en donde el resultado es un negocio redondo.

Los programas de esoterismo descubrieron que no sólo serían dueños del "boom" del *esoterismo radiofónico*, sino que además lograrían ser reconocidos por un público cautivo y necesitado de esperanzas y soluciones en

su vida; les vendieron el sueño de una vida mejor y con ello, emprendieron el negocio al poner una tienda, o cadena de tiendas, y proporcionarle al público sus recetas y productos.

Tanto funcionó esta fórmula que los esotéricos se han convertido poco a poco en dueños de sus programas y en empresarios de sus propias tiendas. En la actualidad cada uno de los programas que se escuchan en el cuadrante tienen como mínimo dos tiendas en donde distribuyen sus productos generando grandes ganancias y pagando a la estación la cantidad que se le pida para hacer la transmisión de sus programas.

Además los patrocinadores de este tipo de emisiones son en su mayoría los mismos realizadores del programa, es decir, Veladoras *San Marcos*, cuyo negocio pertenece a Tonatiuh, patrocina su programa *La Magia de Tonatiuh*; Casa Mayo, cuyo dueño es Esteban Mayo, es quien patrocina el programa *El Círculo Mágico de Esteban Mayo* y así sucesivamente.

Es importante señalar que los costos de las emisiones oscilan entre los 12 y los 15 mil pesos diarios, por lo que sería importante preguntarse a cuánto ascienden sus ganancias en su productiva *industria*.

Reconocer que la transmisión de estos programas se hace sin temor de recurrir al uso de engaños y cualquier tipo de artimañas para captar la atención del público radioescucha, muestra la poca legalidad y vigilancia de las autoridades hacia la transmisión de los temas en los medios de comunicación.

Muestra de ello es que a pesar de que La Ley Federal de Radio y Televisión, así como la Ley de Protección al Consumidor, e incluso el Código Penal del Distrito Federal, son transgredidos por los programas objeto de nuestro estudio, las autoridades aún no toman cartas en el asunto.

Con la transmisión de los temas esotéricos se *engancha* al auditorio en situaciones no reconocidas científicamente y que fomentan la ignorancia del radioescucha, pues como pudimos comprobar, los fundamentos sólidos son inválidos cuando la mayoría de la gente que escucha los programas antepone los sentimientos y necesidades afectivas al pensamiento crítico.

Desgraciadamente, al recurrir a las interpretaciones irracionales, artes adivinatorias y entidades del más allá para guiar las decisiones individuales, conseguir riquezas u obtener la solución de problemas no es privativo de los

sectores menos ilustrados, pues como pudimos comprobar se presenta en todos los niveles de la sociedad y entre los miembros de las elites políticas y económicas.

Cabe mencionar que los esotéricos dueños de sus programas se involucran en ellos, según argumentan, por "casualidad", ya que todos cuentan con una carrera profesional. Muestra de ello es que Esteban Mayo es médico, Tonatiuh contador público, Eloina Moreno, Karen Lara y Violeta Macouzet se presentan como periodistas, lo que puede darnos una idea de que son personas preparadas y sobre todo hábiles para manejar los negocios y que supieron encontrar el lado lucrativo del esoterismo en radio. Encontrar que sólo uno de los cinco programas esotéricos analizados no es patrocinado por su conductora, como es el caso de Eloina Moreno en su programa *Presajios*, fue sorprendente.

Centros comerciales, boutiques esotéricas, tianguis populares y plazas públicas no se escapan de la comercialización de productos esotéricos y ahora la radio parece ser el caldo de cultivo idóneo para la propagación y comercialización de dichos productos.

Sin mencionar las secciones incluidas en diversos programas radiofónicos para mujeres y de espectáculos que cuentan con su sección de horóscopos y esoterismo o las cápsulas de "Cardini", entre otros, que no tienen un programa estructurado, pero sí breves cápsulas en las estaciones en donde promocionan sus centros esotéricos y donde ofrecen consultas, cursos y productos habla de la constante en los medios de estos temas y la enorme difusión que se les ha dado.

Las estaciones cuya venta de espacio es más frecuente son Radionoticias 1440 de Grupo Siete Comunicaciones y ABC Radio, estaciones que ocupan más espacios en la exposición de estos tópicos.

La radio resulta ser el medio idóneo para la transmisión de contenidos esotéricos debido a la alta penetración que indudablemente tiene, pues como aclaran los mismos productores sin el medio no se podría captar al auditorio, además de que los costos son más accesibles que en televisión.

Reconocer que el éxito de este tipo de programas puede encontrar respuesta en la necesidad de un público radioescucha deseoso de encontrar una respuesta a sus miedos, inseguridades, incertidumbres o al sufrir algún tipo de pérdida, es

una pauta importante, ya que si la gente no atravesara por algún tipo de problema, seguramente las emisiones no tendrían la demanda que hoy en día tienen.

Además de ello, la actual crisis de valores, la pérdida de fe en la religión y la incertidumbre económica que se vive en el ámbito mundial son factores que convierten los programas esotéricos en algo muy atractivo para el radioescucha.

El apoyo y la cobertura que los medios de comunicación han hecho con *el mundo de la magia* han propiciado que crezca la fe en los horóscopos, las recetas *mágicas* y que aumente el número de consultas de adivinos y adivinas, y de quienes leen y acuden a la cartomancia o quiromancia, es decir, la lectura de las cartas o las manos.

Estamos frente a un fenómeno novedoso debido a que el esoterismo si bien siempre ha existido, hoy en día ha cobijado un auge que se desarrolla en los medios, específicamente en la radio, situación que en años anteriores no ocurría y donde existe un tratamiento superficial e irresponsable del tema.

El fenómeno del resurgimiento se debe en gran medida a la necesidad del público radioescucha de sentirse acompañado dentro de su aislamiento o en medio de su soledad; y de sentirse comprendido ante sus problemas por alguien que le ofrece la "mejor" solución.

Como ya se mencionó en el último capítulo dedicado a los especialistas, el precio de creer en estas temáticas irreales es el de generar dependencias y caer en manos de personas manipuladoras, charlatanes y quiebres psicológicos que más tarde puedan orillar al individuo a modificar su entorno social y su propia perspectiva de la realidad.

Quizá el riesgo principal al que se enfrentan los radioescuchas es el de ser manipulados para creer en seres ajenos a su realidad y en fórmulas mágicas en las que puede depositar todo el peso de sus problemas, pero no propiciar una verdadera ayuda, o por lo menos una orientación profesional al individuo.

El *boom esotérico* colocó las curaciones milagrosas y los fenómenos paranormales en el mismo nivel que el saber objetivo acumulado a través de siglos de experimentación científica. Así, el bombardeo de recetas mágicas en la radio va formando en el público la percepción errónea de que es factible la

sanación a través de medios espirituales cuando lo contundente es darle atención médica profesional o una terapia psicoanalítica.

Lo cierto es que dado que estos temas se manejan con toda naturalidad en un medio de comunicación masivo como lo es la radio, la gente erróneamente confía sin advertir los peligros que implica, ni las bases teóricas que supuestamente las respaldan.

Lo importante es resaltar que el auge de temas esotéricos en la radio va acompañado del *mercantilismo*, y eso lo saben los que han encontrado en este refugio artificial la posibilidad de crear sus propias ganancias.

El *mercado* se convierte de pronto en un Dios real y verdadero de los esotéricos al que le deben brindar sus nuevas creaciones: la vela para atraer el amor, el ritual para tener dinero, la esencia para atraer al marido, etcétera, siempre con la finalidad de captar clientes, primero atrapándolos por la radio y después ofreciéndole sus creaciones en sus propias tiendas.

La *Industria de la Fe* sigue generando enormes ganancias a los creadores del esoterismo radiofónico sin que a nadie parezca importarles y sin que las autoridades apliquen, con todo y su notable obsolescencia, tanto el Reglamento como la Ley Federal de Radio y Televisión para corregir la difusión de dichas temáticas, y que siguen cautivando a los radioescuchas e incrementando las ganancias de sus promotores con productos y creencias esotéricas en los albores del siglo XXI y a través de un instrumento de comunicación tan importante, en términos sociales y culturales, como lo es la *radio*.

BIBLIOGRAFIA

- 1.-Acosta, Montoro José, cit. p. Héman Uribe "Apuntes sobre investigación y fuentes en el reportaje" en Máximo Simpon. G. comp. p.26
- 2.-Alva de la Selva, Alma Rosa. Radio e Ideología. Ed. El Caballito.1". Edición. México.1982.
- 3.-Ayala, Leopoldo. Taller de lectura y redacción. México. Ed. Joaquín Porrúa 1984. P.46-48
- 4.-Baena Paz, Guillermina. Instrumentos de investigación. Editores Mexicano unidos. Primera edición. México. 1979.
- 5.-Benitez, José. Et. P. Héman Uribe. "Apuntes sobre investigación y fuentes en el reportaje" en Máximo Simpson G. comp. Géneros periodísticos. p.49
- 6.-Borras, Leopoldo. Historia del periodismo Mexicano. Del ocaso porfirista al derecho de la información. México, UNAM. (Dirección de información) 1983. p.158
- 7.-Briones, Guillermo. Métodos y Técnicas de investigación para las Ciencias Sociales. México. Ed. Trillas, 1982
- 8.-Código Penal del DistritoFederal
- 9.-Coons, John E. Libertad y Responsabilidad de las Emisoras de Radio y Televisión. Ed. Limusa Wiley S.A. México 1967 pág. 327
- 10.-De Anda y Ramos, Francisco. La Radio el despertar del Gigante Ed. Trillas México, 1997 pág. 512
- 11.-Dieterich, Heinz. Guía de investigación Científica. UAMX. Segunda Edición. México 1983.
- 12.-Dovifat, Emil. Periodismo. México. LITEHA, 1964. p.22
- 13.-Eliade, Mircea. Lo Sagrado y lo Profano. Ed. Guadarrama. Madrid, 1967.

- 14.-Eliade, Mircea. Tratado de Historia de las Religiones. Instituto de Estudios Políticos . Madrid, 1954.
- 15.-Eliade, Mircea. La búsqueda de los orígenes de la religión. en Busqueda. Buenos Aires, Ediciones Megápolis, 1971.
- 16.-Figueroa, Romeo. ¡Qué onda con la radio! Alambra Mexicana, 1ª. Edición, 1996, págs. 535
- 17.-Garza, Ramiro. La radio presente y futuro. Edamex. México, 1996.
- 18.-Guénon, Réne. Simbolos Fundamentales de la Ciencias Sagrada. Temas de Eudeba, Argentina, 1969.
- 19.-Ibarrola, Javier. Técnicas periodísticas.El Reportaje. México. Ed. Gemika, 1988.
- 20.-Leñero Vicente y Marín Carlos. Manual de periodismo. Ed. Grijalbo. México. 1986
- 21.- Ley Federal de Radio y Televisión
- 22.-Ley Federal del Consumidor
- 23.-Luna Cardenas, César Miguel. El Reportaje:visión de la realidad social. México. ENEP Aragón (UNAM), 1985 (Tesis de Licenciatura)
- 24.-Macdougall, Curtis D. Reportaje Interpretativo. México.Ed. Diana.1983
- 25.-Ortega Uribe Héran.et. al. “Guía para el estudio de los géneros periodísticos interpretativos. Géneros Periodísticos de Opinión. Introducción al Estudio de la opinión pública.” México, UNAM, FCPY S. 1985. pág. 24
- 26.-Ortiz Garza, José Luis. Una Radio entre dos reinos. Ed. Vergara. México, 1997, 220
- 27.-Rebeil, Corella Ma. Antonieta y Alva de la Selva, Alma Rosa. Perfiles del cuadrante; experiencia de la radio en México. Ed. Trillas. México 1991. pág. 314.

- 28.-Riffard, Pierre A. ¿Qué es el esoterismo? México 2000. Ed. Diana. pág.447
- 29.-Rio Reynaga, Julio. Técnicas del reportaje. México (FCPy S) UNAM, 1964 (Tesis de Licenciatura)
- 30.-Rivadeneira Prada, Raúl. Periodismo. México. ED. Trillas, 1985.pág.86
- 31.-Rojas, Raúl.Guía de investigaciones Sociales. Ed.Plaza y Valdes. 16ª Edición.México.1995.
- 32.-Rojas, Avendaño, Mario. El Reportaje Moderno.Antología. México.1992, pág. 297
- 33.-Schulberg, Bob. Publicidad Radiofónica. Mc Graw Hill. México, 1992, pág.297
- 34.-Simpson G. Máximo, comp. Géneros Periodísticos. México, UNAM, FCPy S. 1983
- 35.-Simpson G. Máximo. "Reportaje, Objetividad y Crítica Social (el presente como historia)", Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, México UNAM, FCP y S. No. 86-87. Octubre Diciembre 1976 (enero-marzo), 1977. pág.147
- 36.-Vilar Josefina y Villegas Teodoro. El Sonido de la Radio. Universidad Autónoma Metropolitana de Xochimilco. IMER. Plaza y Janés. México. 1988.
- 37.-Vivaldi, Martin. Géneros Periodísticos. México. Ed. Prisma. 1981. pág. 103.
- 38.-William L. Rivers. Cit. p. César Miguel Luna Cárdenas El Reportaje Visión de la Realidad Social. Pág. 36

HEMEROGRAFIA

Revista Mexicana de Comunicación

Fundación Manuel Buendía

De la radio en AM Y FM la banda en Internet

Autor: Islas Carmona Octavio y L'opez Carlos Enrique

Trimestral

México D.F. No. 60 Oct-Dic 1999

Revista Mexicana de Comunicación

Fundación Manuel Buendía

Radiografía actual de la radio en México

Solis Leeré, Beatriz

Trimestral

México, D.F

No. 60 Oct-Dic 1999

Revista Mexicana de Comunicación

Fundación Manuel Buendía

Contornos del Reportaje

Autor: Martínez, Omar Raúl

Trimestral

México D.F.

No. 59 Jul-Sep 1999

Revista Mensaje

New Age: La Religiosidad sin dios

Autor: Sánchez José Luis

México D.F.

No. 442 Sep 1995 pág. 11-14

Revista Umbral XXI

Universidad Iberoamericana

El resurgimiento del Esoterismo

Autor: Albores Gallo, Ruth

México D.F.

No. 3 Verano 1990 pág. 22-26

Revista Antropológicas

Antropología: Saber Académico y Experiencia Inicial

Autor: De Cevalho, José Jorge

México D.F.

No. 5 Enero 1993 pág. 76-86

Revista Etcétera

Dir. Delabre trejo Raúl

Charlatanes Electrónicos

Autor: Islas Reyes Laura

Mensual

México D.F.

No. 3 Enero 2001 pág. 11-17

El Universal

Cambio de Siglo y Literatura de Fe

Autor: Palacios Goya Cynthia

Sección Cultural

México D.F.

1 Febrero de 2001 pág. 11-17

Revista Mexicana de Comunicación

Érase una vez un reportaje

Autor: Baena Paz Guillermina

México D.F.

No. 44 Mayo-Julio 1996 pág. 26-29

Revista Mexicana de Comunicación

El Sentido de la Radio

Autor: López Veroni Felipe

México D.F.

No. 42 Nov. 95 Enero 96 págs. 3-8

Revista Mexicana de Comunicación

Enlazar con el Sonido

Autor: Pi Orozco Luis Ernesto

México D.F.

No. 42 Nov. 95-Enero 96 pág. 5-6

Revista Mexicana de Comunicación

Función Social de la Radio

Autor: Prieto Francisco

México D.F.

No. 42 Nov. 95- Enero 96 págs. 7-8

Revista Mexicana de Comunicación

Breve diagnóstico de la radiodifusión metropolitana

Autor: Solís Lerec Beatriz

México D.F.

No. 42 Nov. 95 Enero págs. 9-13

Revista Mexicana de Comunicación

Instrumento Cultural y Político

Autor: Estrada Gerardo

México. D.F.

No. 42 Nov. 95 Enero 96 págs. 11-13

Revista Mexicana de Comunicación

Nueva Forma de Cultura

Autor: Granados Chapa Miguel Ángel

México D.F.

No. 42 Nov. 95-Enero 96 págs. 15-17

Revista Mexicana de Comunicación

Focos de Emergencia para la radio Mexicana

Autor: Sosa Plata Gabriel

No.43 Feb-Abril 1996 págs. 11-14 y 21

Revista Mexicana de Comunicación

Itinerarios del Consumo Cultural y uso de los Medios de Difusión

Autor: Alva de la Selva Alma Rosa

México D.F.

No. 43 Feb-Abril 1996 págs. 34-39

Revista Mexicana de Comunicación

Grupos, Cadenas y Alianzas Estratégicas en la Radio

Autor: Sosa Plata Gabriel

México D.F.

No. 45 Agosto-October 1996 págs. 24-28

Revista Mexicana de Comunicación

Se vitamina el cuadrante radiofónico Mexicano

Autor: Sosa Plata Gabriel

México D.F.

No. 52 Enero- Febrero 1998 págs. 10-15

Revista Mexicana de Comunicación

La Sintonía de la radio Mexicana en el 2000

Autor: Sosa Plata Gabriel

México D.F.

No. 68 marzo-Abril 2001 págs. 27-34

CIBERGRAFIA

Revista Etcetera

www.etcetera.com.mx

Camara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión

www.cnrta.com.mx

International Research Associates de México

www.iriia.com.mx

ANEXO

1A

EL REPORTAJE

El reportaje ha permanecido vigente como uno de los géneros cada vez más utilizados. De hecho, el surgimiento del mismo se debió a necesidades sociales ya que con el fin de atraer al público los medios se vieron en la necesidad de no sólo presentar la noticia sino además ampliarla.

Fue entonces necesario interpretar, analizar y valorar los sucesos, investigando las causas, el desarrollo y las posibles consecuencias, logrando con ello la profundidad que el público necesitaba en la información.

Esta necesidad social permite entonces transformar los medios de comunicación y crear un periodismo de interpretación en el que surge como su principal exponente el género del reportaje.

Así, el periodismo difundido en los diversos medios de comunicación en la actualidad utiliza con frecuencia dicho género, que para muchos es el *rey* del periodismo.

CONCEPTO

Hablar del reportaje es definir uno de los géneros más representativos y completos, pero sobre todo es hablar de diversas definiciones que representan un mundo de ideas para quienes han vivido de cerca la experiencia de hacer un buen reportaje. Dadas las frecuentes ambigüedades y equivocaciones al definir el concepto, es importante especificar y conocer las diversas definiciones que periodistas y diversos autores ofrecen.

Al recurrir a las contribuciones de estudiosos y practicantes del periodismo actual descubrimos que el reportaje tiene diversas interpretaciones y matices por lo que a continuación ofrecemos las contribuciones adquiridas en entrevistas y la recopilación de libros de texto de teóricos importantes:

Por ejemplo, para el Lic. Jacobo Zabłudowsky titular del noticiero *"De 1 a 3 con Jacobo Zabłudowsky"* por la Estación 690 AM del Grupo Radio Centro el reportaje es: *"un relato sobre un acontecimiento, debe ser un reflejo de la realidad, debe transportar al lector o a quien lo escucha o lo ve al sitio y al momento en que los acontecimientos tuvieron lugar. Debe recoger no sólo los aspectos magnos del hecho sino los pequeños detalles, la luz, el olor, el color,*

la textura, la distancia, debe ser una combinación de pintura y fotografía, sonidos y aromas para hacer permanecer durante largo tiempo el instante relatado."¹

Para el Lic. Zabłudowsky, el reportaje que ocupa un lugar importante en su corazón y que también lo hizo merecedor de reconocimientos lo atribuye a la narración que realizó del temblor del 85 y al respecto nos comenta: *"Yo nací en esta ciudad; he vivido toda mi vida en esta ciudad y esa es la más grande tragedia que esta ciudad a sufrido en toda su historia. Ver la destrucción que el terremoto había causado, me causó una profunda tristeza y saber que en las ruinas de Televisa estaban también sepultados mis compañeros y amigos, aumentó mi angustia pero yo tenía que cumplir con una misión profesional y a eso me dediqué."*²

Por otra parte, Ciro Gómez Leyva Vicepresidente de Noticias del Canal 40 nos aporta también su definición del reportaje: *"Es el padre, es el rey de los géneros periodísticos. Es un trabajo periodístico más acabado. Es aquel que logra ir mucho más allá de la superficie; el trabajo periodístico que penetra, el trabajo que se mete dependiendo del tipo de reportaje que sea, dependiendo de las profundidades de la información, que desentraña, que investiga, que revela, que presenta. Siempre para ser un gran reportaje tiene que ir acompañado de una muy buena presentación. Una nota registro, una nota informativa, no importa cómo la veas; lo importante es que la ves en el momento. En un reportaje la parte estructural es en ocasiones tan importante como la misma información."* Y enfatiza diciendo que debe aportar información de calidad y ante todo: *"debe ser novedoso, que vaya mucho más allá del periodismo de registro, y si además tiene una estructura formal, ya sea un reportaje de prensa escrita, televisión o radio, pues mucho mejor".* Y finaliza: *"lo que no es profundidad no es reportaje. Lo que no es profundidad puede ser una nota informativa."*³

Hernán Uribe afirma que el reportaje es: *"un género periodístico que utiliza la investigación científica para el análisis de los orígenes y perspectivas de los sucesos que narra en lenguaje profesional, aunque con cierta libertad de estilo."*⁴

¹ Entrevista realizada a Jacobo Zabłudowsky el 11 de Enero del 2002

² Ibidem

³ Entrevista a Ciro Gómez Leyva el 18 de Agosto de 2001

⁴ Hernán Uribe Ortega et. al. "Guía para el estudio de los géneros periodísticos interpretativos. Géneros periodísticos de opinión. Introducción al estudio de la opinión pública." México, UNAM, FCP y S. 1985. p.24

José Bénéitez define el género como: *"Forma periodística que comunica, ¿qué busca? explicar, analizar y examinar los hechos y profundiza en todos los aspectos de los sucesos que narra"*.⁵

Rosa María de Castro, ex-conductora del espacio noticioso *Hechos de TV Azteca*, se refiere al género como: *"es uno de los géneros periodísticos más interesantes que hay después de la entrevista. Es un trabajo de investigación que puede ser sobre un hecho del día o no y que tiene tres elementos fundamentales que son: protagonista, antagonista y un eje o dos que son especialistas en la materia que te dan su opinión, una debe ser a favor, una en contra o tienen que ser dos versiones distintas de un mismo hecho o del mismo problema que se esté investigando, y obligatoriamente debe tener a las partes en conflicto."*⁶

Por su parte, Julio del Río Reynaga, estudioso del tema, se refiere al reportaje como: *"Género periodístico que consiste en narrar la información sobre un hecho o situación que han sido investigados objetivamente y que tiene el propósito de contribuir al mejoramiento social."*⁷

Para Mariano Osorio, periodista y conductor del programa **Hoy** de Estéreo Joya el reportaje es: *"el rey de todos los géneros periodísticos que te permite conjuntar información a base de un muy completo trabajo de investigación y utilizar no solamente crónica, entrevista y en fin datos de investigación que esclarezcan la información sino de alguna manera es el género que te permite utilizar los elementos que tengas a tu alcance para hacer un trabajo más serio y profundo y de mayor consistencia."*⁸

Martín Vivaldi, reconocido especialista en el tema de los géneros periodísticos afirma: *"es un relato esencial informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modo y redactado preferentemente en estilo directo en el que se da cuenta de un hecho o suceso de interés actual o humano"*; también afirma que *"es una narración informativa, de vuelo más o menos literario, concebida y realizada según la personalidad del escritor periodista"*; además se refiere a lo que él llama *"gran reportaje"* y lo define así: *"El reportaje profundo es el*

⁵ José Bénéitez, ct. P. Hernán Uribe "Apuntes sobre investigación y fuentes en el reportaje" En Máximo Simpson G. Comp. *Géneros periodísticos*. P. 49

⁶ Entrevista realizada a Rosa María de Castro el 27 de septiembre del 2001

⁷ Río Reynaga, Julio del. Técnica del reportaje. México. FCP y S UNAM, 1964 (Tesis de Licenciatura)

⁸ Entrevista realizada a Mariano Osorio el 29 de Septiembre del 2001

que cuenta no solamente lo que pasa, sino lo que pasa dentro de lo que acontece."⁹

Guillermina Baena Paz académica denomina al reportaje como: *"El reportaje es el género más completo del periodismo. Además de contener las dimensiones de la noticia: tiempo y espacio, tiene una más: la profundidad. Llega al cómo y al por qué de los hechos por medio de la investigación. Su propósito es contribuir al mejoramiento social."*¹⁰

Para Federico Anaya, reportero de Televisión Azteca, el reportaje : *" Es el género más completo del periodismo. En donde se mezcla la nota informativa, el comentario, la entrevista y donde deben estar incluidos los datos con testimonios y con información de fondo que te lleve a tener una pequeña tesis y te dé un principio, un desarrollo, un clímax y un fin, es decir, los resultados de ese reportaje, de esa pequeña tesis que estas haciendo. El reportaje siempre trata de descubrir algo, poner en la investigación datos y cifras. Un buen reportaje bien investigado tiene datos precisos que debes tener a la mano cuando alguien te pida alguna confrontación verbal o hasta legal y que tú la puedas demostrar."*¹¹

Rojas Avendaño, estudioso de los géneros periodísticos sostiene que el reportaje es: *"la tercera dimensión de la noticia"* y lo distingue como un género que posee duración, espacio y solidez, cualidades que permiten al lector conocer él por qué de los acontecimientos, con sus derivaciones y proyecciones. Afirma: *"Si sabemos ya lo que el público espera de nosotros los periodistas de la prensa, estamos obligados a abandonar los antiguos conceptos de la objetividad pura en la interpretación de las noticias, en un sentido que amplíe el horizonte de los hechos en sus diversas proyecciones y éste solamente puede realizarse a través del reportaje, que, para dar tercera dimensión a la noticia, requiere de investigación, de análisis, de laboriosa búsqueda de los lamentos complementarios y del significado de los hechos."*¹²

Carlos Villarois reportero de Televisión Azteca afirma: *"el reportaje es como un dado de seis caras, una nota es la ficha que cae, pero un reportaje es ver esta ficha que cae cómo está con relación a todas las caras, y un magnifico*

⁹ Martín Vivaldi, Gonzalo. Géneros Periodísticos. México, Ed. Prisma, 1981. P.103

¹⁰ Baena Paz, Guillermina. Instrumentos de investigación. Tesis profesional y trabajos académicos. México, Editores Mexicanos Unidos, 1986. P. 56-57

¹¹ Entrevista realizada a Federico Anaya el 29 de Septiembre del 2001

¹² Rojas Avendaño, Mario. El Reportaje Moderno. Antología. México, Folio Ediciones, 1984. P. 14

reportaje es decir cuál es la cara que está oculta. Un reportaje debe abordar un tema con toda la profundidad en el tiempo y espacio definido."¹³

Leopoldo Anaya sostiene: *"El reportaje es una exposición de noticias que se realiza mediante palabras e imágenes. Es elaborado por un reportero, testigo directo presencial de la cuestión de que se trata. Es un medio que se utiliza en el periodismo, en la radio y en la televisión. Es una narración noticiosa en donde prevalece el testimonio personal del periodista e importa su modo de enfocar el asunto. Incluye la noticia y la narrativa. La característica esencial del reportaje es la libertad expositiva, por ello el periodista no necesita someterse a la técnica informativa. El reportaje es dinámico y producto del ejercicio real de la libertad de expresarse".*¹⁴

Jaime Guerrero, periodista de Fuerza Informativa de Televisión Azteca, se refiere al reportaje en los términos siguientes: *"Si la madre de la información es la noticia, el padre es el reportaje, porque te permite experimentar con muchos de los otros géneros. Me parece que es lo más completo que puede haber en todos los distintos géneros periodísticos. Para mí el reportaje es una forma de poder combinar tanto la crónica, la reseña y la misma noticia."*¹⁵

Emil Dovifat define: *"La esencia del reportaje es la representación vigorosa, emotiva, llena de colorido y vivencia personal de un suceso...y si queremos hacer justicia a la naturaleza vivida y personal del reportaje, le denominaremos informe de hechos vividos."*¹⁶

Raúl Rivadeneira Prada se refiere al reportaje como: *"Muy semejante a la entrevista, el reportaje se caracteriza por sus amplios márgenes de relación con la fuente. Se sirve, en algunas ocasiones, de las modalidades de la entrevista. Es posible anotar que un reportaje es tanto la entrevista que se hace a una persona como el trabajo del reportero sobre sujetos impersonales: reportaje a un hombre, una ciudad, una institución, un personaje histórico"*.¹⁷

Para María Elena Martínez de la Vega, reportera desde hace 16 años y quien afirma haber abarcado todos los medios de comunicación, asegura: *"el reportaje es el rey de todos los géneros periodísticos incluye todo, entrevista,*

¹³ Entrevista realizada a Carlos Villarois el 29 de Septiembre del 2001

¹⁴ Ayala, Leopoldo. Taller de lectura y redacción. México, Ed. Joaquín Porrúa, 1984. P. 46-48

¹⁵ Entrevista a Jaime Guerrero el 27 de Septiembre del 2001

¹⁶ Dovifat, Emil. *Periodismo*. México. UTEHA 1964. p. 22

¹⁷ Rivadeneira Prada, Raúl. *Periodismo*. México. Ed. Trillas, 1985. P. 86

investigación, y es el más completo de todos los géneros que hay en el periodismo. Te lleva mucho tiempo, la base es la investigación que logres en complemento con las entrevistas."¹⁸

Leopoldo Borrás, periodista y profesor afirma que el reportaje es: *"Representativo del género periodístico más completo", y asegura: "Así como la máxima expresión de la poesía escrita está representada en el verso, en el conjunto de versos, en el poema versificado, el reportaje es la máxima expresión del periodismo, distinguiéndolo del mejor artículo de fondo, de la mejor y más bien redactada nota informativa, del comentario, de la columna, del editorial y de la caricatura periodística. La fuerza descriptiva, expresiva; el profundo contenido social y humano, la claridad y el vigor del estilo son peculiaridades de todo buen reportaje..."*¹⁹

En tanto Máximo Simpson G., estudioso del ejercicio periodístico, asevera: *"Reportaje es una narración informativa en la cual la anécdota, la noticia, la crónica, la entrevista o la biografía están interrelacionadas con los factores sociales estructurales, lo que permite explicar y conferir significación a situaciones y acontecimientos: constituye, por ello, la investigación de un tema de interés social en el que, con la estructura y estilo periodístico, se proporciona antecedentes, comparaciones y consecuencias, sobre la base de una hipótesis de trabajo y de un marco de referencia teórico previamente establecido."*²⁰

Edgar Galicia reportero desde hace más de 8 años afirma: *"el reportaje es una especie de historia donde podemos abarcar con amplitud los aspectos que no puedes abarcar en una nota que a veces es muy informativa, es muy corta, ni tampoco es una crónica. Para mí el reportaje debe tener quizás un 80% de investigación y el otro 20% lo que le dicen "la cosecha del reportero" el estilo que "le eche" al reportaje. Y considero que tiene mucha investigación, tiene más del reportero, tiene mucho más datos quizás más antecedentes del tema."*²¹

¹⁸ Entrevista a María Elena Martínez de la Vega el 27 de Septiembre del 2001

¹⁹ Borrás, Leopoldo. Historia del periodismo mexicano. Del ocaso porfirista al derecho de la información. México, UNAM (Dirección de Información) 1983. P. 158

²⁰ Simpson G. Máximo. "Reportaje, Objetividad y Crítica Social (el presente como historia)", Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. México, UNAM FCP y S. No. 86-87, Octubre-Diciembre 1976/enero-marzo, 1977. P. 147

²¹ Entrevista realizada a Edgar Galicia el 27 de Septiembre del 2001

ELEMENTOS CARACTERISTICOS

Entre las características principales del reportaje que diversos autores mencionan se encuentran la de la investigación, información periodística, la narración, buscar el mejoramiento social, análisis en la información, interpretación y la profundidad.

El reportero emplea la técnica de investigación para recabar información, además de utilizar también la investigación de campo al acudir al lugar de los hechos y adquirir entrevistas o bien obtener la observación directa, con lo cual, recopila los datos de primera mano.

Los tópicos periodísticos utilizados en los diversos géneros del periodismo como son: ¿qué? ¿quién? ¿cómo? ¿cuándo? ¿dónde? ¿por qué? ¿para qué?, se presentan desde el comienzo de la presentación del reportaje, dando respuesta a las interrogantes que el lector pueda plantearse.

La narración utilizada en el reportaje se manifiesta relatando los hechos en los que participan los sujetos. Dicha descripción es la observada directa o indirectamente a través del diálogo sostenido entre el entrevistado y el entrevistador (reportero), en donde el periodista a través del reportaje relata, describe y presenta la información.

Los temas a tratar en un reportaje deberán ser los problemas que directa o indirectamente corresponden al hombre y su finalidad es hacer más comprensible la realidad en un entorno social determinado.

Para el periodista Mariano Osorio lo principal es: *“tener un buen tema de investigación es básico, revelar algo interesante, contraponer puntos de vista de los personajes involucrados y es un género que te permite lucimiento de la información de una manera maravillosa a partir del relato de hechos, de la contextualización histórica, del enriquecimiento con entrevistas o con información documental, hemerográfica, etc. Una de las características del reportaje es que te permite llegar al fondo del qué, cómo, cuándo, dónde y para qué y te permite conseguir objetivos más sólidos.”*²²

²² Entrevista realizada a Mariano Osorio el 29 de Septiembre del 2001

Por otra parte, la objetividad en el reportaje representa para el reportero el reto de mostrar a través de su investigación así como de la manera de relatarlo, una situación determinada tal y como ocurre, sin que el reportero emita opiniones o juicios que puedan modificar, deformar o manipular las respuestas al receptor.

La finalidad primordial de la objetividad es la de proporcionar al lector información útil que le permita comprender la realidad en la que se desarrolla.

Buscar el mejoramiento social, podría parecer complicado, pero sólo denunciando se puede crear un verdadero cambio en la sociedad, por lo que con el reportaje se logra dar a conocer un acontecimiento que afecta a la sociedad y en donde el individuo desempeña un papel principal. Con ello, el reportaje permite buscar un mejoramiento en las condiciones de vida de los individuos en su entorno social.

El análisis representa una base fundamental en el reportaje, ya que gracias a él, la información se puede evaluar y con ello conocer la trascendencia de un acontecimiento.

Gracias al análisis la información podrá ser más objetiva, ya que el análisis permite aportar un mayor número de datos verificables y comprobables.

Además de ello, analizar la información representa la posibilidad de distinguir y separar las partes que conforman un reportaje, para con ello llegar a conocer sus principios y elementos.

La interpretación, representa en el reportaje la posibilidad de entender las partes que lo constituyen, con el fin de enseñar su pasado mediato o inmediato de los elementos de la investigación, para observar su desarrollo y escribirlo tal y como es.

La profundidad en el reportaje representa el resultado de la investigación, del análisis y de la interpretación. La profundidad significa llegar al fondo de la investigación para descubrir sus raíces.

Con la profundidad –dice W. L. Rivers- se penetra en un suceso hasta lograr su perfecto conocimiento, se conquistan pensamientos vivos que hacen

visibles e inteligibles los hechos examinados. Aquí es donde interviene la imaginación y creatividad.²³

TIPOS DE REPORTAJE

Importantes teóricos del periodismo en diversos escritos señalan que el reportaje es un género del que no se puede admitir clasificación. Sin embargo, algunos otros sí, por lo que nos enfocaremos en los tipos de reportaje que define Rojas Avendaño, por ser él uno de los teóricos que ofrecen mayores tipificaciones.

1.-Reportaje Expositivo. En este tipo de reportaje se permite al lector una orientación determinada sobre una situación específica, ya que en él se presenta una tesis determinada referente a un problema de interés social pero con profundidad en el tema.

Debido a ello, este tipo de reportaje puede ser considerado como el de mayor amplitud periodística.

2.-Reportaje Descriptivo. Como su nombre lo indica, este tipo de reportaje le exige al reportero una mayor capacidad de observación, para poder exponer con precisión todo detalle. El éxito del reportaje dependerá por lo tanto, de la concentración y contemplación que sus cinco sentidos perciban.

3.-Reportaje Narrativo. Como en toda narración, atrapar al lector desde la primera línea es requisito indispensable para mantener el interés permanente durante la narración.²⁴

El reportaje narrativo, dice Javier Ibarrola, debe ser un relato natural en el diálogo, dinámico en la acción y preciso en el planteamiento y previene: "cuando no se atiende a estas premisas, el reportaje narrativo puede caer en un reportaje adulterado por el afán de hacer literatura donde no se necesita".²⁵

Por otra parte, Javier Ibarrola advierte que en su experiencia existen diversos tipos de reportajes, entre ellos menciona:

²³ William L. Rivers et. P. César Miguel Luna Cárdenas. El reportaje: visión de la realidad social. P'. 36

²⁴ Rojas Avendaño, Mario. El Reportaje Moderno. Antología. México. UNAM, FCP y S. 1976. p. 13

²⁵ Ibarrola, Javuir. Técnicas periodísticas. El Reportaje. México, Ediciones Gemika, 1988. P. 65

- a) *Reportaje informativo*
- b) *Reportaje de Investigación*
- c) *Reportaje Interpretativo*
- d) *Reportaje Descriptivo*
- e) *Reportaje entrevista*
- f) *Reportaje autobiográfico*
- g) *Reportaje narrativo*
- h) *Gran Reportaje.* ²⁶

Es importante señalar que el género del reportaje es difícil clasificarlo en alguno de los tipos específicos que mencionan los autores, ya que es complicado encontrarlo en su forma simple, pues generalmente se mezclan varios tipos de reportaje.

TECNICAS

Una noticia difundida o las inquietudes propias del periodismo pueden ser pretexto para iniciar un reportaje. La búsqueda de respuestas para ofrecerlas al público ávido de esclarecer dudas o interrogantes sobre un hecho de interés social será finalmente lo que lleve al periodista a involucrarse en la creación de un reportaje.

Mario Rojas Avendaño recomienda seguir los siguientes pasos:

- 1.- *Elegir el tema.*
- 2.- *Fijar sus objetivos mediatos e inmediatos.*
- 3.- *Programar la investigación (documental y de campo).*
- 4.- *Elegir y clasificar las fuentes de información.*
- 5.- *Iniciar ésta en dichas fuentes, en el orden en que se haya proyectado.*
- 6.- *Nutrirse ampliamente del tema que se haya elegido, pues en el caso de verse precisado a entrevistar a personas doctas en la materia, debe el periodista ir previamente preparado para formular sus interrogaciones con un sentido lógico y congruente.*
- 7.- *Investigar primero en las fuentes documentales a fin de adiestrarse con mayor hondura en el tema propuesto.*
- 8.- *Elegir con acierto a las personas de quienes se espera proporcionen los más importantes datos de la investigación.*

²⁶ *Ibidem* p. 50-93

9.- *Anotar cuidadosamente los resultados de la investigación documental y estadística, así como las opiniones y expresiones de las personas entrevistadas.*

10.- *Finalmente, ya en posesión de todos los datos, acudir a la observación personal, y visitar lugares, captar detalles y buscar nuevos ángulos informativos que, en ocasiones, pueden dar pie para otros reportajes o para nutrir mejor el que tratamos de elaborar.*²⁷

Por otra parte, Martín Vivaldi recomienda que la técnica del gran reportaje exige:

- 1.- *Clara visión de los temas (observación).*
- 2.- *Análisis de los mismos (reflexión).*
- 3.- *Mentalidad científica (objetividad).*
- 4.- *Exposición detallada.*

Durante la exposición, aclara que es necesario:

- a) *Trazar un esbozo o croquis de nuestro trabajo.*
- b) *Anotar los hitos más importantes del relato.*
- c) *Buscar el clímax o punto culminante*
- d) *Procurar que el relato no caiga o descienda de tono tras el clímax*
- e) *Escribir la entrada o los primeros párrafos y seleccionar de entre ellos el que tenga más fuerza o garra.*
- f) *Un final concreto.*
- g) *Anotar cuantas anécdotas puedan prestar interés humano al reportaje.*
- h) *Procurar que el relato tenga unidad desde el principio al fin, en torno al punto culminante o clímax de la historia.*²⁸

En cambio, Javier Ibarrola manifiesta que de acuerdo a la recopilación que realizó de diversas experiencias de diversos reporteros en cuanto a la utilización de diversas técnicas para la realización de un reportaje, recomienda:

- 1.- *Documentarse sobre el tema elegido de antemano.*
- 2.- *Entrevistas con conocedores del tema y especialistas.*
- 3.- *Hacer acopio de la mayor información.*

²⁷ Avendaño Rojas, Mario. El Reportaje Moderno. Antología. México, UNAM, 1964 (Tesis de Licenciatura) p. 14

²⁸ Martín Vivaldi, Gonzalo. Géneros Periodísticos. México, Ed. Prisma. 1981.p. 113

4.- *Seleccionar la información.*

5.- *Ordenar la información en varios cuadros sinópticos o resumirlos en uno solo.*

6.- *Inferir, concluir, formular hipótesis.*

7.- *Acudir a todas las posibles fuentes de información: personas, bibliotecas, hemerotecas, videotecas y grabaciones para enriquecer la noticia y transformarla en reportaje.*

8.- *En la exposición, buscar la frase atrayente que provoque el interés del lector; un desarrollo interesante y un final concreto.*

El autor concluye que la base fundamental para un buen reportaje es: investigar, preguntar; investigar, sentir; investigar, probar; investigar, oír; investigar, ver; investigar, palpar.²⁹

ESTILO

¡Cuántas veces no hemos escuchado hablar de la importancia del estilo periodístico! Y en el reportaje, el estilo no puede dejarse olvidado. Para escribir un buen reportaje se requiere ser buen redactor, amplitud en el vocabulario y saber aplicar las reglas gramaticales, así como el significado de cada vocablo para utilizarlo en forma conveniente.

Es importante resaltar que las cualidades del estilo que la gran mayoría de los autores señalan:

Claridad. *Representa pensamiento directo con una exposición limpia, es decir, con un vocabulario sencillo y con sintaxis correcta.*

Comprensibilidad. *El reportaje tiene que ser entendido por la mayoría, sin caer en palabras inútiles, carentes de sentido o de claridad en la manera de exponerlas.*

Precisión. *Ser lógico en el momento de exponer las ideas, sin términos poco certeros y ambiguos es necesario para no caer en divagaciones al momento de realizar el reportaje.*

Sencillez. *La sencillez es utilizar las palabras que sean fáciles de comprender para el lector.*

²⁹ Ibarrola, Javier. *Técnicas Periodísticas. El Reportaje.* México, Ed. Gernika, 1988. P. 77-84

Naturalidad. La utilización de palabras o expresiones comunes sin caer en la vulgaridad, significa lograr la naturalidad.

Exactitud. Las palabras con amplio significado y buscar siempre el término preciso debe ser lo que prevalece a la hora de redactar el reportaje.

Brevidad. La brevedad en el reportaje consiste en describir las características que sintetizan un suceso de forma sustancial y precisa.

Color. Dar color significa llenar de viveza a la exposición con el objetivo de conmover al receptor y trasladarlo con la narración al lugar de los hechos.³⁰

En todo tipo de reportajes el estilo debe ser directo, lo que significa que el escritor no se ve, desaparece. Se ve solamente lo que se cuenta, narra, muestra o describe. No se explican las cosas.³¹

El periodista, cuando escribe un reportaje, tiene la libertad de escoger la manera en que exhibe su trabajo y la forma que elija deberá mantener sus características.

Es por ello que el reportaje debe manejar hábilmente la narración, descripción, exposición y el diálogo con el lector.

Por otra parte, Curtis D. MacDougall menciona que las características del estilo periodístico incluyen:

- 1.-Frases compactas, general breves, con cada palabra seleccionada y colocada para un efecto máximo.
- 2.-Párrafos cortos, sucintos, cada uno completo en sí mismo y generalmente capaz de ser removido sin destruir el sentido de una historia.
- 3.-Lenguaje breve, directo y simple, por medio de la eliminación de palabras, frases y cláusulas superfluas, y un énfasis adecuado.
- 4.-Objetividad, sin opiniones editoriales, sin alabanzas ni elogios, sin superlativos, nombres y otras palabras dogmáticas imprudentes.

³⁰ Para ver este tema véanse las siguientes obras:

- Gonzalo Martín Vivaldi. Curso de Redacción.p. 258-261

- Gonzalo Martín Vivaldi. Géneros Periodísticos. pp.29-35

- Leopoldo Ayala. Taller de lectura y Redacción. pp 46-48

³¹ Martín Vivaldi, Gonzalo. Géneros Periodísticos. México, Editorial. Prisma, 1981

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

5.-Evitar la escritura "refinada", prefiriendo los verbos y nombres fuertes a las palabras y expresiones trilladas, gastadas y obsoletas.

6.-Observancia de las reglas de la buena gramática y uso de las palabras.³²

Para diversos periodistas el reportaje en México puede llegar a ser mejor de lo que se elabora en la actualidad Federico Anaya nos comenta al respecto:

*"Mientras que siga todavía alguna censura por parte de las empresas, mientras existan grupos de poder que hay involucrados con crimen organizado, con políticos, los mismos dueños, directivos, ejecutivos en muchos medios de comunicación yo pienso que no se va a avanzar. Sucede que se siguen censurando algunas cosas como por ejemplo el caso Cabal Peniche, Salinas de Gortari, pienso que un buen reportaje podría ser mejor de lo que es ahora. Aunque considero que la censura se debe disminuir para descubrir cosas nuevas. En 'Proceso', por ejemplo, no tienen ningún tipo de censura y hay gente que ha hecho excelentes reportajes y también en 'Milenio'."*³³

Jaime Guerrero coincide que el reportaje no sólo puede ser mejor de lo que es ahora, sino que además ha sufrido cambios importantes:

"El reportaje puede ser mejor de lo que es y se puede esperar hasta ahora, creo que estamos viendo dentro de los medios una tendencia a que las noticias tengan cara de reportajes. Frecuentemente algunos años atrás te conformabas con una noticia y es importante tener la noticia, pero ahora ya no sólo basta dar la noticia, que Fox lanzara una declaración en donde dice. 'Vamos a apoyar a los E.U. de manera incondicional', pero nosotros no sólo queremos esa declaración, que por sí sola es importante, lo que queremos es bueno, esto dice Fox, ¿qué dicen los críticos de Fox? y queremos saber qué implicaciones puede tener eso y queremos ver qué dice la defensa y queremos ver cómo repercutiría en los mexicanos esto, qué piensan los mexicanos y eso te lleva a hacer realmente un reportaje. Te lleva a hacer un reportaje de lo que pudo haber sido una simple nota. Cuando tú la presentas, eso va a parecer más reportaje que noticia. La noticia va incluida en el reportaje y así se cabeceará, pero creo que la noticia como tal está tendiendo a parecerse más como reportaje con tu protagonista de la historia, con tu antagonista de la historia, con tu analizador de la historia, ya no es una noticia por sí sola,

³² MacDougall, Curtis D. Reportaje interpretativo. México, Ed. Diana. 1983.p. 107-109

³³ Entrevista a Federico Anaya el 27 de Septiembre del 2001

es una noticia con muchos otros elementos que la enriquezcan y que la hacen parecer más a un reportaje."³⁴

Para María Elena Martínez de la Vega reportera de TV Azteca, el reportaje es un género que está vigente y tiene gran aceptación por parte del público:

"En estos momentos se está explotando mucho este género y creo que puede crecer, la gente ya no solamente quiere escuchar una noticia, la gente quiere saber 'está pasando esto y qué cosa me puede pasar en mi vida' y eso te da la oportunidad de desarrollar un reportaje. Creo que el futuro del reportaje es muy grande; se están abriendo muchos espacios para el reportaje y creo que esto es muy bueno porque hay material para hacer reportajes de cualquier tema. En México puedes abordar cualquier tema y creo que el reportaje es a lo que más se le está apostando y también creo que es el género que está demandando el público."³⁵

Y añade: *"Me gustan los reportajes de 'Milenio', los de 'La Jornada' me gustaban pero han caído terriblemente. 'Reforma' tiene buenos trabajos de investigación, los sabe complementar pero creo que mis favoritos son los de 'Milenio' en prensa escrita.*"³⁶

En cuanto a la Censura comenta: *"La censura depende del periodista, a veces del medio, también está tu autocensura, si la quieres aplicar que puede ser por compromisos o por sentido común. No existen medios, llámese radio, televisión o prensa que no tengan compromisos, la empresa te marca cierta censura, ciertos temas o ciertas personas que no puedes tocar. A lo mejor tú sin saberlo puedes estar pisando un 'callo' y te dicen 'a ver espéreme, ese párrafo no, esto no es lo que nosotros pedíamos' 'a fulanito no me lo toques' Entonces existe censura, por parte del gobierno llaman y te dicen 'no metan esta nota o vino fulanito y pregúnto esto, no lo metan'. La censura existe por parte de la empresa donde trabajas.*"³⁷

³⁴ Entrevista realizada a Jaime Guerrero el 27 de Septiembre del 2001

³⁵ Entrevista realizada a María Elena Martínez de la Vega el 27 de Septiembre del 2001

³⁶ Ibidem

³⁷ Ibidem

Por otra parte, Edgar Galicia reportero de TV Azteca opina:

“Creo que el reportaje no va a tener futuro si no le damos esa amplitud de tiempo en cualquier medio y que cumpla su objetivo el reportaje que es concientizar a la gente de que algo está pasando de que las autoridades pongan atención, ahí donde nosotros ponemos los reflectores, entonces yo creo que no va a tener futuro si no eliminamos ese factor del tiempo. Porque la censura ya es un fantasma, no hay censura. El tiempo lo merece el público, debemos darle tiempo de enterarse.”³⁸

Dadas las opiniones tanto de diversos autores como de periodistas reconocidos y vigentes en los medios, podemos considerar que el reportaje es una narración informativa con un sello personal y distintivo del que lo escribe, con libertad expresiva en la redacción, y el cual deberá tener la obligación de dar a conocer un hecho de interés social sin censura y que presente al lector los diversos enfoques que tiene la información que se muestra en el reportaje para que éste forme sus propias conclusiones.

³⁸ Entrevista realizada a Edgar Galicia el 27 de Septiembre del 2001